

**PAESAGGIO LINGUISTICO,
VARIAZIONE E TRASFORMAZIONI SOCIALI**

A cura di

**Maria Vittoria Calvi, Giuseppe Sergio,
Marcella Uberti-Bona, Jacopo Ferrari**

ITALIANO LINGUADUE, 2. 2023
Università degli Studi di Milano
www.italianolinguadue.unimi.it
ISSN 2037-3597

Direzione

Silvia Morgana

Comitato scientifico

Gabriella Alfieri, Massimo Arcangeli, Monica Barsi, Franca Bosc, Gabriella Cartago, Letizia Cinganotto, Mari D'Agostino, Anna De Marco, Cristiana De Santis, Michela Dota, Andrea Felici, Pietro Frassica, Giovanna Frosini, Francesca Gallina, Francesco Goglia, Roberta Grassi, Riccardo Gualdo, Matthias Heinz, Giulio Lepschy, Michael Lettieri, Edoardo Lugarini, Danilo Manera, Bruno Moretti, Elena Nuzzo, Massimo Palermo, Franco Pierno, Lucilla Pizzoli, Giuseppe Polimeni (condirettore), Massimo Prada (condirettore), Maria Cecilia Rizzardi, Fabiana Rosi, Enrico Serena, Giuseppe Sergio, Paolo Silvestri, Roberto Ubbidente, Raymund Wilhelm.

Redazione

Edoardo Lugarini (direzione)

Michela Dota

Elena Felicani

Viviana de Leo

Alessandro Canazza

**PAESAGGIO LINGUISTICO,
VARIAZIONE E TRASFORMAZIONI SOCIALI**

A cura di

Maria Vittoria Calvi, Giuseppe Sergio,
Marcella Uberti-Bona, Jacopo Ferrari

INDICE

Introduzione <i>Maria Vittoria Calvi</i>	5
Il paesaggio linguistico nelle scuole multiethniche di milano: una ricerca e un progetto didattico <i>Marcella Uberti-Bona</i>	11
IL paesaggio linguistico per le competenze digitali: una sperimentazione didattica in contesto universitario <i>Martina Bellinzona</i>	36
Quando la mediazione culturale cambia il paesaggio linguistico: un progetto di ricerca-azione su raccolta differenziata e plastiche monouso <i>Roberta Garruccio</i>	61
L'arabo nel paesaggio linguistico milanese: prospettive e contesti <i>Cristina Dozio, Marco Golfetto, Federico Pozzoli</i>	81
Parole di moda per le vie di Milano <i>Giuseppe Sergio</i>	99
Il banco delle lingue: il paesaggio linguistico del mercato di S. Lorenzo (FI) come specchio di una città-museo <i>Lorenzo Cambi.</i>	122
Paesaggio linguistico ed epistemologie indigene. Considerazioni teoriche e prospettive di studio <i>Simone Ferrari</i>	144
Postfazione I panorami linguistici nell'epoca dell'accelerazione comunicativa <i>Carla Bagna</i>	165

INTRODUZIONE

*Maria Vittoria Calvi*¹

Lo studio del Paesaggio Linguistico (PL) si è ormai affermato a livello internazionale come una delle più promettenti aree di ricerca interdisciplinari nel campo delle scienze linguistiche e sociali. Ai due studiosi canadesi Rodrigue Landry e Richard H. Bourhis (1997) viene da molti assegnato il ruolo di iniziatori e creatori del termine, anche se, come sottolineano Durk Gorter e Jasone Cenoz (2024) in un recente e completo panorama di questo filone di ricerca, gli studi sulla presenza delle lingue nello spazio pubblico erano ben precedenti. Le insegne dei negozi, i graffiti e i *murales*, ad esempio, avevano da tempo attirato l'attenzione degli studiosi e l'occhio dei fotografi, mentre in paesi come Israele, il Belgio, il Canada, la Spagna e il Giappone alcuni sociolinguisti avevano iniziato a esplorare in modo sistematico la visibilità delle lingue presenti sul territorio, con l'obiettivo di incidere sulle politiche linguistiche. Ma verso la fine del XX secolo scatta un interesse nuovo, che trasforma queste indagini isolate in un campo di ricerca condiviso da esperti di diversi paesi e aree disciplinari, favorendo così la circolazione internazionale dei risultati della ricerca.

Nel corso degli Anni Zero, hanno visto la luce diversi studi rilevanti, come quelli di Ben-Rafael *et al.* (2006) su Israele, di Cenoz e Gorter (2006) su due città dei Paesi Baschi (Spagna) e della Frisia (Paesi Bassi), di Backhaus (2007) su Tokyo, di Barni e Bagna (2009) su Roma. Nel 2008 si è svolto a Tel Aviv il primo di una serie regolare di workshop internazionali che si sono susseguiti in varie parti del mondo, il più recente dei quali, il XIV, ha avuto luogo a Madrid nel 2023, mentre per il XV (2024) sarà la volta di Wellington (Nuova Zelanda). Da questi incontri (e non solo) sono scaturiti vari volumi collettivi di ampia diffusione internazionale, ispirati a diversi orientamenti teorico-metodologici, che hanno contribuito a consolidare questo campo di ricerca, esteso a scenari sempre più diversificati, dalle grandi metropoli ai contesti migratori, dalle zone turistiche alle aree di conflitto e protesta (si vedano ad es. Gorter, 2006; Shohamy, Gorter, 2009; Shohamy, Ben-Rafael, Barni, 2010; Rubdy, Ben Said, 2015; Blackwood, Lanza, Woldemarian, 2016). Da parte loro, Jaworski e Thurlow (2010) hanno posto l'accento sugli elementi semiotici di diversa tipologia ben visibili nello spazio pubblico: se la denominazione di *semiotic landscape* adottata da questi autori non ha sostituito quella prevalente di *linguistic landscape* o *paesaggio linguistico*, l'attenzione per gli aspetti non linguistici è un ingrediente ormai irrinunciabile di ogni ricerca. Dal 2015, infine, l'area dispone di una qualificata rivista scientifica, *Linguistic Landscapes. An International Journal*, che nel 2024 ha raggiunto il decimo volume.

Dopo il primo decennio di consolidamento, gli studi si sono allargati a macchia d'olio su un'estesa geografia mondiale e in senso interdisciplinare, coinvolgendo, oltre alla sociolinguistica, altre scienze umane e sociali come la geografia, la sociologia, la geosemiotica e gli studi culturali, solo per citarne alcune. D'altra parte, la diffusione degli smartphone ha annullato le difficoltà poste dalla raccolta fotografica, trasformando ogni individuo in potenziale ricercatore del PL: oggi disponiamo perfino di un'applicazione

¹ Università degli Studi di Milano.

gratuita, *Lingscape*, che con il motto “citizen science meets linguistic landscaping” invita chiunque a fotografare e pubblicare immagini su paesaggi linguistici e semiotici, ed è stata usata con successo da vari autori (anche in questa sezione monografica, si vedano i lavori di Bellinzona e Cambi).

Per apprezzare nel loro complesso i risultati delle ricerche in un campo ancor giovane ma assiduamente frequentato, non posso che rinviare di nuovo al consistente volume di Gorter e Cenoz (2024), che ne illustra la varietà di prospettive teoriche, tematiche e critiche, con la competenza di chi da più di vent’anni ha concentrato i propri studi su questo tema e ne conosce a fondo gli sviluppi. Vista l’impossibilità di ripercorrere anche solo sommariamente tali ramificazioni in questa breve introduzione, mi limiterò a qualche considerazione sul termine scelto per accompagnare l’etichetta di *paesaggio linguistico* nel titolo del presente monografico, cioè quello di *variazione*, insieme alle *trasformazioni sociali*.

Come è noto, il concetto di *variazione* è stato utilizzato in campo sociolinguistico per indicare la gamma di forme linguistiche usate per esprimere uno stesso contenuto, a seconda dei diversi fattori sociali, geografici e comunicativi: ogni lingua dispone di forme differenti per esprimere gli stessi significati nei diversi contesti, e i fattori sociali sono determinanti negli sviluppi di una lingua. Negli ultimi decenni, accanto alla sociolinguistica variazionista classica, che si concentra sull’interdipendenza tra le strutture sociali e le variazioni linguistiche, si è affermata la sociolinguistica critica, che esamina il linguaggio nel quadro più ampio delle relazioni di potere e delle disuguaglianze sociali. Inoltre, come segnala Penelope Eckert (2012), assistiamo a una “terza ondata” negli studi sociolinguistici, in cui l’accento cade sull’emergere del significato. Questa autrice considera la variazione linguistica non solo come un’espressione di differenze sociali, ma anche come una risorsa attraverso la quale le persone costruiscono identità e significati sociali nelle loro pratiche quotidiane: «The principal move in the third wave then was from a view of variation as a reflection of social identities and categories to the linguistic practice in which speakers place themselves in the social landscape through stylistic practice» (Eckert, 2012: 93-94). Viene quindi data rilevanza alle interazioni, alle pratiche linguistiche e sociali e allo spazio entro il quale si sviluppano tali pratiche; si passa da una sociolinguistica delle *lingue* a una sociolinguistica delle *risorse* (Blommaert, 2010).

Questi cambiamenti sono avvenuti in parallelo con il procedere degli studi sul PL, e hanno trovato proprio in questo orizzonte epistemologico il *locus* ideale per osservare come le lingue cambiano in rapporto all’uso che ne fanno i parlanti, intesi come attori sociali che creano significati nel *social landscape* in cui si muovono, in un continuo interscambio tra spazi fisici e spazi virtuali: se, da un lato, il PL appartiene al mondo materiale, dall’altro si prolunga in quello virtuale (Maly, Blommaert, 2019). Pensiamo, ad esempio, a come le immagini del PL dei movimenti di protesta (graffiti, cartelloni, striscioni, ecc.) vengono immediatamente condivise attraverso le reti sociali, amplificandone l’impatto.

D’altra parte, la diversificazione in senso multilingue del PL non è un semplice riflesso di fenomeni come le migrazioni, ma è l’espressione delle azioni sociali che i produttori del PL compiono, ad esempio, adottando la loro lingua d’origine, carica di valori simbolici. Le parole che ci circondano sono veri e propri *discourses in place*, per citare il titolo di un altro volume che, pur non menzionando in modo esplicito il PL, ha esercitato un influsso significativo su questi studi (Scollon, Scollon, 2003). Come sostengono questi autori, nella prospettiva della geosemiotica, il significato dei segni, linguistici e non, posti nel mondo materiale deriva sia dalla loro posizione sia dall’interazione con gli altri segni, e dalla percezione che ne hanno gli osservatori.

Le parole e i segni nello spazio pubblico hanno dunque un carattere performativo, e l’impatto di nuovi attori e nuovi fenomeni produce trasformazioni visibili, che si

sovrappongono nello spazio e nel tempo, generando nuovi significati: pensiamo, ad esempio, agli effetti prodotti dalla pandemia di COVID-19 sul PL, che si è repentinamente riempito di segnali di istruzioni e divieti, ma anche di scritte spontanee alle finestre o ai balconi. Di quel tempo, restano ancor oggi molte testimonianze, come i cartelli che segnalano l'obbligo di indossare mascherine, che però hanno perso, salvo eccezioni, il loro carattere prescrittivo, diventando piuttosto tracce evocative di un tempo passato. Così le scritte multilingui di alcuni luoghi o quartieri possono essere, di volta in volta e anche in modo simultaneo, espressione del commercio globalizzato, del turismo o della presenza di comunità migranti che, con le loro pratiche linguistiche, introducono nuove polifonie negli scenari locali.

Imparare a leggere i segni che ci circondano dovrebbe costituire una competenza condivisa da tutti ed estesa ad ambienti diversi, a cominciare dalle scuole: non stupisce che, negli ultimi anni, molte ricerche si siano sviluppate proprio nei contesti educativi (Bellinzona, 2021; Krompák, Fernández-Mallat, Meyer, 2022), con l'obiettivo di rendere il PL *top-down*, cioè quello prodotto dagli attori istituzionali, più rispettoso delle istanze sociali e del multilinguismo che affiora dal basso, talvolta negato o ignorato dalle politiche ufficiali.

La prospettiva pedagogica anima, sia pure in diverso modo, i primi tre contributi qui raccolti, a iniziare da *Il paesaggio linguistico nelle scuole multietniche di Milano: una ricerca e un progetto didattico* di Marcella Uberti-Bona, che presenta i risultati di un progetto pilota svolto nelle scuole milanesi, con un duplice scopo: verificare gli atteggiamenti manifestati dai vari istituti nei confronti della diversità linguistica, così come emergono dal PL scolastico, e sensibilizzare i giovani studenti alla presenza di più lingue nell'ambiente che li circonda. La disparità tra le varie scuole attesta la mancanza di una politica linguistica inclusiva generalizzata, ma emerge con forza l'entusiasmo e la propensione alla riflessione sulle lingue da parte degli alunni, con particolare riguardo per quelle visibili nel PL del quartiere.

Martina Bellinzona (*Il paesaggio linguistico per le competenze digitali: una sperimentazione didattica in contesto universitario*), da parte sua, descrive un progetto cui ha partecipato un gruppo di studenti dell'Università per Stranieri di Siena. La ricerca, volta a sviluppare competenze digitali e plurilingui, ha coinvolto i partecipanti in un'esplorazione del PL universitario e di quello urbano. Anche in questo caso, lo studio ha evidenziato atteggiamenti molto positivi rispetto alla diversità linguistica, insieme a una diffusa consapevolezza del ruolo delle lingue nella costruzione degli spazi sociali.

Nel contributo successivo (*Quando la mediazione culturale cambia il paesaggio linguistico: un progetto di ricerca-azione su raccolta differenziata e plastiche monouso*), Roberta Garruccio riflette sul potenziale educativo del PL, nella prospettiva di un progetto di ricerca-azione finanziato dalla Fondazione Cariplo (*Un sacco et(n)ico 2020*), che ha avuto come partner il Dipartimento di Lingue, letterature, culture e mediazioni dell'Università degli Studi di Milano. Tale progetto, che si è proposto di promuovere una maggiore responsabilità per l'ambiente nel campo della ristorazione, ha individuato nella mediazione linguistico-culturale l'approccio più idoneo per motivare i ristoratori di origine straniera al rispetto degli obiettivi di sostenibilità, e ha valorizzato il carattere performativo del PL, visto come strumento educativo e motore di trasformazioni sociali.

I due lavori seguenti si focalizzano sul PL di alcuni quartieri ad alta densità migratoria, nei quali si evidenzia una realtà multilingue che nega l'ufficialità monolingue e la prescrizione di esporre scritte in lingua straniera solo se poco prominenti e accompagnate da una traduzione italiana. Nel PL milanese, come emerge nella documentazione raccolta nel database *Paesaggi & Lingua* dell'Università degli Studi di Milano (Uberti-Bona, 2021), si registra un elevato numero di lingue, ma prevalgono su tutte il cinese, l'arabo e lo spagnolo. Cristina Dozio, Marco Aurelio Golfetto e Federico Pozzoli (*L'arabo nel paesaggio*

linguistico milanese: prospettive e contesti) sono partiti da questi documenti per proporre un'integrazione, con un focus specifico sulla lingua araba. Come esito delle loro esplorazioni, suggeriscono di introdurre una nuova categoria classificatoria, riconducibile ai servizi sociali rivolti ai nuovi cittadini, in cui le strategie comunicative della mediazione si integrano con i meccanismi di autopromozione propri del settore privato: si tratta quindi di un *frame* che, per la sua natura ibrida, non rientra in nessuna delle categorie sin qui in uso. Gli autori sottolineano, inoltre, la vitalità della lingua araba nell'ambito del PL più informale, in cui si riscontrano forme variegata e creative di ibridazione linguistica, insieme all'uso dell'arabo scritto come strumento per negoziare diverse identità locali e nazionali.

A conclusioni diverse perviene invece Giuseppe Sergio (*Parole di moda per le vie di Milano*), che, dopo una panoramica del *fashionscape* milanese, esamina un corpus di occorrenze lessicali legate all'abbigliamento nel PL del quartiere di NoLo, area distante dal centro modaiolo e fortemente segnata dall'immigrazione. Benché le unità fotografate rechino evidenti segni della presenza straniera, le scelte lessicali, salvo eccezioni, si orientano massicciamente verso l'italiano, a differenza di quanto avviene, ad esempio, nel campo della gastronomia. Tuttavia, nel paesaggio semiotico della zona non mancano segni di variazione, dai negozi che espongono capi esplicitamente rivolti ad alcune comunità straniere alle rappresentazioni murali del loro abbigliamento tradizionale, esibito anche in occasione delle celebrazioni collettive.

Se l'immigrazione costituisce uno dei principali agenti di cambiamento del PL milanese, nel caso di Firenze è il turismo ad assumere il ruolo di protagonista. L'impatto del processo di *turistificazione* sul PL (Gorter, Cenoz, 2024) è ben visibile in molte aree del mondo, e, tra le principali sfide analitiche, pone quelle relative al rapporto tra autenticità e commercializzazione (Moriarty, 2015), con particolare riguardo per l'ambito della ristorazione (Bagna, Machetti, 2012). Su questi aspetti si incentra il contributo di Lorenzo Cambi (*Il banco delle lingue: il paesaggio linguistico del mercato di S. Lorenzo (FI) come specchio di una città-museo*), che indaga la complessa stratificazione scalare delle lingue presenti nel mercato di San Lorenzo, sito nel centro storico del capoluogo toscano, e particolarmente sensibile alle dinamiche sociali in atto. In questo *setting* molto variegato, l'autore individua tre principali dimensioni: quella dell'italiano, anche nelle sue forme dialettali, quella delle lingue migranti e quella delle lingue turistiche, soprattutto l'inglese, insieme ad alcune lingue orientali. In ognuno di questi filoni, si ravvisa una complessa intersezione di valori transazionali e simbolici, che variano anche a seconda del tipo di destinatario.

Il saggio successivo si allontana dall'ambito italiano per affrontare una diversa tipologia di variazione del PL, cioè quella determinata dalla comparsa delle lingue indigene nel PL colombiano. In questo contesto, Simone Ferrari (*Paesaggio linguistico ed epistemologie indigene. Considerazioni teoriche e prospettive di studio*) esplora il PL prodotto da due comunità, quella nasa e quella misak, che diventa luogo di rivendicazioni storiche e politiche, ed espressione dei valori di resistenza culturale e narrazione collettiva del territorio. La lettura di queste manifestazioni emergenti nel PL latinoamericano richiede l'adozione di nuove categorie analitiche, al fine di includere il potenziale interpretativo delle cosmovisioni indigene e di alcuni principi epistemici come quello della "parola incamminata", che esalta il rapporto tra il linguaggio verbale e l'azione comunitaria.

La raccolta si conclude, infine, con una postfazione, a cura di Carla Bagna, che pone l'accento sulle potenzialità del PL come terreno di studio di diversi processi linguistici e non, come anche in Italia la ricerca degli ultimi vent'anni ha dimostrato. Rispetto al futuro, la studiosa rimarca l'urgenza di valorizzare questa ampia messe di studi nella gestione degli spazi sociali, migliorandone la vivibilità.

In definitiva, dalla lettura di questa selezione di lavori² si evince che la ricerca sul PL costituisce un filone molto fecondo in cui le lingue sono studiate anche dal punto di vista della loro fisicità, della loro prominenza all'interno del mondo materiale e del loro essere azione. In questo senso, assume particolare rilevanza, ai fini della ricerca, il ruolo della percezione da parte dell'osservatore, che partecipa attivamente alla costruzione di significati. Agire sulla percezione del PL, spesso influenzata negativamente dalle ideologie linguistiche, diventa cruciale nell'educazione alla cittadinanza e all'inclusività.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Backhaus P. (2007), *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Bagna C., Machetti S. (2012), "LL and (Italian) menus and brand names: A survey around the world", in Helot C., Barni M., Janssens R., Bagna C. (eds.), *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*, Frankfurt, Peter Lang, pp. 217-230.
- Barni M., Bagna C. (2009), "A mapping technique and the linguistic landscape", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, New York, Routledge, pp. 126-140.
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic Landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Ben-Rafael E., Shohamy E., Amara M. H., Trumper-Hecht N. (2006), "Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel", in *International Journal of Multilingualism*, 3, pp. 7-30:
<https://doi.org/10.1080/14790710608668383>.
- Blackwood R., Lanza E., Woldemariam M. (eds.) (2016), *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, Bloomsbury, London.
- Blommaert J. (2010), *The Sociolinguistics of Globalization*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Cenoz J., Gorter D. (2006), "Linguistic Landscape and Minority Languages", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 67-80:
<https://doi.org/10.1080/14790710608668386>.
- Eckert P. (2012), "Three Waves of Variation Study: The Emergence of Meaning in the Study of Sociolinguistic Variation", in *Annual Review of Anthropology*, 41, pp. 87-100:
<https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-092611-145828>.
- Gorter D., Cenoz J. (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Multilingual Matters, Bristol.
- Gorter D. (ed.) (2006), *Linguistic landscapes. A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Bristol.
- Jaworski A., Thurlow C. (2010), *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*, Continuum, London.
- Krompák E., Fernández-Mallat V., Meyer S. (eds.) (2022), *Linguistic Landscapes and Educational Spaces*, Multilingual Matters, Bristol.
- Landry R., Bourhis R. Y. (1997), "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study", in *Journal of Language and Social Psychology*, 16, pp. 23-49:

² Inizialmente, le ricerche qui esposte sono state presentate e discusse al convegno "Paesaggio linguistico e variazione. Trasformazioni, crisi, conflitto", che si è svolto presso il Dipartimento di Lingue, letterature, culture e mediazioni dell'Università degli Studi di Milano il 24 novembre 2022.

- <https://doi.org/10.1177/0261927X9701610>.
- Maly I., Blommaert J. (2019), “Digital Ethnographic Linguistic Landscape Analysis (Ella 2.0)”, in *Tilburg Papers in Culture Studies*, 233, pp. 1-25:
https://pure.uvt.nl/ws/portalfiles/portal/48995523/TPCS_233_Maly_Blommaert.pdf.
- Moriarty M. (2015), “Indexing authenticity: the linguistic landscape of an Irish tourist town”, in *International Journal of the Sociology of Language*, 232, pp. 195-214.
<https://doi.org/10.1515/ijsl-2014-0049>.
- Rubdy R., Ben Said S. (eds.) (2015), *Conflict, Exclusion and Dissent in the Linguistic Landscape*, Palgrave Macmillan, London.
- Scollon R., Scollon S.W. (2003), *Discourse in Place: Language in the Material World*, Routledge, London.
- Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, New York.
- Shohamy E., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.) (2010), *Linguistic Landscape in the City*, Multilingual Matters, Bristol.
- Uberti-Bona M. (2021), “Il progetto *Paesaggi e Lingua*: criteri applicazioni e sfide nello studio del Paesaggio Linguistico”, in *Italiano LinguaDue*, 13, 1, pp. 537-561:
<https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15899>.

IL PAESAGGIO LINGUISTICO NELLE SCUOLE MULTIETNICHE DI MILANO: UNA RICERCA E UN PROGETTO DIDATTICO

Marcella Uberti-Bona¹

1. INTRODUZIONE

Dalla sua più conosciuta definizione nell'ambito degli studi sulla vitalità etnolinguistica in contesti bilingui (Landry, Bourhis, 1997), come insieme di lingue visibili nello spazio pubblico, il Paesaggio Linguistico (d'ora in avanti PL) è divenuto un campo di studio esplorato e ridefinito da varie prospettive teoriche e con strumenti metodologici di diverse discipline. Il focus quantitativo iniziale si è allargato a comprendere approcci dinamici e qualitativi, di stampo semiotico ed etnografico, volti a esplorare le diverse funzioni informative e simboliche del PL, le sue dimensioni grafiche e multimodali, gli spazi, gli attori e i discorsi, secondo una pluralità di proposte interpretative e classificatorie per le quali si rimanda agli ormai vasti repertori bibliografici online, ordinati per autori, temi e approcci teorico-metodologici (Carr, 2019; Gorter, Cenoz, 2023).

Nei contesti multiculturali e plurilingui della *superdiversità* contemporanea (Vertovec, 2007), il PL, in quanto spazio costruito socialmente (Lefebvre, 1974), consente di cogliere, e anticipare, alcune dinamiche sociali nel loro svolgersi (Blommaert, 2013; 2015), in particolare per quanto riguarda i processi di integrazione/rivendicazione delle comunità immigrate, che comprendono pratiche linguistiche e identitarie di marcatura o risemantizzazione degli spazi pubblici, e politiche, discorsi e atteggiamenti, anche impliciti, espressi dalla società di accoglienza. Il PL è quindi luogo di conflitto e negoziazione, di trasformazione e di attivismo, linguistico e sociale (Shohamy, Waksman, 2009).

In questa cornice il PL degli spazi educativi e di apprendimento, in particolare le scuole, suscita un meritato interesse. Il modello della disuguaglianza linguistica negli spazi pubblici (*multilingual inequality in public spaces*) sviluppato da Gorter e Cenoz (2022) descrive la dinamica ricorsiva tra attori istituzionali in grado di imporre politiche non solo linguistiche in direzione *top-down*, espresse anche attraverso il PL, e le reazioni della/e comunità (studenti, docenti, scuole), di direzionalità *bottom-up*, che possono influenzare le politiche stesse e l'equilibrio dei rapporti tra le diverse lingue. La didattica quotidiana che prende corpo nelle realizzazioni degli alunni riflette questa dialettica, visibile nel PL della scuola, mentre lo studio del PL a scuola può sfociare in forme di attivismo che incidono su comportamenti e atteggiamenti relativi alle lingue (Bellinzona, 2021), producendo sensibilità e consapevolezza democratiche e inclusive, più aperte al plurilinguismo di fatto presente nelle nostre società.

Tenendo presente questo doppio ruolo che la presenza e lo studio del PL plurilingue può svolgere nella scuola, il presente contributo intende ripercorrere fasi ed esiti di una ricerca e di un progetto didattico pilota sul PL plurilingue svolti tra aprile e luglio 2022, e

¹ Università degli Studi di Milano.

tra novembre 2022 e febbraio 2023, in tre istituti comprensivi di Milano ad alto tasso di presenza straniera².

Gli interrogativi della prima fase (raccolta fotografica del PL plurilingue delle scuole e dei relativi quartieri) hanno riguardato le ideologie e le pratiche relative al plurilinguismo “di fatto” (inteso come plurilinguismo spontaneo e *bottom-up*) riflesse nel PL delle scuole. Come si declinano le non prescrittive indicazioni ministeriali ed europee per un’educazione plurilingue e interculturale? Quali atteggiamenti riflette il PL della scuola? Vi è corrispondenza tra il PL delle scuole e il PL del territorio in cui si trovano (amministrativamente, un Municipio e un Nucleo di Identità Locale specifici) e dalle quali proviene la maggioranza degli alunni?

Nella seconda fase, accertata la minor prominenza del PL plurilingue nelle scuole rispetto ai quartieri che le circondano, si è voluto verificare il potenziale di un’attività didattica incentrata sulla promozione di una maggior consapevolezza linguistica, e sulla valorizzazione del PL stesso. Lo studio (e l’osservazione) del PL sono efficaci nel suscitare curiosità per il plurilinguismo? Quali sono i punti di forza dell’uso didattico in questo senso del PL con gli alunni italiani e stranieri?

Nel paragrafo che segue si commenteranno i principali riferimenti concettuali e le scelte metodologiche che hanno orientato le due fasi di lavoro.

Si illustreranno poi il contesto sociodemografico dei territori in cui si trovano le scuole selezionate e le due fasi della ricerca, quella della raccolta e analisi di fotografie del PL scolastico e dei relativi quartieri, e dei dati sulle scuole, e quella della realizzazione del progetto didattico in 11 classi ad alto tasso di plurilinguismo di scuola materna, elementare e secondaria di primo grado (d’ora in poi indicata con il termine più comune ‘media’ per ragioni di brevità).

Nelle conclusioni si esporranno i risultati del lavoro svolto, proponendo alcune indicazioni per ulteriori studi e per ulteriori approcci didattici al PL, che si auspica possano divenire un repertorio progettuale diffuso, attivo e condiviso.

2. IMPIANTO METODOLOGICO E DATI RACCOLTI

La multietnicità di origine migratoria, ormai strutturale nelle città globali (Sassen, 2005), ha imposto la riflessione sul plurilinguismo nella scuola a partire da tre esigenze di base: insegnare la lingua ufficiale e “di studio” ai minori non italofofoni; insegnare, oltre all’inglese, almeno una seconda lingua europea, secondo le indicazioni comunitarie accolte dalle ultime riforme; promuovere plurilinguismo e multiculturalità secondo gli orientamenti europei (Consiglio d’Europa, 2010) e italiani (Miur, 2014), che li considerano strumenti di coesione sociale, e suggeriscono la “visibilizzazione” delle lingue a scuola, insieme ad azioni di mantenimento della lingua madre e di valorizzazione di plurilinguismo e interculturalità, come risorse per contrastare la povertà educativa.

Tra gli approcci più interessanti su queste tematiche si possono segnalare quelli relativi alla *language awareness*, o consapevolezza linguistica (Dagenais *et al.*, 2009; Hélot, 2008), la cui idea di fondo è che acquisire consapevolezza del proprio plurilinguismo, delle funzioni delle lingue e delle dinamiche di potere e di prestigio che le coinvolgono sviluppa la competenza metalinguistica degli alunni. Di uguale interesse sono i lavori sul *translanguaging*, o “translinguismo” (García, Ibarra Johnson, Seltzer, 2017), che implicano

² Senza entrare nella dibattuta questione del loro *status* civile, si definiscono qui come “stranieri” e “plurilingui”, gli alunni la cui biografia li ha messi in contatto in modo significativo con più di una lingua.

l'uso e la valorizzazione di tutti i repertori linguistici presenti in classe nella costruzione della "lingua dello studio".

In ambito italiano si segnalano i lavori di Favaro (2011), che uniscono alla riflessione teorica la documentazione di diverse attività su plurilinguismo e intercultura svolte in Italia, e sul piano più specifico del translinguismo e della consapevolezza linguistica, oltre ai contributi di Bonomi (2019), il progetto di collaborazione tra scuole e Università per Stranieri di Siena *L'AltRoparlante*. Ispirato a iniziative americane (Menken, Pérez Rosario, Guzmán Valerio, 2018), il progetto è declinato considerando i suggerimenti istituzionali europei e italiani e seguendo i principi dell'educazione linguistica democratica (De Mauro, 2018)³. Tra le varie attività realizzate, alcune intervengono *sul* PL della scuola, promuovendo la visibilità delle lingue al fine di cambiare clima e atteggiamenti rispetto al plurilinguismo (Carbonara, Scibetta, 2021).

Anche il "clima" scolastico, così importante nel quotidiano pedagogico, è collegato al PL grazie al concetto di *affective regime*, o regime affettivo, sviluppato da Wee (2019), secondo il quale la disposizione del panorama semiotico, o *semiotic landscape*⁴, di un luogo indica e induce le emozioni e i comportamenti considerati più appropriati al luogo stesso. I regimi affettivi sono l'esito non deterministico di processi collettivi, ma nei primi gradi scolastici la forza degli attori istituzionali che li "governano", anche attraverso la gestione del PL, incide certamente su atteggiamenti e interpretazioni degli alunni.

Tali questioni hanno risvolti applicativi sul ruolo del PL nella scuola, poco trattato nella letteratura italiana, imponendo il confronto con le specificità del nostro sistema pubblico d'istruzione. Un esempio per ora unico in questo senso è costituito dal volume di Bellinzona (2021), che esplora il PL di 12 scuole superiori e medie in 9 regioni italiane, nelle dimensioni lefebvrine dello spazio percepito, concepito e vissuto, utilizzando metodi quali-quantitativi come interviste e questionari poi studiati con programmi di analisi di contenuto, tour guidati da attori scolastici e, per quanto riguarda le immagini raccolte, una griglia di analisi elaborata *ad hoc* e composta da 21 indicatori distribuiti su 5 aree tematiche.

Nella progettazione del presente lavoro, focalizzato sullo *status* del plurilinguismo di fatto e sulla sua valorizzazione, si sono studiati due plessi di scuola materna e sette plessi di scuole elementari e medie che, appartenendo al primo ciclo d'istruzione di frequenza obbligatoria, normato a livello ministeriale e quindi a organizzazione didattica omogenea, hanno consentito il confronto con i dati statistici relativi ai territori interessati. Si è scelto di studiare il "PL scolastico", adottando la definizione di Brown (2012) del *linguistic schoolscape* come l'ambiente in cui luogo e testo convergono nel costituire, riprodurre e trasformare le ideologie linguistiche, e allargandola alla dimensione degli assemblaggi semiotici (Pennycook, 2018), che anche quando privi di testo (per esempio una bandiera) possono evocare realtà etnico-linguistiche interne ed esterne alla scuola.

La metodologia adottata è di tipo quantitativo e qualitativo. Si sono raccolti dati sulla composizione sociodemografica e linguistica del territorio e delle scuole, si sono individuati gli indicatori più rilevanti per classificare i segni del PL scolastico plurilingue registrati fotograficamente (oltre a raccogliere fotografie del PL dei rispettivi quartieri), e si sono sottoposti agli alunni questionari sulle loro preferenze linguistiche e sul

³ Tra tali principi si possono segnalare, per esempio, il riconoscimento del retroterra culturale e linguistico (o dialettale) dei discenti, l'esplorazione delle varietà linguistiche, il valore della lingua come strumento di partecipazione sociale.

⁴ In letteratura si nota una certa sovrapposizione tra le due espressioni ("paesaggio linguistico" e "paesaggio semiotico") che secondo Gorter e Cenoz (2023) corrisponde a una maggior enfasi sugli aspetti linguistici o su quelli multimodali, sui contenuti o sul contesto, dei segni oggetto d'indagine, nei quali le due dimensioni sono inestricabilmente intrecciate.

gradimento del progetto didattico svolto; ma si sono anche adottate metodologie etnografiche (nello specifico, tour guidati, interviste non strutturate con i vari attori scolastici, e osservazioni nel corso dell'attività didattica) per meglio comprendere le realtà dei diversi istituti, i significati che gli attori trovano nel PL scolastico e le finalità didattiche che gli attribuiscono. Nella prima fase della ricerca (raccolta dati, raccolta fotografica, interviste a dirigenti scolastici e referenti interculturale) svoltasi nella primavera 2022, le limitazioni ancora imposte dalla pandemia hanno vietato l'accesso alle scuole in orario di frequenza, trasformando il PL in una sorta di "testimone muto" da interrogare secondo l'approccio della *blindsight ethnography* proposto da Hidalgo e Kahn (2020: 188), cioè «detecting phenomena by observing related things around them», allo scopo di individuare atteggiamenti e ideologie ad esso sottesi utilizzando criteri, indicatori e tassonomie adattati dalla letteratura sul PL.

Nella raccolta delle oltre mille fotografie si sono definiti come unità e sottounità di analisi (Cenoz, Gorter, 2006; Calvi, 2018a), rispettivamente, gli istituti comprensivi e i relativi plessi, mentre i singoli *item* o segni sono gli assemblaggi, compositi, multimediali, plurilingui, prodotti dagli alunni, di solito su proposta degli insegnanti. Questo aspetto solleva la questione della "direzionalità" dei segni, mostrando l'insufficienza della classificazione binaria tra segni *top-down* e *bottom-up*, (Ben Rafael *et al.*, 2006). Nel PL scolastico i segni sono spesso di tipo "misto", soprattutto quando costituiscono il punto terminale di un movimento che procede dalle indicazioni istituzionali alle interpretazioni e intenzioni autonome dei docenti, alle realizzazioni degli alunni, che possono in vari modi sviluppare o vanificare i precedenti.

Il continuo andirivieni tra temi e contenuti espressi dal PL e la definizione delle categorie di analisi, secondo i principi della *Grounded Theory Methodology* (Charmaz, 2006), ha condotto alla definizione dei criteri di classificazione più rilevanti rispetto alla "valorizzazione della diversità linguistica".

La selezione dei segni da analizzare è stata elaborata sulla base degli indicatori di maggior interesse per lo studio in corso tra quelli proposti nella griglia di annotazione costruita da Bellinzona (2021: 141). Si sono scelti in primo luogo i segni, specifici del PL scolastico, relativi all'attività didattica in senso lato (cartelloni, disegni, manufatti), che maggiormente veicolano ideologie esplicite e implicite. Rispetto all'area tematica dello "scopo" (che è quasi sempre a funzione "mista", informativa e simbolica insieme), si sono quindi studiati i segni che Bellinzona classifica nelle categorie di *Gestione della classe* (elenchi di alunni e simili); *Didattica* (cartelloni, autoprodotti e non, su argomenti disciplinari, incluso lo studio delle lingue); e *Insegnamento di valori* (inclusione, pace, interculturalità e così via). I principali argomenti coinvolti nella selezione sono dunque, sempre seguendo Bellinzona (2021: 141), quelli *Disciplinari*, di *Sviluppo di competenza interculturale*, *Valoriali* e *Identitari*. Per quanto riguarda l'area linguistica, si sono selezionati solo segni in lingua straniera e bilingui o plurilingui, differenziando quelli, maggioritari, che oltre all'italiano contenevano solo l'inglese; quelli che contenevano solo lingue europee e "di studio" (nella scuola media inglese, francese, tedesco e, con una certa ambiguità risolvibile grazie al contesto, spagnolo), e quelli contenenti lingue "altre", spesso minoritari. Quasi tutti i lavori fotografati sfruttano la multimodalità, in particolare la dimensione visuale anche priva di input verbali, per richiamare diverse realtà culturali, linguistiche e valoriali (bandiere, arcobaleni). I supporti, prevalentemente cartacei, riflettono il carattere effimero di questi segni. Altri elementi importanti per valutare l'impatto ideologico della singola tipologia di segno, sono stati la visibilità (in spazi comuni/esterni o in singole aule), e la "portata", se cioè fossero presenti in diversi spazi perché parte di un progetto più ampio dell'intero plesso o dell'intera scuola.

Nel lavoro di analisi si sono così identificati tre approcci ideologici che corrispondono a tre diversi gradi di riconoscimento del plurilinguismo di fatto nelle scuole, a partire da quello della sua mera *presenza* (che se non diversamente assunta indica un atteggiamento neutro o problematico), rappresentata dagli elenchi che riportano per i motivi più diversi i nomi, spesso stranieri, dei bambini (come “diete religiose” o disposizione delle “file”). Segue il grado dell’*accoglienza e legittimazione* del plurilinguismo come elemento dell’identità multiculturale dei bambini, implicito nei lavori sulla grafia dei nomi, nei glossari strumentali all’apprendimento dell’italiano L2, nell’esposizione delle bandiere dei paesi di provenienza, o nelle presentazioni interculturali (feste, gastronomia, proverbi ecc.). Infine, più raramente, il plurilinguismo è oggetto di *valorizzazione* quando a scuola le lingue dei bambini suscitano curiosità e riflessioni metalinguistiche, si usano nello svolgimento di contenuti disciplinari (parole del mare, glossario dell’educazione stradale) e sono valorizzate pedagogicamente nella mediazione con i compagni neoarrivati o per aiutare gli insegnanti a “insegnare l’italiano” a chi ancora non lo sa.

I criteri di selezione e classificazione illustrati hanno permesso di evidenziare in una tabella, per ogni istituto e plesso scolastico, quante tipologie di segni potessero essere considerate di *legittimazione* oppure di *valorizzazione* delle lingue di immigrazione in rapporto alle lingue di studio e prestigio (inglese ed EU), considerando anche la loro visibilità e “portata”, come spiegato sopra.

Nella seconda fase del lavoro (il progetto didattico), si sono raccolti dati sulla consapevolezza linguistica degli alunni (conoscenza del proprio plurilinguismo e di quello della classe e del quartiere, preferenze linguistiche) attraverso questionari e si sono create attività (narrazione di fiabe, osservazione di immagini del PL del quartiere, discussioni con domande-stimolo, realizzazione di cartelloni) per stimolare la riflessione sul plurilinguismo come valore. I prodotti realizzati nelle scuole materne e primarie, oltre a riprodurre il PL plurilingue del quartiere di appartenenza, sono stati esposti, contribuendo ad arricchire il PL plurilingue della scuola.

Gli aspetti didattici del progetto (modalità di esposizione tematica, contenuti, tempi, prodotti ecc.) sono stati sviluppati facendo riferimento alla classificazione delle “buone pratiche” proposta da Favaro (2011), incentrata sulle azioni realizzate nelle scuole multietniche (accoglienza, aggiustamenti organizzativi, attività interculturali e altro) e agli esempi di lavoro sul plurilinguismo raccolti da Carbonara e Scibetta (2021). Il progetto, declinato in quattro diverse versioni secondo l’età, è stato discusso e modulato con gli insegnanti coinvolti, e la sua efficacia è stata poi verificata chiedendo ai docenti di compilare una griglia di osservazione su tutti gli aspetti delle attività svolte (tempistiche, interesse suscitato negli alunni italiani e stranieri, appropriatezza dei contenuti e delle azioni), e di suggerire possibili ampliamenti o migliorie.

3. CONTESTI URBANI

Rispetto a un’incidenza degli stranieri sul territorio nazionale dell’8,7% (dati ISTAT relativi a inizio gennaio 2023)⁵, a Milano i residenti stranieri sono 287.954 alla fine del 2022, con un aumento interno del 2,3% rispetto alla fine del 2019, precedente la pandemia (cfr. Tabella 1)⁶. La loro distribuzione presenta differenze che impongono il confronto tra i diversi quartieri nei quali si trovano le tre scuole selezionate per la ricerca.

⁵ Istat: <https://www.istat.it/>.

⁶ I dati riportati provengono dalla pagina web del Sistema Statistico Integrato del Comune di Milano (SISI): <http://sisi.comune.milano.it/>.

I plessi degli istituti comprensivi (d'ora in avanti IC) Iqbal Masih, di primaria e media, e Cadorna, di materna e primaria, fanno parte del Municipio 7 nella periferia ovest, uno dei nove distretti territoriali nei quali si distribuiscono gli 88 rioni urbani chiamati Nuclei di Identità Locale (NIL). L'Iqbal Masih si trova nel NIL 56 (Forze Armate) e l'IC Cadorna nel NIL 57 (Selinunte). Invece, l'IC Francesco Cappelli Casa del Sole (per semplicità qui chiamato IC Cappelli), ricade nel Municipio 2, nella zona nordorientale di Milano, con i plessi di media e primaria che si trovano nel NIL 20 (Loreto) all'interno del Parco Trotter - Casa del Sole di via Giacosa, e la scuola dell'infanzia di via Pontano che fa parte del NIL 19 (via Padova). I quattro NIL considerati presentano un'incidenza di residenti stranieri superiore sia a quella del Comune di Milano, sia a quella dei Municipi cui appartengono.

La percentuale di residenti stranieri nei due NIL del Municipio 2 (tradizionalmente quello a maggior incidenza di stranieri dell'intero Comune) è molto alta. Nel NIL 19 di via Padova c'è una leggera tendenza alla crescita, nonostante la già notevole densità abitativa, mentre nel NIL 20 (piazzale Loreto), più centrale e conteso tra gentrificazione e riqualificazione⁷, la popolazione straniera è in forte calo.

Tabella 1. *Distribuzione dei residenti stranieri nei NIL considerati, nei relativi municipi, e nel Comune di Milano dal 31/12/2019 (prepandemia Covid-19) e al 31/12/2022*

NIL 19 v. Padova (IC Cappelli materna)	Totale residenti	Totale stranieri	% stranieri
2019	37.786	13.131	34,8%
2022	37.797 (+ 0%)	13.335 (+1,6%)	35,3%
NIL 20 Loreto NoLo (IC Cappelli primaria e media)	Totale residenti	Totale stranieri	% stranieri
2019	45.464	15.604	34,3%
2022	44.004 (-3,2)	14.514 (-7%)	33%
MUNICIPIO 2	Totale residenti	Totale stranieri	% stranieri
2019	163.049	48.038	29,5%
2022	161.789 (- 0,8%)	46.723 (-2,7%)	28,9%
NIL 56 Forze Armate (IC Iqbal Masih primaria e media)	Totale residenti	Totale stranieri	% stranieri
2019	24.985	5.017	20,1%
2022	25.181 (+0,8%)	5.521 (+ 10,1%)	21,9%
NIL 57 San Siro/Selinunte (IC Cadorna materna e primaria)	Totale residenti	Totale stranieri	% stranieri
2019	27.028	9.934	36,8%
2022	26.653 (-1,4%)	10.004 (+0,7%)	37,5%

⁷ Il rione a nord di piazzale Loreto ha accolto, come tanti altri, le migrazioni dal Meridione dagli anni '50 del Novecento, e dagli anni 2000 quelle dai paesi del Sud del mondo. Dal 2010 circa è interessato sia da progetti speculativi, sia da interventi di riqualificazione urbana, grazie anche all'associazionismo locale, e il suo nuovo nome, NoLo (North of Loreto), è stato accolto nel *Piano di Governo del Territorio 2030* del Comune di Milano. Sul rione NoLo, cfr. Sapone (2021) e Coppola, Pacchi (2020).

MUNICIPIO 7	Totale residenti	Totale stranieri	% stranieri
2019	176.873	34.406	19,5%
2022	175.316 (-0,9%)	35.623 (+3,5%)	20,3%
COMUNE DI MILANO	Totale residenti	Totale stranieri	% stranieri
2019	1.404.431	281.582	20,1%
2022	1.396.673 (+0,6%)	287.954 (+2,3%)	20,6%

Tabella 2. *Incidenza, numero di nazionalità (tra parentesi), provenienza degli stranieri e principali gruppi linguistici nelle scuole studiate (A.S. 2021/22), e nei relativi ambiti territoriali (31/12/2022)*

Zona/scuola	Incidenza stranieri e (numero nazionalità)	Principali provenienze	Principali gruppi linguistici
NIL 19	35,3% (116)	Filippine, Egitto, Cina, Perù	Filippino, arabo, spagnolo, cinese
IC Cappelli materna	83%	Egitto, Bangladesh, Perù, Cina	Arabo, spagnolo, bengali, cinese
NIL 20	33% (124)	Egitto, Filippine, Cina, Bangladesh	Arabo, filippino, spagnolo, cinese
IC Cappelli primaria	61%	Egitto, Filippine, Cina, Bangladesh	Arabo, filippino, spagnolo, cinese
IC Cappelli medie	69,1%	Egitto, Filippine, Cina, Bangladesh	Arabo, filippino, spagnolo, cinese
IC Cappelli tutto	65,7% (39)	Egitto, Filippine, Cina, Bangladesh	Arabo, filippino, spagnolo, cinese
Municipio 2	28,9% (144)	Filippine, Egitto, Cina Bangladesh	Arabo, filippino, spagnolo, cinese
NIL 56	21,9% (104)	Filippine, Egitto, Perù, Sri Lanka	Arabo, spagnolo, filippino, rumeno
IC Iqbal Masih primaria	50%	Egitto, Filippine, Perù, Ecuador	Spagnolo, arabo, filippino, rumeno
IC Iqbal Masih medie	36,6%	Egitto, Filippine, Perù, Romania	Arabo, filippino, spagnolo, rumeno
IC Iqbal Masih tutto	45,5% (49)	Egitto, Filippine, Perù, Romania	Arabo, spagnolo, filippino, rumeno
NIL 57	37,5% (108)	Egitto, Filippine, Marocco, Perù	Arabo, filippino, spagnolo, cinese
IC Cadorna materna	60%	Egitto (80% degli stranieri), Perù, Cina, Tunisia	Arabo (85% degli stranieri), spagnolo, cinese, filippino

IC Cadorna primaria	66,7%	Egitto (52,6%), Filippine, Marocco, Romania	Arabo (61,4%), spagnolo, filippino, rumeno
IC Cadorna tutto	65% (23)	Egitto (57,2%), Filippine, Perù, Marocco	Arabo 65,3%, spagnolo, filippino, rumeno
Municipio 7	20,3% (136)	Egitto, Filippine, Perù, Romania	Arabo, spagnolo, filippino, rumeno/moldavo
Comune di Milano	20,6% (161)	Egitto, Filippine, Cina, Perù	Arabo, spagnolo, filippino, cinese

Nella zona ovest della città, invece, le realtà territoriali considerate sono ben diverse tra loro. Il NIL 57 San Siro/Selinunte (IC Cadorna), sebbene più centrale, è costituito in gran parte dagli alloggi popolari intorno a piazza Selinunte, abitati principalmente da immigrati di origine egiziana o magrebina. Qui l'incidenza degli stranieri supera persino quelle del Municipio 2 e dei NIL 19 e 20, anche se i numeri assoluti sono più bassi. Il NIL 56 (IC Iqbal Masih), invece, periferico e di più recente urbanizzazione (a partire dal boom economico postbellico per quanto riguarda l'edilizia popolare)⁸, gode di maggiori spazi verdi e presenta una minore densità abitativa⁹. Ciò spiega la crescita costante dei residenti stranieri, dovuta a redistribuzioni interne alla città più che a nuovi arrivi.

Riassumendo, nei rioni esaminati le successive ondate migratorie hanno dato vita a insediamenti multietnici nei quali si possono riconoscere ulteriori specificità, stratificazioni e spostamenti.

Nella Tabella 2 le provenienze geografiche e le principali comunità linguistiche nelle quali sono distribuiti i residenti stranieri dei vari NIL possono essere confrontate con quelle delle tre scuole considerate, di cui costituiscono il contesto sociodemografico¹⁰.

Tra le dieci nazionalità più rappresentate nel Comune di Milano, Filippine, Egitto, Cina, Perù, Marocco e Sri Lanka già alla fine degli anni '90 del Novecento contavano tra i 5000 e i 15.000 residenti¹¹. Si sono poi aggiunte nuove provenienze, e alla fine del 2022 la classifica è guidata da Egitto e Filippine, con circa 40.000 residenti ognuna, seguiti da Cina, Perù e Sri Lanka praticamente a pari merito, Romania, Bangladesh, Ecuador, Ucraina e Marocco.

Scendendo nei territori interessati dalla ricerca, nel Municipio 2 (IC Cappelli) nessuna nazionalità supera il 25% della popolazione straniera. Si tratta dunque di un quartiere multietnico a pieno titolo e di insediamento relativamente antico, nel quale la popolazione straniera tende, nel complesso, a calare. Nel Municipio 7, invece, nel NIL 57 (San Siro/Selinunte, IC Cadorna) la presenza egiziana e arabofona supera il 50% degli stranieri, ulteriormente rinforzata da quella marocchina al terzo posto, mentre nel NIL 56 la situazione è più plurale (anche linguisticamente), e la distribuzione delle principali provenienze è più equilibrata.

⁸ Notizie sugli isolati di edilizia popolare costruiti a Milano sono reperibili nella pagina web dell'ALER Azienda Lombarda Edilizia Residenziale: <https://aler.mi.it/cenni-storici>.

⁹ I dati sono tratti dalle Schede NIL del Comune di Milano e indicano i due NIL del Municipio 7 come quelli a minore e maggiore densità di popolazione, nel 2009, tra i quattro studiati: <https://www.comune.milano.it/aree-tematiche/edilizia/pgt-previgente/piano-dei-servizi/catalogo-schede-nil-elenchi-dei-servizi>.

¹⁰ I dati relativi alle scuole sono stati raccolti presso le scuole stesse.

¹¹ Anche questi dati sono estrapolati dalle tabelle del SISI.

Il numero di nazioni di provenienza degli immigrati stranieri riportato tra parentesi nella Tabella 2, indice di diversità linguistica, è alto in tutti i NIL considerati e nelle scuole, pur calando, resta dell'ordine di alcune decine. Il profilo del plurilinguismo “di fatto” presente nelle aree interessate coinvolge principalmente quattro lingue: in primo luogo l'arabo e lo spagnolo, parlati da migranti provenienti da numerosi paesi, seguiti dal filippino e dal cinese. Altre lingue raccolgono numeri irrisori di parlanti, divenendo così lingue minoritarie tra lingue minoritarie.

4. PRIMA FASE: CONTESTI SCOLASTICI

Dal confronto tra scuola e territori rappresentato nelle Tabelle 1 e 2, emerge che il contesto sin qui descritto incide in modo significativo sulle caratteristiche dei diversi istituti comprensivi.

L'incidenza dei bambini stranieri rispecchia e amplifica le dinamiche di insediamento dei residenti stranieri e la pervasività del plurilinguismo di fatto, come mostrato anche nella Tabella 3, dove i dati sono specificati per fasce d'età funzionale¹².

L'ufficio anagrafe scolastica (ANASCO – Comune di Milano) ha elaborato per ogni plesso di scuola elementare o media del Comune di Milano un “indice di segregazione” degli alunni stranieri che prende a base di calcolo l'incidenza dei bambini stranieri nel relativo bacino di utenza (per fascia scolastica)¹³, e lo confronta con l'incidenza dei bambini stranieri nel plesso. La Tabella 3 riporta tali indici (disponibili solo per l'A.S. 2020-21) come percentuali positive in caso di segregazione degli alunni stranieri; le percentuali negative indicano invece un'incidenza di italiani superiore a quella del bacino.

La diversa proporzione tra le presenze straniere rilevate a scuola e nei rispettivi bacini di utenza (che si sovrappongono solo approssimativamente ai territori sin qui considerati) indica fenomeni di segregazione (sovrarappresentazione di italiani o stranieri in scuole diverse) che riproducono, se non compensati in ottica democratica e multiculturale, le tensioni socioeconomiche delle rispettive zone¹⁴, con le cosiddette “scuole-ghetto” e con il fenomeno della “fuga” degli italiani verso le scuole private o più centrali¹⁵.

¹² Le fasce di età funzionali (3-5 anni per la materna; 6-10 anni per le elementari e 11-13 anni per le medie) si trovano nelle tabelle del SISI aggiornate alla fine del 2022, mentre i dati forniti dalle singole scuole riguardano il solo A.S. 2021/22. Il confronto tra territorio e scuole ha senso solo per elementari e medie, obbligatorie e frequentate da tutti i bambini delle relative fasce d'età.

¹³ Con l'istituzione dell'autonomia scolastica (2006) e l'abolizione del vincolo del bacino di utenza che prevedeva l'iscrizione prioritaria degli alunni in una scuola spazialmente prossima, si sono sviluppati fenomeni di mobilità soprattutto degli italiani (55% dei bambini italiani sono iscritti in scuole “fuori bacino”) che si traducono in forme di segregazione scolastica: cfr. Pacchi, Ranci (2017) e Disoteo (2019).

¹⁴ L'IC Cadorna e l'IC Cappelli, per esempio, sono stati più volte segnalati sulla stampa come “scuole ghetto”, ma anche come “scuole modello di integrazione”, impegnate a scongiurare l'emorragia di alunni italiani: cfr. Dazzi (2010); Luca (2013).

¹⁵ Gli italiani che fuggono dalle “scuole-ghetto” sono benestanti, quelli poveri ci restano insieme agli stranieri, a dimostrazione che l'elemento principale di segregazione non è l'etnia, ma il ceto.

Tabella 3. Incidenza di bambini stranieri per fasce d'età nei plessi studiati (A.S. 2021/22) e nei relativi ambiti territoriali (31/12/2022). Indice di segregazione dei plessi rispetto al bacino di utenza (A.S. 2020/21)

Zona/scuola	Incidenza per fasce d'età			Indice segregazione (solo primarie e medie)
	3-5	6-10	11-13	
NIL 19	52,3%	53,2%	45,9%	
IC Cappelli materna	83%			
NIL 20	36,9%	45,1%	34,6%	
IC Cappelli primaria		61%		4%
IC Cappelli medie			69,1%	5%
Municipio 2	36%	38,5%	33,1%	
NIL 56	34,6%	35,1	32,1	
IC Iqbal Masih primaria		50%		Plesso Valdagno 17% Plesso Viterbo: -3% Plesso Forze Armate: 4%
IC Iqbal Masih medie			36,6%	5%
NIL 57	59,8%	60,3%	55,1%	
IC Cadorna materna	60%			
IC Cadorna primaria		66,7%		23%
Municipio 7	31,7%	31,6%	26,5%	
Comune di Milano	26,6%	27,8%	24,6%	

Le specificità didattiche e di gestione del plurilinguismo delle scuole sono emerse dallo studio del loro PL e dalle conversazioni con le persone contattate (dirigenti, docenti ecc.) e consentono di proporre nelle sezioni seguenti una sintesi scuola per scuola.

4.1. IC Cappelli

L'IC Cappelli è ben radicato nel territorio e da oltre trent'anni anni coltiva scambi con istituzioni e associazioni locali. Animatori di questo sistema collaborativo sono la scuola, il comitato dei genitori e l'associazione La Città del Sole - Amici del Parco Trotter (composta da docenti, genitori e residenti), che promuove azioni comuni per la valorizzazione della *mixité* del quartiere¹⁶. Dei suoi cinque plessi si sono esplorati la materna di via Pontano e le scuole primaria e media Casa del Sole, disseminate tra i padiglioni del Parco Trotter¹⁷. Il bacino di utenza ricalca la composizione demografica descritta, e l'indice di segregazione, relativamente basso e in rallentamento, dei plessi di elementari e medie, conferma l'equilibrio multi-etnico (cfr. Tabella 3). La percentuale di chi parla le prime quattro lingue presenti (77,1%) è la più bassa dei tre istituti considerati e indica una buona diversificazione linguistica.

¹⁶ Presso l'IC Cappelli sono stati contattati il dirigente Francesco Muraro; Francesca Del Vecchio (docente, FS Intercultura, distaccata sul PoloStart1); Laura Fortina (docente, responsabile laboratorio italiano L2, FS Università, ricerca, tirocini); Filomena Cilenti (docente, referente Intercultura per la primaria Casa del Sole); Barbara Colombini (docente, coordinatrice scuola dell'infanzia); Valeria Ranzi (docente, coordinatrice di classe); Jolanda Didoné (ex-docente e docente Italiano L2, assistenza didattica extrascolastica); Dino Barra (Archivio Storico Casa del Sole, Associazione La Città del Sole - Amici del Parco Trotter); Guidobaldo Torelli (Spazio biblioteca interculturale, Associazione La Città del Sole - Amici del Parco Trotter).

¹⁷ Per notizie sul parco e la scuola si può fare riferimento all'Archivio Storico Casa del Sole: <http://www.archivistoricocasadelsole.it/>.

Il PL commerciale straniero del quartiere conferma il radicamento ormai storico di alcune comunità come quella cinese, che ha anche una scuola nel Parco Trotter aperta nei giorni festivi, e quella latino-americana, un tempo prevalente, che ha “marcato” gli spazi con vetrine e insegne nelle quali è prominente lo spagnolo come ostentazione identitaria, rivolta ai connazionali, e talvolta come richiamo “esotico” per gli italiani (Calvi, 2018b). Sono ben visibili anche i negozi magrebini e crescono quelli di cingalesi e bengalesi.

Figura 1. Ristorante cinese in via Giacosa



Il ristorante cinese della Figura 1, in via Giacosa, dove si trova una delle due entrate della scuola, espone sopra l’insegna in italiano un elemento ben più visibile e con testo in cinese, oltre a un calligramma, sempre in cinese, che richiama un “sigillo” al centro della facciata, e della lista delle pietanze, bilingue con il cinese seguito dall’italiano, esposta alla finestra, mostrando un’intenzione comunicativa chiaramente rivolta ai numerosi connazionali della zona (Uberti-Bona, 2016).

IL PL dell’IC Cappelli (cfr. Tabella 4) testimonia lo sforzo per superare l’approccio emergenziale alla multietnicità, nonostante il calo delle risorse pubbliche e l’arrivo ogni anno di un 12% di alunni stranieri. Vari docenti hanno accompagnato la raccolta fotografica, segnalando le attività di valorizzazione delle lingue e delle identità, tra le quali la Giornata della lingua madre coinvolge tutta la scuola. Nel PL della scuola si conserva anche memoria di una uscita fotografica nel quartiere svolta qualche anno fa, che mostra il vivo interesse di alunni e insegnanti per la pluriethnicità della zona¹⁸.

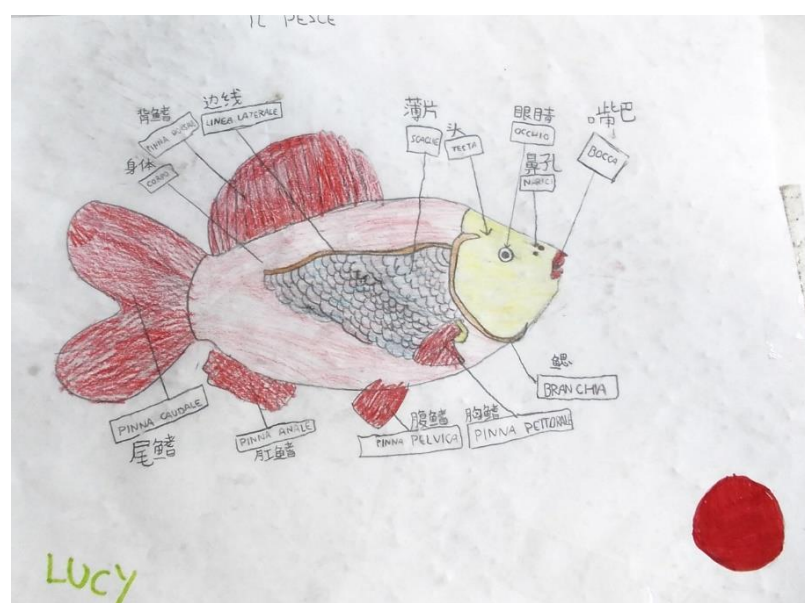
¹⁸ Insieme ad alcune insegnanti, e con la collaborazione del fotografo volontario Paolo Balbo, i bambini hanno raccolto immagini di negozi, edifici e famiglie della zona, che sono state poi incorniciate e sono ora esposte negli spazi comuni di uno dei padiglioni della scuola primaria.

Tabella 4. *Legittimazione e valorizzazione del plurilinguismo di fatto nell'IC Cappelli*

IC Cappelli	rapporto alunni stranieri/alunni totali	tipologie di segni con solo inglese o lingue europee rispetto a tipologie totali (27% nell'IC)	in spazi comuni o rivolti all'esterno	in aule	progetti d'istituto o su più classi
MATERNA	39/47	0/9			
legittimazione			3	6	3
valorizzazione			-	1	1
PRIMARIA	326/529	10/36			
legittimazione			9	7	12
valorizzazione			5	5	6
MEDIE	256/370	7/16			
legittimazione			2	3	3
valorizzazione			2	2	1

Nella Figura 2a si vede come un'attività disciplinare di scienze in una quarta abbia permesso di “fissare” alcuni termini specifici in alcuni glossari nelle lingue dei bambini della classe (in questo caso il cinese, al quale è assegnato come codice-colore un bollo rosso). In una classe delle medie, invece, si è ricercato il *PL sonoro*, chiedendo ai ragazzi di nominare le lingue che hanno sentito parlare fuori casa. Infine, il murale della Figura 2b, realizzato sulla parte interna della recinzione del parco, aperto al pubblico negli orari extrascolastici, dichiara in prima persona che «nella mia scuola nessuno è straniero», rinforzando un regime affettivo che sostiene comportamenti improntati all'accoglienza e al rispetto delle diverse identità (Wee, 2019).

Figure 2a e 2b. *Classe quarta (IC Cappelli) e muro interno del Parco Trotter*





4.2. IC Cadorna

L'IC Cadorna¹⁹, limitatamente ai plessi di materna e primaria di via Dolci coinvolti nella ricerca, condivide con l'IC Cappelli l'alto tasso di presenza straniera nella scuola. Tuttavia, qui gli alunni di origine magrebina e arabofona, seppure nati in Italia, sono la stragrande maggioranza (cfr. Tabella 2), e il bacino di utenza è più polarizzato di quelli del Municipio 2 per la presenza storica nelle sue frange verso il centro di famiglie italiane di fascia medio-alta che evitano una scuola così marcata dall'utenza straniera di ceto medio-basso. L'indice di segregazione degli alunni stranieri è pertanto tra i più alti dell'intera città (cfr. Tabella 3). La preponderante presenza egiziana oscura altre lingue e provenienze, riducendo la diversità linguistica della scuola a favore dell'arabo, mentre le altre tre lingue principali, spagnolo, filippino e rumeno, sono parlate complessivamente solo dal 24,5% degli alunni stranieri. Tuttavia, e nonostante l'avvicinarsi di dirigenti e docenti precari, il PTOF (Piano Triennale dell'Offerta Formativa) pone come criteri generali per il curricolo il confronto positivo con la diversità, l'approccio interculturale, la visione educativa laica e democratica. Da quasi vent'anni, grazie anche alla mediazione dell'associazione dei

¹⁹ Per l'IC Cadorna si sono sentite le due dirigenti avvicendatesi negli AA.SS. 2021/22 e 2022/23, Maura Avagliano e Anna Di Terlizzi rispettivamente; Antonella Sada (docente, coordinatrice della scuola dell'infanzia, referente Intercultura); Chiara Pellegrini (docente, referente Continuità e Raccordo); Anita Colombini (docente, commissione Continuità); Sabina Uberti-Bona (referente Intercultura dell'assemblea dei genitori negli anni 2012-2019, coordinatrice progetto ECASS Erasmus+ KA2 Strategie e Partnership per l'Area Servizi Scolastici ed Educativi del Comune di Milano).

genitori, la scuola realizza numerose iniziative aperte al territorio per coinvolgere famiglie e bambini, non solo stranieri.

Nelle vie intorno alla scuola molti negozianti sono magrebini, ma non mancano ristoranti indiani e peruviani, un panettiere rumeno e piccoli alimentari gestiti da bengalesi.

Figura 3. Insegna di un negozio di arredamento in stile arabo, via Ricciarelli



La Figura 3 ritrae l'insegna di un negozio della via che costeggia la scuola. Il testo italiano dell'insegna («salotti stile arabo» e, più grande, «sartoria») traduce l'arabo, che grazie a un espediente grafico (l'allungamento del tratto di unione di due lettere) ingloba l'italiano 'sartoria' nel suo equivalente. L'italiano è più visibile, ma le foto di arredi ai lati dell'insegna (e le telerie vendute all'interno), di inconfondibile gusto magrebino, mostrano che i destinatari del messaggio sono i clienti nordafricani, o quelli di altre nazionalità che cercano servizi sartoriali economici.

Il PL dell'istituto comprensivo è assai ricco (cfr. Tabella 5), come del resto si è potuto sistematicamente verificare in tutti i plessi di scuola materna e primaria visitati, rispetto a quanto rilevato alle medie, e anche in questa scuola la raccolta fotografica ha preso la forma di un tour guidato grazie all'accompagnamento e le spiegazioni delle docenti di riferimento per l'inclusione degli alunni stranieri.

Tabella 5. Legittimazione e valorizzazione del plurilinguismo di fatto nell'IC Cadorna

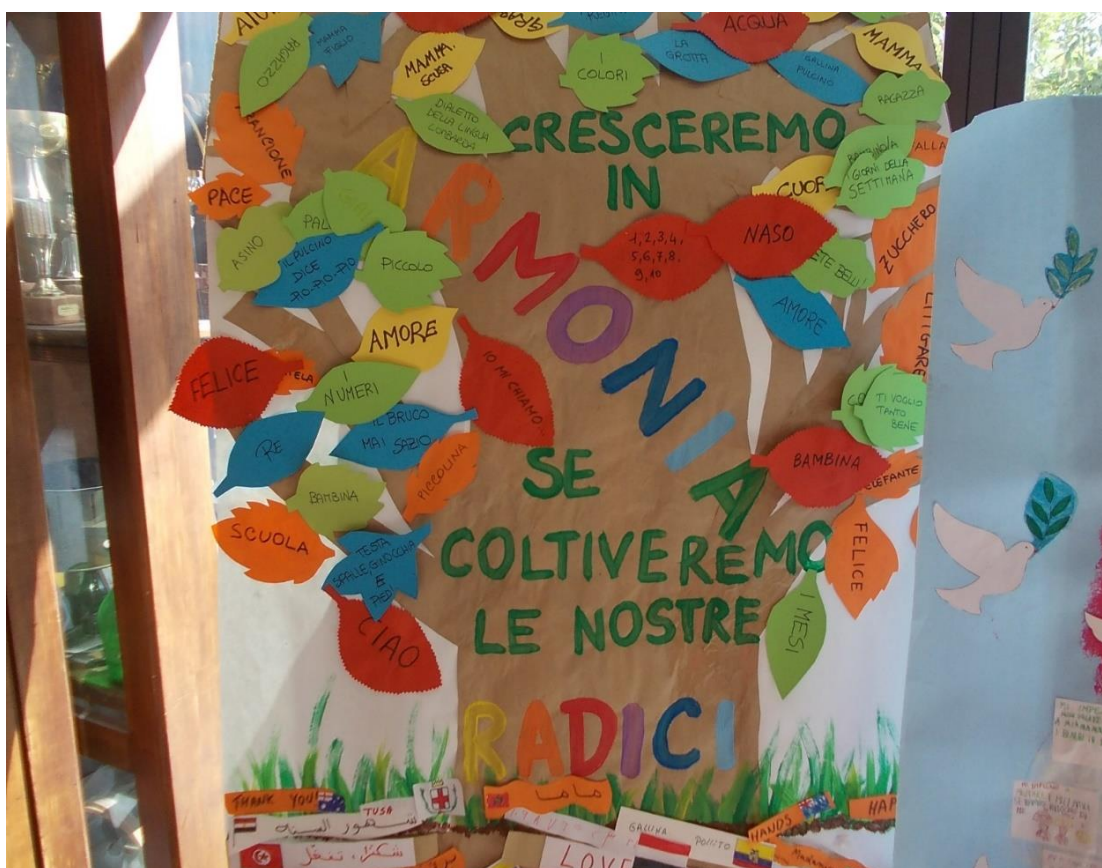
IC Cadorna	rapporto alunni stranieri/alunni totali	tipologie con solo inglese o lingue europee rispetto a tutte le tipologie (15% in totale)	in spazi comuni o rivolti all'esterno	in aule	progetti d'istituto o su più classi
MATERNA	64/110	2/16			
legittimazione			6	4	5
valorizzazione			1	3	1
PRIMARIA	329/494	4/21			
legittimazione			5	11	
valorizzazione			-	1	1

L'IC Cadorna pone l'accento su "diversità" e inclusione in senso ampio, non esclusivamente, né principalmente, linguistico, con iniziative di sostegno e coinvolgimento rivolte a stranieri e italiani in ugual misura, ma con finalità diverse, come i corsi pomeridiani, il servizio di *baby-sitter* durante le riunioni scolastiche, l'insegnamento dell'italiano alle mamme arabe, il mercatino dell'usato (abbigliamento per bambini in particolare), la ricca offerta di attività extrascolastiche pomeridiane, spesso gratuite, e le feste interculturali nei sabati di "Scuola aperta" organizzati dall'associazione dei genitori. Altre associazioni, università e istituzioni collaborano ad azioni di contrasto alla povertà educativa e al disagio, contribuendo a minimizzare la "fuga" degli italiani.

Anche in questa scuola si svolge la Giornata della lingua madre, un progetto che coinvolge i plessi di materna e primaria e dura qui un'intera settimana. L'iniziativa proponeva nell'anno scolastico in corso la valorizzazione delle lingue d'origine attraverso la metafora delle "radici" da preservare, come si vede nella Figura 4 (alla pagina che segue), dove ai piedi di un grande albero ogni bambino ha incollato una parola, nella propria lingua madre, che dà linfa alla pianta risalendo lungo il tronco, sino a raggiungere le foglie, sulle quali sono vergate parole italiane.

Un altro esempio di valorizzazione delle lingue è la raccolta di fiabe bilingui in italiano e altre lingue straniere, esposte su alcuni cartelli ben visibili nella biblioteca della scuola primaria e realizzate dagli alunni nell'ambito di un progetto elaborato da alcune insegnanti. In ultimo, la scuola ha organizzato in passato delle passeggiate nel quartiere con l'accompagnamento da parte di mamme straniere, per visitare negozi e botteghe dove lavorano alcuni dei genitori dei bambini (parrucchieri, alimentari, casalinghi, ristoranti ecc.), realizzando così una sorta di ricognizione spontanea e molto partecipata del PL plurilingue della zona.

Figura 4. Atrio (IC Cadorna)



4.3. IC Iqbal Masih

L'istituto comprensivo è formato da tre plessi di primaria e uno di medie che sono stati tutti considerati nella ricerca²⁰. La presenza di alunni stranieri, comunque vicina al 50%, è minore di quella degli altri due istituti comprensivi.

La scuola si trova in una zona con sacche di povertà ed emarginazione, ma dal tessuto sociale piuttosto uniforme (cfr. Tabella 2), composto da lavoratori di fascia medio-bassa. Il PL commerciale plurilingue insiste sulle marcature etniche per indicare prodotti difficilmente reperibili altrove, come fa il negozio moldavo della Figura 5, che serve ucraini, moldavi e rumeni e gioca sulla somiglianza della lingua dei due ultimi con l'italiano per rinunciare alla traduzione («La mia casa in Moldavia – Minimarket alimentare»), sottolineando poi nel testo, e con lo stemma ripetuto due volte, l'identità della negoziante.

Figura 5. Mercatino alimentare moldavo in via Forze Armate



I negozi stranieri propongono anche nuove combinazioni commerciali, per esempio allestendo nello stesso spazio una macelleria islamica e una rosticceria latino-americana.

²⁰ Nell'Istituto Comprensivo si sono contattate, oltre alla dirigente Carmen Lanzotti, le seguenti figure: Alfio Menga (collaboratore DS); Paola Bosi, Cristina Delia, Miriam Giulio, Michela Monistier, Silvia Nebuloni (docenti e coordinatrici di plesso); Patrizia Barbera, Irene Koulouris, Giovanna Lo Monaco, Anna Palmisano (docenti e referenti Intercultura e commissione stranieri); Paola Tresoldi (docente e FS per il PTOF); Giorgia Ielo (docente, collaboratrice DS e FS inclusione per la scuola secondaria); Daniela Bianchi, Eleonora Carletto, Maria Adele Favini (docenti).

L'IC Iqbal Masih è fiero del suo nome. Nell'A.S. 2022/23 presso il plesso di via Viterbo è stato realizzato un murale visibile dall'esterno con il ritratto del giovane attivista pachistano, impegnato contro il lavoro infantile e ucciso nel 1995, a cui è intitolata la scuola. Benché struttura e dirigenza siano unitarie, si rilevano alcune differenze tra i plessi di primaria. L'indice di segregazione è alto, e in crescita, in via Valdagno, dove vi è la più alta incidenza di stranieri. In via Forze Armate l'indice è invece piuttosto basso e in via Viterbo è addirittura negativo (-2%), forse perché la vicinanza alla metropolitana lo rende appetibile per alcuni italiani provenienti da fuori bacino. A ciò si aggiunge una sorta di "specializzazione etnica", con una concentrazione di alunni arabofoni in via Valdagno e ispanofoni in via Forze Armate. Lo sviluppo di competenza multilinguistica è inteso nel PTOF come promozione dell'inglese e avvicinamento a una seconda lingua europea, e i progetti che riguardano altre lingue e culture (quasi assenti nello scarno PL delle medie) sono lasciati all'iniziativa dei singoli o a eventi come la festa della scuola e la Settimana tematica. L'IC Iqbal Masih è impegnato nel realizzare l'inclusione di molti bambini con difficoltà fisiche e cognitive, lasciando in secondo piano quella culturale e linguistica.

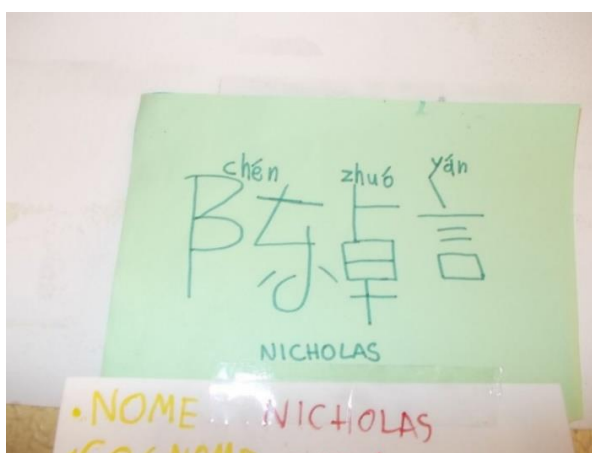
Nel PL della scuola (cfr. Tabella 6) si sono trovate tracce di una marcia per la pace organizzata dalla scuola stessa nel quartiere a fine marzo 2022 (poco dopo l'inizio della guerra in Ucraina), cui hanno partecipato tutti i plessi. Anche in questo caso, tuttavia, la riflessione sulla pace tra i popoli mostra un approccio gerarchizzato al plurilinguismo. Nei numerosi esempi di arcobaleni, bandiere e colombe esposti nelle aule o verso l'esterno, la parola "pace" ricorre in italiano e in inglese, o più raramente in ucraino, ma solo in via Viterbo è declinata anche nelle lingue dei bambini.

Tabella 6. *Legittimazione e valorizzazione del plurilinguismo di fatto nell'IC Iqbal Masih*

IC Iqbal Masih	rapporto alunni stranieri/alunni totali	tipologie con solo inglese o lingue europee rispetto a tipologie totali (53% nell'IC)	in spazi comuni o rivolti all'esterno	in aule	progetti d'istituto o su più classi
PRIMARIA					
plesso Viterbo	85/270	6/11			
legittimazione			4	4	4
valorizzazione			1	-	
plesso Valdagno	138/208	6/13			
legittimazione			4	3	4
valorizzazione			-	-	
plesso Forze Armate	171/310	12/21			
legittimazione			1	6	1
valorizzazione			2	-	
tot. primaria	394/788	24/45			
MEDIE	145/396	13/25			
legittimazione			8	2	5
valorizzazione			-	2	-

Presso l'IC Iqbal Masih non si sono reperiti esempi di progetti di valorizzazione del plurilinguismo che avessero coinvolto tutta la scuola o anche solo un intero plesso, eppure, anche qui, si sono potuti raccogliere alcuni esempi di riflessione sulla lingua, come nella scritta cinese con traslitterazione sillabica a uso di un interlocutore italiano della Figura 6, trovata in un'aula di doposcuola. In un altro caso, su un foglio incollato su un armadio in un atrio nel quale si svolgono attività di insegnamento e rinforzo dell'italiano L2, si è potuto fotografare il nome 'Sara', che è nome sia italiano sia magrebino, scritto in "alfabeto" arabo.

Figura 6. Plesso via Forze Armate (IC Iqbal Masih)



Questi esempi, benché probabilmente elicitati da adulti, mostrano l'interesse dei bambini stranieri a interrogarsi (ed essere interrogati) sulle loro lingue, e hanno ispirato la scelta di chi scrive di affiancare all'indagine sul PL della scuola il progetto di un'attività di sensibilizzazione al plurilinguismo che sfruttasse il PL del territorio, conosciuto dagli alunni e quindi più stimolante.

5. SECONDA FASE: L'AZIONE NELLE SCUOLE

L'azione didattica è stata differenziata nei tre gradi scolastici interessati (materna, elementari, medie), e introducendo piccole variazioni tra i primi tre e gli ultimi due anni delle elementari, per rispettare le diverse capacità di lettoscrittura corrispondenti all'età. Le osservazioni sul lavoro e i suoi risultati sono proposte secondo i gradi scolastici.

5.1. *Ultimo anno della materna: 5 anni*

I plessi di scuola materna, nei quali si sono svolti due incontri di un'ora, appartengono a due scuole (IC Cappelli e IC Cadorna) delle quali si è visto l'impegno in attività di intercultura e valorizzazione del plurilinguismo presente.

Gli alunni di cinque anni si preparano all'ingresso nella scuola primaria. A loro è stata proposta nel primo incontro una fiaba sulla differenza tra 'scritte' e 'scarabocchi', e ai bambini si sono mostrati poi esempi delle une e degli altri, verificando che non solo distinguono le scritte dagli scarabocchi, ma riconoscono i diversi sistemi di scrittura delle varie lingue, individuati nelle fotografie del PL del quartiere.

Nel secondo incontro i bambini hanno disegnato i prodotti in vetrina dei negozi pre-disegnati su dei fogli A3, scegliendo l'insegna (e quindi il tipo di prodotti) tra le varie proposte su strisce prestampate nelle lingue della classe e in italiano e inglese (Figura 7).

Figura 7. Classe materna (IC Cadorna)



Gli alunni hanno poi incollato i “loro” negozi, e le fotografie preferite o meglio riconosciute tra quelli del quartiere, su un cartellone con disegnato un incrocio stradale, inventando a volte nuovi nomi in italiano per i negozi della zona. In ultimo, hanno colorato delle schede di gradimento (faccine allegre o tristi), mentre le maestre hanno compilato una scheda di osservazione.

Nei “testi” che i bambini riferivano di aver “scritto” con gli scarabocchi si sono reperiti alcuni esempi di consapevolezza e curiosità linguistica («Questo scarabocchio vuol dire ‘scarabocchio’»), e di manipolazione plurilinguistica («Ciaociao e poi salam in arabo»). Le preferenze linguistiche, inferite dall’osservazione e dalle lingue scelte per le insegne dei negozi, risultano già sviluppate, e sono orientate sulle lingue parlate in famiglia e sull’inglese (molti filippini nel gruppo). Le osservazioni delle insegnanti hanno confermato l’utilità della fiaba per suscitare attenzione e curiosità, e il vivo interesse innescato dalle fotografie del PL del quartiere, dove i bambini hanno ritrovato le “loro” lingue in luoghi esterni alla casa e alla scuola. Per rendere più efficace l’attività si è suggerito di abbinarla a una “caccia” alle parole straniere nelle vie del rione, e a qualche momento di ripresa successivo.

Nei giorni seguenti, alcune insegnanti hanno rinforzato il legame delle lingue con l’identità dei bambini e con il territorio, arricchendo il cartellone con disegni di alberi, automobili, semafori e bambini (cfr. Figura 7).

5.2. Scuola primaria: 6-8 anni, e 9-10 anni.

Le classi di scuola primaria nelle quali si è svolto il progetto (un unico incontro di due ore) appartengono a tutti i plessi dei tre istituti comprensivi: la prima all'IC Cadorna, la seconda al plesso di via Valdagno dell'IC Iqbal Masih, la terza al plesso di via Viterbo nello stesso istituto, la quarta all'IC Cappelli e la quinta al plesso di via Forze Armate dell'IC Iqbal Masih. Il lavoro si è svolto in modo simile a quello della materna, ma solo ai bambini dalla prima alla terza si è proposta una fiaba, ora centrata sul plurilinguismo (i gatti parlano “gattese”, i conigli “conigliesco” ecc.), mentre a quelli di quarta e quinta si è chiesto di copiare la scritta in lingua straniera scelta per l'insegna del negozio.

In tutte le classi si sono censite le lingue parlate in famiglia, e si è chiesto di riconoscere la parola “ciao” proposta nelle lingue della classe (compresi italiano e inglese). Si è poi innescata una riflessione attraverso domande-stimolo riferite alle immagini dei negozi stranieri della zona (Cosa vuol dire plurilinguismo? Che lingue vedete nelle fotografie di questi negozi? A cosa servono?). Spesso i bambini hanno avuto il tempo di inventare nuovi nomi per i negozi del quartiere (p. es. “Buon mangiare” per un negozio di alimentari latino-americano) e, in un momento successivo all'attività, hanno ulteriormente arricchito il cartellone. Nella prima dell'IC Cadorna, confermando l'attenzione alla valorizzazione dell'identità e la presenza della scuola nel territorio, gli alunni hanno aggiunto fotografie di loro stessi come “pedoni”.

Nella seconda di via Valdagno (IC Iqbal Masih), dove l'insegnante è di origine greca, gli alunni hanno disegnato bambini con dei fumetti con scritto “ciao” in tutte le lingue, compreso il greco. Infine, la quarta dell'IC Cappelli, confermando la vocazione al plurilinguismo anche in ambiti disciplinari, ha arricchito il cartellone di elementi tridimensionali collegati al lavoro sull'educazione stradale che la classe stava svolgendo in quel periodo, producendo poi diversi glossari delle “Parole di strada” nelle loro lingue.

Il gradimento è stato generale, e condiviso dalle insegnanti. Per valutare le preferenze linguistiche dei bambini si è proposta una scheda dove elencare le lingue conosciute e quelle che volevano imparare. Nelle preferenze indicate sono emerse alcune particolarità. Nella prima dell'IC Cadorna la metà dei bambini vuole imparare l'inglese, che hanno appena cominciato a studiare, mentre nelle altre classi esso non è mai tra le prime quattro lingue preferite. Lo spagnolo, che è lingua europea, ma anche lingua madre dei bambini di origine latino-americana, si trova spesso in prima o seconda posizione²¹; e le lingue europee francese e tedesca sono citate nelle classi di via Viterbo dell'Iqbal Masih, quello a minor incidenza di stranieri.

Tra le lingue di immigrazione preferite si trovano arabo, filippino e portoghese/brasiliano, oltre a cinese e giapponese anche in classi senza bambini di quella provenienza. Infine, nella seconda con la maestra di origine greca, un bambino dichiara di voler imparare il “grecio”. Solo un'alunna italiana (Iqbal Masih, IC Viterbo) non vuole imparare nessuna lingua, mentre nelle due classi degli istituti a maggior presenza di stranieri (IC Cadorna e IC Cappelli) alcuni bambini affermano di voler imparare l'italiano. La scelta delle lingue segue il criterio delle mode e delle amicizie (voglio imparare il filippino perché ho l'amico filippino, o perché il mio amico vuole imparare il filippino), ma anche la curiosità (4 bambini vogliono imparare il giapponese in una classe senza giapponesi, e 8 il cinese in una classe senza cinesi), e in misura non trascurabile la “gerarchia” delle lingue (lingue europee, con francese e tedesco preferiti all'inglese che si studia a scuola). L'attività ha prodotto un interesse generalizzato verso il plurilinguismo,

²¹ Anche perché, come per le medie, si erano selezionate classi con bambini ispanofoni per facilitare il lavoro di gruppo su esempi di PL in una lingua più simile all'italiano.

inducendo molti bambini italiani a citare il dialetto e l'inglese tra le lingue conosciute, pur di potersi annoverare tra i "poliglotti" della classe. Sembra anche che lo studio obbligatorio dell'inglese scoraggi (per le modalità didattiche, o per l'impegno che richiede) l'interesse dei bambini verso questa lingua.

5.3. Scuola media: 11-13 anni

In ogni classe si è svolto un incontro di due ore, inizialmente nella prima e nella terza dell'IC Iqbal Masih e quindi, dopo la revisione del progetto grazie ai *feedback* ricevuti, nella seconda dell'IC Cappelli. Si sono scelte classi con alunni di origine latino-americana e dove fosse insegnato lo spagnolo, per facilitare un lavoro di traduzione poi non realizzato.

Ai ragazzi si è proposta una breve discussione sul plurilinguismo, con alcune domande-stimolo, e una presentazione delle caratteristiche principali del PL commerciale plurilingue, mostrando gli esempi raccolti nel quartiere e facendo indovinare le lingue e ipotizzare i contenuti testuali. Si sono poi fatte compilare una scheda di classificazione delle lingue e dei sistemi di scrittura (solo in prima e in terza, perché poi questa attività è stata abbandonata); una scheda di analisi di una fotografia del PL della zona a piccoli gruppi (cfr. Figura 8), una scheda di traduzione in piccoli gruppi e con il cellulare di alcuni nomi di pietanze latino-americane (anche qui solo in prima e terza); una scheda individuale sulle preferenze linguistiche e relative motivazioni (solo in seconda, in sostituzione di quelle giudicate inadatte in prima e in terza). Tutti i ragazzi hanno compilato una scheda di gradimento e riflessione sul lavoro svolto. Gli insegnanti hanno compilato una scheda di osservazione.

Figura 8. *Seconda media (IC Cappelli)*

Cosa si vede nella nostra fotografia:

un negozio - un muro - un veicolo - un cartello - un edificio - un baracchino di vendita

un cartello - un cestino della spazzatura o ALTRO _____

E' un esempio di paesaggio linguistico: FISSO - MOBILE

E' un messaggio:

ISTITUZIONALE - COMMERCIALE - INFORMALE

Questo testo è:

un'insegna - una pubblicità - una pubblicità ufficiale - un annuncio personale - un avviso - un menu - una protesta o ALTRO _____

Abbiamo trovato queste lingue (compreso l'italiano): INGLESE

Le scritte servono a: PROTESTARE

L'attività che ha suscitato il maggior coinvolgimento è stata l'osservazione del PL del quartiere: a tutti è piaciuto "indovinare" le lingue, e tutti hanno compilato con precisione la scheda di analisi, come si vede nella Figura 8 (tipo di supporto; PL fisso/mobile; PL commerciale/istituzionale/informale; tipo di testo; lingue; funzione/scopo del testo).

Il lavoro di traduzione, proposto in prima e in terza, ha ottenuto scarsi risultati, anche per le dinamiche tra pari: i ragazzi non sono riusciti a usare gli *smartphone* in modo efficace e hanno collaborato tra loro solo a tratti. I giudizi sul lavoro svolto hanno esplicitato tali difficoltà («difficile lavorare in gruppo»; «ci vuole più silenzio»), e vissuti legati a dinamiche interpersonali («volevo scegliere il gruppo»; «decidono sempre le donne»). I suggerimenti sono apparsi invece molto utili ai fini di una rielaborazione definitiva e replicabile del progetto: «più giochi sulle lingue»; «parlare degli immigrati» (consigliato da un bambino straniero); «portare qualcosa di quei posti»; «più movimento»; «parlare di altre lingue che potrebbero piacere». Sarebbe quindi auspicabile (anche secondo i docenti) prevedere un numero maggiore di incontri e tempi più distesi, con uscite sul territorio, collegamenti interculturali e approfondimenti sulle lingue.

L'indicazione delle preferenze linguistiche, proposta solo nella seconda dell'IC Cappelli, mostra consapevolezza e pensieri stimolati dall'attività didattica.

Gli alunni stranieri privilegiano l'inglese, per la sua utilità («Lo conoscono tutti»); alcune lingue madri, come spagnolo, filippino e cinese; ma anche coreano e giapponese che nessuno in classe parla, quest'ultimo perché «Mi ispira e mi piacciono gli *anime* e i *manga*». Un alunno indica l'italiano: «È la lingua che sto imparando».

Gli italiani, in minoranza nella classe, scelgono anch'essi l'inglese, che «È facile perché la studio a scuola», alla pari con il cinese, «Interessante», seguiti da spagnolo, italiano, filippino e giapponese.

A parte gli evidenti "passaparola" tra amici, le motivazioni dei bambini italiani sono ben diverse da quelle degli stranieri: i primi scelgono lingue che considerano "facili" (inglese, spagnolo, italiano), o lingue "distanti" che li incuriosiscono. I secondi, invece, scelgono lingue utili o per le quali provano un legame affettivo (collegandole al buon cibo, o alla lingua madre), e sanno evocare aspetti specifici delle lingue altre, come la pronuncia («Piace da ascoltare») e il tipo di scrittura («Stupisce quanti caratteri hanno»).

6. CONCLUSIONI

La ricerca e l'attività didattica descritte hanno chiarito i due aspetti che si volevano indagare. In primo luogo, l'analisi del PL scolastico ha confermato i dati linguistici e sociodemografici raccolti, e ha permesso di specificare gli atteggiamenti prevalenti nei diversi istituti. L'IC Cappelli va ben oltre i suggerimenti ministeriali, e valorizza in modo specifico, a scuola, il plurilinguismo degli alunni, che invece l'IC Cadorna, con uguale impegno, legittima in più stretto collegamento con iniziative di sostegno alle famiglie multietniche del territorio. Nell'Iqbal Masih prevale la gerarchia linguistica stabilita implicitamente a livello istituzionale tra lingue di studio o di prestigio e lingue "altre", mentre le azioni interculturali sono affidate a iniziative di singoli docenti.

In secondo luogo, l'azione didattica realizzata ha confermato, e legittimato, la forte curiosità per le lingue degli alunni, italiani e stranieri, delle scuole plurilingui. In particolare, gli italiani recepiscono come un'invidiabile ricchezza l'esposizione al patrimonio multilingue degli stranieri, mentre gli stranieri mostrano una maggiore attitudine alla riflessione metalinguistica legata alla loro identità plurale e alla coscienza dell'utilità strumentale delle lingue.

Lo studio del PL plurilingue del territorio ha fornito riscontro concreto ai dati statistici, e la sua presentazione agli alunni, aspetto originale della presente ricerca, è stata l'attività che li ha maggiormente coinvolti. I cartelloni prodotti sono poi andati ad arricchire il PL plurilingue delle classi, costituendosi come esempio percorribile di modulazione dal basso degli input istituzionali.

La risposta dei docenti è stata positiva e propositiva. Essi hanno collegato il progetto ad attività o temi prioritari della loro azione educativa, e hanno proposto o richiesto a chi scrive modalità di condivisione e approfondimento della riflessione sul plurilinguismo (collaborazioni con l'università; redazione di contributi su riviste specializzate; ripresa e ampliamento delle attività). Tra i suggerimenti è certo da raccogliere l'idea delle passeggiate di esplorazione del PL del quartiere, che consentirebbe di utilizzare la metodologia della ricerca-azione come strumento didattico (Besozzi, Colombo, 1998), per promuovere anche nei più piccoli (e nei docenti) consapevolezza metalinguistica e riflessione sulle ideologie linguistiche, secondo una pedagogia democratica e un approccio critico sperimentati per esempio in Svezia da Sullivan, Waldmann, Wiklund (2022).

Tuttavia, la "memoria" della scuola è breve, il suo PL effimero, gli aggiornamenti normativi e organizzativi continui, e a volte il ricordo di quanto fatto va perduto. Per questo, i progetti didattici che sfruttano il potenziale del PL andrebbero fissati in repertori facilmente consultabili e accessibili a tutti, come accade per esempio con il "Repertorio di buone pratiche di educazione interculturale in Lombardia" (e relativo *database*) gestito a Milano dalla fondazione ISMU. La struttura delle attività qui proposte, facilmente replicabile, ampliabile e adattabile a nuovi contesti, intende sostenere la promozione di un approccio più egualitario e democratico alla diversità linguistica.

Sul piano metodologico, il lavoro svolto ha introdotto un elemento di innovazione proponendo il confronto tra PL scolastico e del territorio circostante, dal quale si possono trarre informazioni più fini sul tessuto sociale in cui sono immersi i bambini, e spunti utili per avvicinare l'azione didattica alla loro esperienza. Si è anche verificato che rispetto alla griglia di osservazione proposta da Bellinzona (2021) i segni a tema didattico-pedagogico sono i più illuminanti su atteggiamenti e ideologie presenti nelle scuole, attraverso le lingue e i contenuti proposti. Questi e altri elementi, considerati anche in archi temporali diversi, potranno divenire oggetto di ulteriori ricerche e attività didattiche.

Infine, ed è forse questo l'aspetto che ha più valore agli occhi di chi scrive, i dati e gli esiti raccolti costituiscono conferma di come anche nella scuola il lavoro sul PL possa contribuire, in contesti plurilingui come quelli descritti, a creare o accompagnare il cambiamento, e la compensazione delle disuguaglianze, cui l'istituzione scolastica è deputata per dettato costituzionale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Bellinzona M. (2021), *Linguistic Landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Ben-Rafael E., Shohamy E., Amara M. H., Trumper-Hecht N. (2006), "Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel", in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon-Buffalo-Toronto, pp. 7-30.
- Besozzi E., Colombo M. (1998), *Metodologia della ricerca sociale nei contesti socio-educativi*, Guerini, Milano.

- Blommaert J. (2013), *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*, Multilingual Matters, Bristol.
- Blommaert J., Maly I. (2015), "Ethnographic Linguistic Landscape Analysis and Social Change: A Case Study", in Arnaut K., Blommaert J., Rampton B., Spotti M. (eds.), *Language and Superdiversity*, Routledge, New York.
- Bonomi M. (2020), "Mi(s) Lengua(s): educational paths for Hispanic students within Italian school", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, XLI, 1, pp. 45-58.
- Brown K. D. (2012), "The Linguistic Landscape of Educational Spaces: Language Revitalization and Schools in Southeastern Estonia", in Gorter D., Marten H., Mense L. (eds.), *Minority Languages in the Linguistic Landscape*, Palgrave MacMillan, New York, pp. 281-298.
- Calvi M. V. (2018a), "Paisajes lingüísticos hispánicos: panorama de estudios y nuevas perspectivas", in *LynX. Panorámica de estudios lingüísticos*, 17, pp. 5-58.
- Calvi M. V. (2018b), "Español e italiano en el paisaje lingüístico de Milán. ¿Traducción, mediación o translanguaging?", in *Lingue e Linguaggi*, 25, pp. 145-172.
- Carbonara V., Scibetta A. (2021) *Unu, dy, sãn! Proposte operative per la didattica plurilingue nella scuola del primo ciclo*, La Linea, Bologna.
- Carr J. (2019), "Linguistic Landscapes", *Oxford Bibliographies* (online): <https://www.oxfordbibliographies.com>.
- Cenoz J., Gorter D. (2006), "Linguistic Landscape and Minority Languages", in *International Journal of Multilingualism*, III, 1, pp. 67-80.
- Charmaz K. (2006), *Constructing Grounded Theory*, Sage Publications, London.
- Consiglio d'Europa ([2010] 2016), Beacco J-C et al., *Guide pour le développement et la mise en oeuvre de curriculums pour une éducation plurilingue et interculturelle*. Trad. it. *Guida per lo sviluppo e l'attuazione di curricoli per una educazione plurilingue e interculturale*, in *Italiano LinguaDue*, 8, 2: <http://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/8261/7882>.
- Dagenais D., Moore D., Sabatier C., Lamarre P., Armand F. (2009), "Linguistic Landscape and Language Awareness", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, New York, pp. 253-269.
- Dazzi Z. (2010), "La scuola multietnica lancia la sfida. Non è l'inferno, si può convivere", in *la Repubblica*: 16/2/2010: <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2010/02/16/la-scuola-multietnica-lancia-la-sfida.html>.
- De Mauro T. (2018), *L'educazione linguistica democratica* (a cura di Loiero S., Marchese M.A.), Laterza, Bari-Roma.
- Disoteo M. (2019), "Segregazione sociale ed etnica nella scuola: bacini d'utenza e biennio superiore unico", *Contropiano online*, 9/1/2019: <https://contropiano.org/interventi/2019/01/09/segregazione-sociale-ed-etnica-nella-scuola-bacini-dutenza-e-biennio-superiore-unico-0111282>.
- Favaro G. (2011), "Scuole multiculturali di 'seconda generazione': storie di tutor, orchestre a colori e altri alfabeti", in Favaro G. (a cura di), *Racconti di scuola: idee, buone pratiche, strumenti nella scuola multiculturale*, Centro Come, Milano, pp. 9-19.
- García O., Ibarra Johnson S., Seltzer K. (2017), *The Translanguaging Classroom*, Caslon, Philadelphia.
- Gorter D., Cenoz J. (2022), "Linguistic Landscapes in Educational Contexts", in Krompák E., Fernández-Mallat V., Meyer S. (eds.), *Linguistic Landscapes and Educational Spaces*, Multilingual Matters, Bristol-Jackson, pp. 277-290.

- Gorter D., Cenoz J. (2023), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Multilingual Matters. Bristol-Jackson.
- Hélot C. (2008), “Awareness Raising and Multilingualism in Primary Education”, in Cenoz J., Hornberger N. H. (eds.), *Encyclopedia of Language and Education* (2^a ed.), VI, Springer, Boston, pp. 1-14.
- Hidalgo A., Kahn S. (2020), “Blindsight ethnography and exceptional moments”, in *Etnografia e ricerca qualitativa*, 2, pp. 185-193.
- Landry R., Bourhis R. Y. (1997), “Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study”, in *Journal of Language and Social Psychology*, XVI, 1, pp. 23-49.
- Lefebvre H. (1974), “La production de l’espace”, in *L’Homme et la société*, 31-32, pp. 15-32.
- Luca N. (2013), “Da scuola ‘ghetto’ a modello di integrazione”, in *Corriere della Sera*, 7/11/2013: https://www.corriere.it/scuola/13_ottobre_30/da-scuola-ghetto-modello-integrazione-fd7608ec-4189-11e3-b893-6da25b6fc0fa.shtml.
- Menken K., Pérez Rosario V., Guzmán Valerio L. A. (2018), “Increasing Multilingualism in Schoolsapes”, in *Linguistic Landscapes*, IV, 2, pp. 101-127.
- MIUR (2014), *Linee guida per l'accoglienza e l'integrazione degli alunni stranieri*: https://www.miur.gov.it/documents/20182/2223566/linee_guida_integrazione_alunni_stranieri.pdf/5e41fc48-3c68-2a17-ae75-1b5da6a55667?t=1564667201890.
- Pacchi C., Coppola A. (2020), *NOLO Il quartiere che cambia*, relazione finale dell’attività di tirocinio interno della Scuola di Architettura Urbanistica Ingegneria delle Costruzioni (AUIIC) del Politecnico di Milano.
- Pacchi C., Ranci C. (2017), *White flight a Milano. La segregazione sociale ed etnica nelle scuole dell’obbligo*, FrancoAngeli, Milano.
- Pennycook A. (2018) “Linguistic Landscapes and Semiotic Assemblages”, in Pütz M., Mundt N. (eds.), *Expanding the Linguistic Landscape: Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 75-88.
- Sapone I. (2021), *Tessiture sociali: un nuovo modello di welfare di comunità tra mappatura e comunicazione per il quartiere Nolo a Milano*, tesi di laurea magistrale (relatori Fassi D. e Quaggiotto M.), Politecnico di Milano.
- Sassen S. (2005), “The Global City: Introducing a Concept”, in *Brown Journal of World Affairs*, XI, 2, pp. 27-43.
- Shohamy E., Waksman S. (2009), “Linguistic Landscape as an ecological arena: Modalities, meanings, negotiations, education”, in Shohamy E., Gorter D. (eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, New York, pp. 313-331.
- Sullivan K. P., Waldmann C., Wiklund M. (2022), “Using Participatory Linguistic Landscapes as Pedagogy for Democracy: A Didactic Study in a Primary School Classroom”, in Krompák E., Fernández-Mallat V., Meyer S. (eds.), *Linguistic Landscapes and Educational Spaces*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 193-213.
- Uberti-Bona M. (2016), “Esempi di eteroglossia nel paesaggio linguistico milanese”, in *Lingue Culture Mediazioni/Languages Cultures Mediation*, 3, pp. 151-166.
- Vertovec S. (2007), “Super-diversity and its Implications”, in *Ethnic and Racial Studies*, XXX, 6, pp. 1024-1054.
- Wee L., Goh R. B. H. (2019), “Theorizing Affect in the Semiotic Landscape”, in ID, *Language, Space and Cultural Play: Theorizing Affect in the Semiotic Landscape*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 14-33.

IL PAESAGGIO LINGUISTICO PER LE COMPETENZE DIGITALI: UNA SPERIMENTAZIONE DIDATTICA IN CONTESTO UNIVERSITARIO

*Martina Bellinzona*¹

1. INTRODUZIONE

Lo straordinario sviluppo tecnologico degli ultimi decenni ha influenzato la vita dei cittadini², nel tempo libero e nella comunicazione, nel modo di lavorare, di viaggiare e, naturalmente, di studiare e fare ricerca. Gli studenti hanno la necessità di apprendere a utilizzare non solo con dimestichezza ma anche in modo consapevole e critico le cosiddette TIC, tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Calvani, 2013), sviluppando un'appropriata competenza digitale (Consiglio dell'Unione Europea, 2018). Nel contesto universitario, in tutti i corsi di laurea, anche in ambito umanistico, è previsto un certo grado di integrazione delle TIC nel piano di studi.

All'Università per Stranieri di Siena, e nello specifico all'interno dei corsi di laurea triennale in Mediazione Linguistica e Culturale e di Lingua e Cultura Italiana per l'Insegnamento agli Stranieri e per la Scuola, è incluso il Laboratorio di Informatica, corso di 36 ore (3 CFU), suddiviso in due moduli: il primo, da 12 ore, dedicato all'acquisizione di competenze informatiche generali e il secondo, da 24 ore, incentrato sulle tecnologie per lo studio e la ricerca in ambito umanistico. Non si tratta propriamente di Informatica Umanistica³, quanto di un percorso alla scoperta di strumenti e risorse digitali al servizio della linguistica, della didattica, della letteratura e dei beni culturali, ossia delle discipline al centro dei percorsi dei due corsi di laurea. Scopo principale del modulo, in altre parole, è quello di far esplorare concretamente agli studenti banche dati online, software e applicativi utili allo studio di materiale umanistico e alla sua divulgazione, in modo da sostenere lo sviluppo di un'alfabetizzazione digitale in ottica interdisciplinare.

Nel presente contributo si vuole descrivere una sperimentazione, integrata nella programmazione ordinaria del suddetto corso, che è consistita nell'implementazione didattica di un approccio sul campo al Paesaggio Linguistico (PL) (Dagenais *et al.*, 2009; Sayer, 2010; Malinowski, 2015 *inter alia*), ossia un'esplorazione del PL condotta in prima persona dagli studenti (si veda il par. 3). I paesaggi linguistici sono costellati da fitte reti semiotiche, in cui lingue, culture e segni diversi entrano a contatto, coesistono, in modo non sempre pacifico, e dialogano tra loro, trasmettendo, in maniera più o meno celata, messaggi complessi (Scollon, Scollon, 2003; Jaworski, Thurlow, 2010; Pütz, Mundt, 2019).

¹ Università per Stranieri di Siena.

² Al fine di rendere più scorrevole la lettura del testo, in questo contributo si farà uso del maschile non marcato per riferirsi tanto a cittadini quanto a cittadine, studenti e studentesse, professori e professoressa, ecc.

³ L'informatica umanistica è una disciplina che emerge nell'intersezione fra i metodi computazionali e i materiali umanistici. Essa coinvolge l'applicazione di metodi, pratiche e strumenti digitali e informatizzati per l'organizzazione, l'elaborazione automatica e lo studio di risorse di tipo umanistico (Lazzari, 2021 *inter alia*).

Lo studio del PL ha a che fare con tutto questo e molto di più: riguarda i segni stessi e le loro caratteristiche, *in primis* linguistiche e semiotiche, ma riguarda anche e soprattutto le persone. Ci riferiamo, cioè, al modo in cui gli individui concepiscono, percepiscono e vivono tali panorami (Lefebvre, 1991), al modo in cui sono consapevoli dei segni e della loro variazione, al modo di proiettare i significati nel tempo e nello spazio. Tutti noi interagiamo quotidianamente con paesaggi linguistici stratificati, multilingui e multimodali: non sempre, però, ne siamo consapevoli (Bellinzona, 2021), né percepiamo allo stesso modo i segni che li costituiscono (Vingron *et al.*, 2017). Incorporare il PL nella pratica didattica offre una doppia opportunità in tal senso: permette di rendere gli apprendenti maggiormente consapevoli della diversità dei paesaggi linguistici, e consente di esplorare i modi di percepirne e interpretarne le unità di base, i segni appunto.

Questo contributo si pone, a sua volta, un duplice obiettivo: da un lato, si propone di illustrare la sperimentazione didattica menzionata poco sopra e sviluppata nell'intersezione tra informatica e PL; dall'altro, si vogliono discutere i risultati della stessa, guidati in particolare da tre domande di ricerca:

1. In che modo è possibile coniugare efficacemente la ricerca scientifica e lo studio del PL con quello dell'informatica (umanistica)?
2. Quali aspetti della variazione caratteristica del PL catturano l'attenzione di studenti che si avvicinano per la prima volta al suo studio?
3. Quali sono gli atteggiamenti verso lo studio del PL e il suo impiego come strumento di ricerca?

Il fine ultimo è quello di contribuire a comprendere i modi in cui i paesaggi linguistici vengano percepiti da chi li vive quotidianamente, offrendo al tempo stesso spunti di riflessione e suggerendo modalità innovative di integrazione dell'approccio del PL nella didattica universitaria. Prima di procedere, però, appare necessario discutere brevemente dei benefici cui può portare l'integrazione del PL nella pratica didattica.

2. APPLICAZIONI DIDATTICHE DEL PL

Studiare i paesaggi linguistici significa studiare la variazione: linguistica e sociolinguistica, culturale, semiotica, funzionale e discorsiva, temporale e spaziale. Gli spazi urbani sono, oggi più che mai, connotati da un vibrante multilinguismo (Shohamy *et al.*, 2010; Blommaert, 2013), in cui lingue diverse entrano a contatto, con esiti spesso creativi e imprevedibili. Tutti i poli dello spazio linguistico (De Mauro, 1980) sono coinvolti in tali dinamiche. La presenza (o l'assenza) di determinate lingue in determinati contesti è legata, anzitutto, a questioni identitarie e ideologiche, a politiche linguistiche (*overt* e *covert*) e a relazioni e dinamiche di potere (Ben-Rafael *et al.*, 2006; Hult, 2018). Entrare (o meno) a contatto con tale diversità può influenzare fortemente gli atteggiamenti, anche linguistici, le ideologie e le credenze, con esiti rilevanti sul piano sociale e politico (Ujvari, 2019). I segni su cui lingue e linguaggi trovano spazio, al tempo stesso, sono vari, ricoprono funzioni diverse, tanto informative quanto simboliche, e veicolano discorsi eterogenei, in grado di includere o escludere individui e comunità (Blackwood *et al.*, 2016). Si tratta di segni, e dunque paesaggi, mutevoli, fluidi, dinamici, sempre diversi, la cui analisi può informare sui cambiamenti in atto nella società, o su mutamenti avvenuti nel passato (Spolsky, Cooper, 1991).

Mentre a livello di ricerca scientifica vi è, sempre più, una grande attenzione nei confronti della diversità e della variazione caratteristica del PL (Gorter, 2006; Pütz, Mundt, 2019), appare importante, se non addirittura fondamentale, rendere tutti, cittadini

e studenti, consapevoli di ciò che li circonda. Imparare a guardare consapevolmente e criticamente la diversità linguistica, culturale e semiotica dei paesaggi linguistici va nella direzione di un apprendimento permanente, e favorisce, tra le altre cose, una maggiore consapevolezza della realtà e della variazione sociolinguistica e socioculturale (Dagenais *et al.*, 2009; Rowland, 2013, Lourenço *et al.*, 2023). In questo senso, il PL può essere sfruttato in quanto risorsa educativa gratuita, immediata e dinamica, in grado di favorire una riflessione su «language awareness, multilingual literacy, multimodality, identities, ideologies or the functions of signs» (Gorter, 2018: 32). Negli ultimi anni studiosi in tutto il mondo hanno avanzato delle proposte che sono andate in questa direzione, conducendo sperimentazioni in contesti eterogenei ed evidenziando vantaggi e criticità derivanti dall'impiego didattico del PL (Malinowski *et al.*, 2020; Niedt, Seals, 2020; Krompák *et al.*, 2022; Melo-Pfeifer, 2023).

Da un punto di vista pratico, è possibile incorporare una riflessione sul PL a livello educativo in almeno tre modi. Anzitutto, a un livello più basilare, è possibile portare il PL urbano in classe: i docenti possono, infatti, selezionare materiale autentico presente nei paesaggi linguistici più familiari per i loro studenti e stimolare, così, discussioni su più livelli. Si può lavorare, in tal senso, sullo sviluppo di competenza pragmatica o sociolinguistica. Ad esempio, Bagna *et al.* (2018) propongono di utilizzare segni del PL in italiano in corsi di italiano L2/LS per favorire una presa di coscienza sulla presenza e sulle caratteristiche dell'italiano nel mondo (Vedovelli, 2011). Similmente, si possono proporre esercizi incentrati sugli aspetti formali delle lingue, per sviluppare competenza plurilingue, usando il PL come input per l'esplorazione di molteplici elementi linguistici, morfologici, sintattici e lessicali (si veda, ad esempio, Gorter *et al.*, 2021).

A un secondo livello, si può agire concretamente a livello di modifica dello *schoolscape* (Bellinzona, 2021). È quanto proposto da Carbonara, Scibetta (2020) e da Menken *et al.* (2018), i quali osservano come il primo passo per l'implementazione della pedagogia del *translanguaging*⁴ (in contesto rispettivamente italiano e americano) è consistito proprio nella modifica dello *schoolscape*, primo e significativo segnale di una diversa attenzione all'ecologia plurilingue delle scuole stesse.

Infine, a un terzo livello, è possibile impegnare gli studenti in vere e proprie ricerche sul campo (Malinowski, 2015), chiedendo di esplorare in prima persona i paesaggi linguistici a loro familiari, rendendoli così, come proposto da Sayer (2010) o Carbonara, Pagliara (2014), *detective* di PL. In tale prospettiva, lo studente non è più solamente un discente, ma assume il ruolo di attore, di partecipante attivo nella costruzione, negoziazione e interpretazione dei significati. In questo modo, «more than reproduction of knowledge, students are called to produce it, and to engage with means of creating and interpreting knowledge relevant to them» (Lourenço, Melo-Pfeifer, 2023: 322). I vantaggi derivanti da tali pratiche sono innumerevoli e riguardano tanto aspetti cognitivi, quanto socio-emotivi e comportamentali (Lourenço *et al.*, 2023). L'esplorazione diretta del PL, infatti, va a sostegno della motivazione e favorisce l'abbassamento del filtro affettivo (Arnold, 2019), stimolando creatività e curiosità (Lozano *et al.*, 2020). Creando connessioni tra l'ambiente di apprendimento e la realtà esterna, inoltre, si favorisce un apprendimento significativo, situato e contestualizzato.

A livello più prettamente linguistico, attività che coinvolgono il PL hanno il potenziale di sviluppare consapevolezza plurilingue e interculturale (ma anche simbolica, pragmatica e critica) (Lourenço *et al.*, 2023), nonché di agire sul piano dell'alfabetizzazione (plurilingue

⁴ Con pedagogia del *translanguaging* intendiamo un approccio didattico che sostiene e valorizza l'uso degli interi repertori linguistici degli apprendenti. Si tratta di una rilettura della didattica in chiave plurilingue, tramite la quale le pratiche translinguistiche vengono non solo legittimate entro le mura scolastiche, ma elevate a vero e proprio strumento didattico, rendendo così il bi-/ plurilinguismo effettiva risorsa educativa.

e multimodale, affettiva e visiva) (Cenoz, Gorter, 2008; Wiśniewska, 2021). L'apprendente diviene più consapevole delle modalità con cui le diverse identità (individuali e sociali) possono plasmare la comunicazione e la comprensione stessa dei segni (Chesnut *et al.*, 2013). Infine, gli studenti entrano in questo modo a contatto con il lavoro sul campo, con gli strumenti propri della ricerca, sviluppando così abilità analitiche, di decodifica e *soft skills* (ad esempio a livello di pensiero critico e divergente – Melo-Pfeifer, 2023), ma anche competenze linguistiche e digitali, dovendo poi esporre i risultati delle proprie scoperte.

Il caso studio di cui si vuole dare conto in questa sede si inserisce proprio in questa direzione, come verrà descritto nelle prossime pagine.

3. IL CASO DI STUDIO

In questo paragrafo verrà presentato il caso di studio oggetto d'analisi. Cominceremo con la descrizione della sperimentazione didattica, condotta nell'a.a. 2022-2023. Una volta inquadrati i soggetti coinvolti, descriveremo le fasi e gli strumenti della sperimentazione, per concludere con la presentazione della metodologia di ricerca.

3.1. *La sperimentazione didattica*

La sperimentazione didattica nasce da un'analisi dei bisogni e degli interessi degli apprendenti, i quali sono stati elicitati tramite un questionario somministrato all'inizio del corso. Il questionario è stato compilato da 31 soggetti, due dei quali iscritti al corso di laurea in Lingua e Cultura Italiana e 29 a Mediazione Linguistica e Culturale⁵. Si trattava di 5 maschi e 26 femmine, con un'età compresa tra i 19 e il 25 anni ($M = 21.5$). L'analisi dei bisogni si è resa necessaria data, da un lato, la vastità delle possibili intersezioni tra informatica e scienze umane e, dall'altro, l'eterogeneità dei percorsi di studio degli apprendenti stessi, taluni più orientati verso la dimensione educativa, altri più turistica, altri ancora più linguistica.

Da questa prima rilevazione è emerso come la stragrande maggioranza dei corsisti (il 71%) volesse trattare argomenti e sperimentare software per motivi accademici e di ricerca. Il 64.5% del gruppo classe, invece, ha segnalato esigenze lavorative, il 32.3% motivi didattici e il 25.8% linguistici. Alla domanda relativa ai macro-temi e discipline umanistiche da approfondire, lingue e linguistica è stato quello con la media più alta, $M = 4.39$, $SD = 0.844$, seguita da beni culturali ($M = 3.87$, $SD = 1.118$) e turismo ($M = 3.58$, $SD = 1.259$). Entrando più nel dettaglio degli argomenti e degli strumenti da esplorare, le preferenze degli informanti sono andate per la creazione di siti web ($M = 4.39$, $SD = 1.022$), la ricerca di informazioni sul web ($M = 3.74$, $SD = 1.094$), la realtà aumentata e virtuale ($M = 3.84$, $SD = 1.344$) e la creazione di mappe ($M = 3.84$, $SD = 1.319$). È importante, infine, evidenziare che nessuno conosceva la nozione di PL e che vi era un atteggiamento piuttosto diffidente nei confronti dell'informatica (umanistica) in generale.

Alla luce di tali preferenze e osservazioni iniziali è stata pianificata la presente sperimentazione, strutturata secondo la logica del *project-work* (Cassandro, Maffei, 2007), in un'ottica di apprendimento cooperativo e di *learning by doing* e, dunque, di esplorazione attiva e autentica dei contenuti didattici. La durata dell'esperienza è stata di sei ore

⁵ È importante evidenziare come la frequenza di studenti e studentesse al laboratorio non sia obbligatoria: da ciò, i numeri diversi, come si vedrà a breve, di partecipanti iniziali ed effettivi alla sperimentazione.

curricolari, a cui va ad aggiungersi il tempo impiegato da ciascuno per il lavoro svolto in autonomia al di fuori dell'orario di lezione.

Scopo della sperimentazione era quello, da un lato, di rendere gli studenti “detective di PL” (Sayer, 2010), in grado di rilevare e decodificare in maniera autonoma e critica la realtà linguistica circostante, acquisendo competenze e conoscenze linguistiche, di metodologie di ricerca e strumenti tecnici (relativamente nuovi) in campo linguistico. Dall'altro lato, l'esperienza mirava a sviluppare l'alfabetizzazione digitale, in linea con i più ampi fini del Laboratorio, agendo a sostegno della motivazione allo studio dell'informatica e incoraggiando la creatività. Le competenze chiave (Consiglio dell'Unione Europea, 2018) che si mirava a sviluppare erano quella digitale e multilinguistica e, in secondo luogo, quelle alfabetica funzionale, in materia di cittadinanza e di consapevolezza ed espressione culturale.

Il prodotto ultimo della sperimentazione consisteva nella realizzazione di un sito web nel quale presentare il progetto e i risultati dello stesso. Al fine di realizzare gli obiettivi, le singole attività sono state organizzate nelle seguenti tappe.

Tappa 1: Introduzione al PL

Nella fase di *ice-breaking* il gruppo classe è stato introdotto alla nozione e all'approccio del PL: sono state, dunque, fornite alcune definizioni, è stata esplorata l'evoluzione storica del campo di studi e sono stati discussi i filoni di ricerca principali, comprese le proposte di applicazione didattica e l'estensione degli ambiti di ricerca (*soundscape, schoolscape* ecc.). Tale introduzione è stata strutturata in modo dialogico, al fine di favorire la costruzione di nuove conoscenze, legandole a quelle pregresse, sia in termini di nozioni linguistiche, sia di esperienze e vissuti personali. Tramite esempi concreti di segni, documentati da chi scrive in diversi contesti (urbani e scolastici), sono state esplorate questioni inerenti a visibilità/invisibilità delle lingue, politiche linguistiche, ideologie e atteggiamenti, nonché a usi creativi e multimodali di lingue e linguaggi.

Tappa 2: Spiegazione tecnica dell'app Lingscape

Nella seconda fase è stata presentata Lingscape (Purschke, 2017), applicazione reputata particolarmente adatta ai fini della sperimentazione per diversi motivi. Anzitutto, si tratta di un'applicazione supportata tanto da iOS quanto da Android, pratica e gratuita. Tramite Lingscape è possibile scattare fotografie di segni, geolocalizzarle e analizzarle sia da un punto di vista linguistico, sia facendo riferimento a numerose tassonomie già presenti al suo interno (si veda oltre). Queste foto possono essere rese pubbliche e utilizzate per collaborare al progetto collettivo di mappatura della diversità e dinamicità del PL o, ed è questo il nostro caso, possono essere collocate in un progetto privato, accessibile solo da chi ha la password dello stesso.

Tappa 3: Raccolta dati in ambito universitario

Una volta acquisita familiarità con l'app e con le sue funzionalità di base, i partecipanti si sono impegnati in prima persona nella raccolta di dati linguistici nel PL a loro più prossimo, ossia quello universitario. Divisi in piccoli gruppi (2-4 persone), è stato loro chiesto di esplorare il paesaggio linguistico dell'università, documentando tramite Lingscape (e all'interno del progetto di classe preventivamente creato) due o tre occorrenze di segni a scelta. Gli obiettivi di questa prima raccolta dati erano molteplici: favorire il lavoro di gruppo e la collaborazione tra pari; sviluppare consapevolezza della diversità, linguistica e semiotica, caratteristica di un'ambiente a loro noto; incentivare

un'esplorazione attiva di lingue e linguaggi; incrementare l'alfabetizzazione critica nei confronti della rilevanza (sociolinguistica) dei segni.

Tappa 4: Analisi e confronto

Nella fase successiva, a seguito di un momento di confronto collettivo sull'esperienza, sono state illustrate le tassonomie presenti su Lingscape: *directedness, discourse, dominance, dynamics, form, layering, linguality, material, mode, modification, script, size, state, status, temporality, translation e variety*⁶. Tramite il supporto del portale di Lingscape, i diversi gruppi si sono impegnati nell'analisi dei segni raccolti, interpretando e negoziando significati, collaborando tra loro e interagendo con una nuova risorsa web.

Tappa 5: Raccolta dati in ambiente urbano

Lo step seguente è stato svolto in autonomia dai partecipanti (sempre riuniti in piccoli gruppi), al di fuori dell'orario di lezione. È stato loro chiesto di documentare, nell'ambiente urbano a loro più familiare, segni che suscitassero, per motivi diversi, il loro interesse e la loro curiosità. In questo modo si è cercato di metterli nella condizione di poter acquisire consapevolezza plurilingue (e interculturale), di riflettere criticamente sulla stratificazione del PL e di decostruire realtà sociolinguistiche, culturali e politiche date per scontate, in una prospettiva di apprendimento permanente.

Tappa 6: Spiegazione tecnica per l'utilizzo di Google Sites

Nella sesta tappa del progetto è stato presentato Google Sites e le varie funzioni di cui è dotato; è stata quindi fornita agli studenti la formazione necessaria per l'utilizzo e la creazione di un proprio sito. È stato scelto questo applicativo per la sua semplicità d'uso, in quanto il suo utilizzo non necessita di conoscenze tecniche specifiche o di linguaggi di programmazione. Inoltre, Sites offre l'integrazione con altri servizi del Drive, come Maps e Moduli, già esplorati durante il corso. Non ultimo, favorisce la collaborazione tra utenti, i quali lavorano in modalità condivisa sul Drive stesso.

Tappa 7: Riflessione, sintesi e creazione del prodotto finale

Infine, i partecipanti, sempre suddivisi in piccoli gruppi, hanno creato il proprio sito web, stabilendo l'analisi da condurre sui segni del PL (e conducendola) e le caratteristiche grafiche del prodotto finale. È stata lasciata loro totale libertà, in quanto è stato richiesto solo di inserire una definizione di PL e almeno un esempio di analisi. Ciò mirava, tra le altre cose, a far acquisire autonomia e stimolare creatività (Lozano *et al.*, 2020).

3.2 La metodologia di ricerca

Al fine di valutare i risultati della sperimentazione didattica – sia in termini di competenze e abilità acquisite dai partecipanti, sia di atteggiamenti verso il PL – e alla luce della novità dell'oggetto di indagine, è apparso opportuno condurre uno studio di tipo esplorativo (Swedberg, 2020). Quest'ultimo, infatti, è considerato un preludio alla ricerca, un approccio in grado non tanto di dare risposte definitive, bensì di chiarire il problema di ricerca e fornire intuizioni per futuri approfondimenti. In accordo con tale metodologia, la raccolta e analisi dei dati è stata condotta attraverso un approccio misto, il quale ha

⁶ Per una definizione e spiegazione delle stesse si faccia riferimento a <https://lingscape.uni.lu/taxonomies/>.

previsto l'utilizzo di metodi e dati qualitativi e quantitativi, i cui risultati sono stati poi triangolati (Teddlie, Tashakkori, 2009).

Anzitutto, sono state condotte osservazioni partecipate da parte di chi scrive, con note di campo e annotazioni in merito alle reazioni degli apprendenti. Inoltre, sono stati analizzati gli esiti della sperimentazione, ossia i segni del PL, raccolti in università e in ambiente urbano (tappe 2 e 4), e i siti web creati dai partecipanti (tappa 6). L'analisi dei segni del PL è stata fatta sulla base di una griglia di osservazione, sviluppata a partire da una selezione delle tassonomie proposte da Lingscape e di studi precedenti (Bellinzona, 2021). Anche per quanto riguarda il sito web è stata predisposta una griglia, la quale è servita a valutare contenuti, livello di approfondimento dell'analisi del PL (numero di segni, tassonomie, ecc.) e livello di complessità ipertestuale.

Infine, è stato realizzato un questionario, somministrato tramite Google Moduli. Per la costruzione dello strumento è stato tenuto conto della letteratura di riferimento, degli obiettivi dello studio (e, più in generale, del corso stesso) e delle caratteristiche del campione. Inoltre, si è fatto riferimento a quanto suggerito da Dörnyei (2003) relativamente alla formulazione degli item, al layout e alla lunghezza generale. Pertanto, il questionario è stato suddiviso in cinque sezioni, così costituite:

- 1) Inquadramento dell'informante a livello demografico e di percorso di studi
- 2) Gradimento del corso e dei singoli argomenti trattati
- 3) Atteggiamenti verso il PL
- 4) Atteggiamenti verso la Realtà Aumentata
- 5) Atteggiamenti verso l'Informatica Umanistica

Dato l'obiettivo del presente contributo, la discussione verterà esclusivamente sulla terza sezione, la quale è composta, a sua volta, da 24 item, di cui 12 a polarità positiva e 12 a polarità inversa.

Per valutare efficacemente gli atteggiamenti verso il PL, verso il suo studio e la sua applicazione didattica, è apparso opportuno individuare cinque dimensioni, formulando gli item di conseguenza. Le caratteristiche essenziali della scala del PL e delle dimensioni che la costituiscono sono sintetizzate nella Tabella 1.

Tabella 1. *Dimensioni costitutive della scala PL*

Denominazione dimensione	Definizione e spiegazione	N. di item
Utilità	L'utilità è qui intesa come misura della percezione di efficacia, validità e impatto della ricerca scientifica (in particolare sociolinguistica) sul PL	4
Interesse	I quesiti della dimensione dell'interesse sono pensati per misurare il grado di gradimento, curiosità e coinvolgimento nei confronti del PL e, più nel dettaglio, della sua esplorazione in prima persona.	4
Usabilità	La dimensione dell'usabilità si riferisce all'utilizzo concreto dell'app Lingscape ed è volta a misurare, da un lato, la facilità d'uso percepita, e dall'altro la sua applicazione pratica nella ricerca scientifica e nella didattica delle lingue.	6
Consapevolezza	Con consapevolezza intendiamo la capacità di riflettere in modo conscio e critico sul PL e sulla presenza/assenza di determinate lingue. Questa dimensione è pensata per	4

	verificare il grado di consapevolezza (anche linguistica) dei partecipanti rispetto al PL, in termini generali e a seguito della sperimentazione.	
Motivazione	La dimensione della motivazione è volta a valutare la propensione all'utilizzo futuro di tecniche e concetti legati allo studio del PL, sia in ambito di ricerca, sia didattico.	6

Al fine di misurare l'affidabilità delle varie dimensioni della scala del PL, è stato calcolato il coefficiente alpha di Cronbach. I valori ottenuti hanno indicato un'elevata attendibilità: in particolare, per la dimensione dell'utilità $\alpha = .839$; per la dimensione dell'interesse $\alpha = .803$; per la dimensione dell'usabilità $\alpha = .710$; per la dimensione della consapevolezza $\alpha = .793$; e infine, per dimensione della motivazione $\alpha = .766$. Considerando la soglia di accettabilità di .70, tutti i costrutti sono da ritenersi affidabili (Huck, 2012).

I dati così ottenuti sono stati sottoposti a un'analisi descrittiva, con calcolo delle frequenze di risposta per ciascun item e per ciascuna dimensione, e inferenziale, con test parametrici (es. T-test, ANOVA test, correlazioni) e non parametrici tramite il software SPSS.

4. RISULTATI E DISCUSSIONE

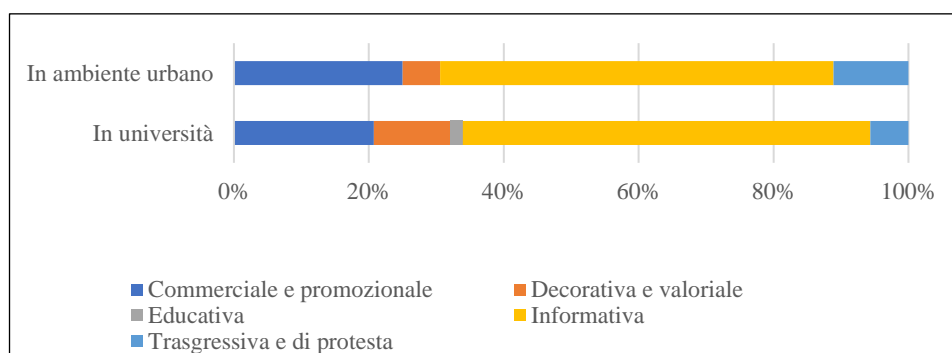
Nelle pagine a seguire verranno discussi gli esiti della sperimentazione, sia dal punto di vista dei risultati ottenuti relativamente all'analisi del PL, sia soprattutto in merito all'impatto dell'esperienza sui partecipanti stessi.

4.1. Panoramica sul PL

L'esplorazione del PL da parte degli studenti ha portato alla costituzione di un piccolo corpus di 89 segni, di cui 53 (59.6%) raccolti all'interno della sede universitaria e 36 (40.4%) in ambiente urbano. Di questi ultimi, 18, la metà, sono stati documentati a Siena, 3 all'estero (in Thailandia e nei Paesi Bassi) e i restanti in diverse regioni italiane (Lazio, Liguria, Lombardia, Puglia, Toscana, Veneto).

I dati raccolti nei due contesti di ricerca sono risultati simili dal punto di vista funzionale, come si può osservare nel grafico in Figura 1.

Figura 1. *Funzioni dei segni raccolti dai partecipanti in ambiente universitario e urbano*



Buona parte dei partecipanti ha, dunque, privilegiato la raccolta di materiale prettamente informativo tanto all'interno degli spazi universitari, quanto in quelli urbani. Fanno parte della categoria, da un lato, i segni regolativi, atti a disciplinare i comportamenti e la mobilità, come quello raffigurato nell'immagine 1– città (Figura 2), contenente le norme, duplicate in italiano e inglese, per la prevenzione della diffusione del Covid-19. Dall'altro lato, sono inclusi i segni infrastrutturali, ossia quelli a supporto di risorse e edifici, come nel caso dell'immagine 2 – università (Figura 2), raffigurante la targa che indica (in italiano e in cinese) la presenza e la collocazione della “Sala Confucio”.

Figura 2. *Segni di tipo informativo*



Seguono per quantità di occorrenze i segni di tipo commerciale e promozionale, indicativi della presenza di esercizi commerciali, o pensati per pubblicizzare eventi e attività. Come facilmente immaginabile, le due tipologie sono state documentate in modo differente negli ambienti esplorati, con una preponderanza di segni commerciali in città, e di segni promozionali in università. Esempi di ciò sono raffigurati nella Figura 3, ove si può osservare l'insegna di un ristorante senese “Te ke voi?” nell'immagine 1 – città (Figura 3), e la locandina dell'evento “Notte della Poesia” nell'immagine 2 – università (Figura 3).

Figura 3. Segni di tipo commerciale e promozionale



È interessante osservare come, invece, si differenzino per numero e supporto fisico i segni trasgressivi (*out of place*, come descritti da Scollon, Scollon, 2003: 161) e/o di protesta a seconda della loro collocazione. Mentre all'interno dell'università la maggior parte dei (pochi) segni trasgressivi è risultata composta da *stickers* per la promozione di eventi (come quello riportato nell'immagine 1 – università (Figura 4), “Che fai sabato? Luau fiesta”), in ambiente urbano le proposte sono state più variegata. Ad esempio, l'immagine 2 – città (Figura 4) raffigura un graffito in cui si legge “La movida è pace sociale”, mentre l'immagine 3 – città (Figura 4) è relativa al PL di una protesta per l'ambiente, in cui un dinosauro regge il cartello “Non fate la mia fine”. Il messaggio distopico – un monito a cambiare i comportamenti in senso ecologico onde evitare l'estinzione della specie – arriva in questo caso ai destinatari solo grazie all'interazione tra le risorse linguistico/testuali e quelle semiotiche e contestuali. La riflessione su tali modalità di espressione risulta in un

incremento della competenza pragmatica dei partecipanti, come suggerito dal commento lasciato dalla studentessa che ha caricato e analizzato l'immagine: "Mi ha colpito per il suo significato e il modo di trasmissione del messaggio (portato dal dinosauro)".

Figura 4. *Segni di tipo trasgressivo e di protesta*



I segni con funzione decorativa (o artistica), invece, sono stati documentati più spesso negli spazi universitari rispetto a quelli urbani. I contenuti sono risultati più connotati in senso valoriale/educativo entro le mura dell'ateneo, più commerciali/promozionali all'esterno. Le immagini 1 e 2 – università (Figura 5) raffigurano, ad esempio, due targhe riportanti estratti di opere poetiche, di cui la prima in spagnolo ("esto es amor, qui en lo probó lo sabe" – Lope de Vega) e la seconda in tedesco ("her. Die Pflaumbäume blühen vielleicht noch immer Und jene Frau hat jetzt vielleicht das siebte" – Bertolt Brecht), collocate sulla scalinata dell'edificio universitario. L'immagine 3 – città (Figura 5), invece, contiene tre esempi di proverbi in siciliano (a tema alimentare), con la rispettiva traduzione in italiano, affissi in un ristorante, a rimarcare la natura dell'esercizio commerciale stesso.

Figura 5. *Segni di tipo decorativo*



Come si può intuire dagli esempi riportati fino ad ora, l'attenzione dei partecipanti è apparsa rivolta principalmente alla componente (e composizione) linguistica dei segni del

PL. Il corpus, infatti, è risultato fortemente multilingue, con 21 lingue diverse documentate, sebbene con frequenza variabile. Tra queste, le più presenti sono state italiano (66 – 74.1%) e inglese (51 – 57.3%), seguite da cinese (15 – 16.8%), spagnolo (6 – 6.7%), tedesco (5 – 5.6%), dialetti d'Italia (4 – 4.5%), francese (3 – 3.4%), coreano (2 – 2.2%) e giapponese (2 – 2.2%). In secondo luogo, è bene evidenziare come la maggior parte dei segni proposti contenesse più di una lingua: sono risultate, infatti, 34 le unità monolingui (di cui 19 in italiano), 45 bilingui e 10 multilingui.

Infine, il focus sulla dimensione linguistica emerge dal tipo di analisi proposta nel prodotto finale, nel sito web realizzato dai vari gruppi di partecipanti, come verrà discusso nel prossimo paragrafo.

4.2. I prodotti finali: i siti web

La sperimentazione, dal punto di vista delle competenze digitali acquisite, è risultata un successo. Ciò è vero considerando sia i prodotti ultimi creati dagli studenti (i siti web), sia il livello di apprezzamento riferito in tal senso. Guardando, infatti, ai giudizi espressi nel questionario finale in merito ai diversi software e alle risorse esplorate durante il corso, Google Sites è risultato secondo, a livello di utilità percepita, solo a Google Moduli, rispettivamente $M = 4.37$ e $M = 4.54$ (su una scala Likert da 1 a 5).

In totale, i partecipanti hanno realizzato nove siti web, lavorando in coppia o in piccoli gruppi (e in due casi in autonomia). Le caratteristiche essenziali dei vari progetti portati avanti e del gradiente di digitalità dei prodotti stessi sono sintetizzate nella Tabella 2.

Tabella 2. *Caratteristiche generali progetto e gradiente di digitalità*

ID	Progetto	N. pag.	Titolo pagine	Bottoni per collegamenti	Multimodalità
1	PL generico	1	Home	Lingscape FB Unistrasi IG Unistrasi Sito Unistrasi	Foto di copertina Loghi 6 foto PL
2	PL in Puglia	4	Home Esempi Analisi PL Bibliografia	–	Foto di copertina 6 foto PL
3	PL a Siena	6	Home Analisi del PL Lingscape Esempi Questionario Bibliografia	–	Foto di copertina Loghi Grafici Questionario 4 foto PL
4	PL a Unistrasi	4	Home Esempi Analisi Bibliografia	Sito Unistrasi	Foto di copertina 3 foto PL

5	PL in Italia	3	Home Lingscape Analisi bilinguismo regionale e multilinguismo nazionale	–	Foto di copertina Carosello immagini 7 foto PL
6	PL a Unistrasi	4	Home Analisi mirata Attività PL nel mondo	Zotero Sito Unistrasi	Foto di copertina Foto di Landry e Bourhis Carosello immagini Video Youtube 7 foto PL
7	PL in Thailandia	4	Home Il progetto Analisi Bibliografia e sitografia	–	Foto di copertina 6 foto PL
8	PL a Siena	5	Home Analisi Lingua cinese Tocca a te! Contatti	Portale giovani Prato	Foto di copertina Questionario 7 foto PL
9	PL in Italia	1	Home	Voce bilinguismo della Treccani	Foto di copertina 7 foto PL

Come si può osservare, i progetti sono stati eterogenei dal punto di vista dei temi e contesti trattati, con una preponderanza di siti focalizzati sul contesto universitario e senese (quattro casi) e italiano/generico (tre casi). Non sono mancati casi di studio più specifici, come l'approfondimento sulla regione Puglia (un caso) e sul contesto thailandese (un caso).

A livello di complessità dei siti è possibile notare un buon livello strutturazione in termini di pagine, le quali vanno da un minimo di una (in due casi) a un massimo di sei (un caso), con una media di $M = 3.5$. Nella maggioranza dei siti, inoltre, è stata osservata la presenza di collegamenti ipertestuali e ipermediali. L'attività, dunque, pare aver favorito lo sviluppo di abilità relativamente alla scrittura digitale e di alfabetizzazione multimodale (Ceno, Gorter, 2008; Jaworski, Thurlow, 2010). Tutti i siti web, infatti, sono stati realizzati giustapponendo a testi scritti elementi multimodali più o meno eterogenei. In tal senso, tutti i partecipanti hanno utilizzato immagini e fotografie, comprese naturalmente quelle relative al PL (minimo tre, massimo sette, $M = 5.8$). Alcuni gruppi, tuttavia, hanno sfruttato ulteriormente le potenzialità dello strumento, integrando loghi, grafici, questionari, caroselli di immagini e video da YouTube, come si può vedere dall'esempio in Figura 6.

Figura 6. Sito web del gruppo ID 6

Che cos'è il Panorama Linguistico?

home

Il Panorama Linguistico cerca di capire le ragioni, gli usi, le ideologie, le variazioni linguistiche e contestazioni delle molteplici forme di "lingue" che sono esposte in spazi pubblici.
(Editors' Introduction, Linguistic Landscape Journal)

Esempi di Linguistic landscapes



Scopri altre definizioni

Il nostro progetto:

Abbiamo raccolto diverse immagini di esempi di LL per tutta Siena e le abbiamo analizzate attraverso l'applicazione Lingscape.

Questa ricerca a zonzo per la città ci ha permesso di scoprire sotto quali forme si realizza il Panorama Linguistico e quali sono le sue cause.

Per esplorare la nostra ricerca, vai alla [pagina successiva!](#)

Unistrasi



TOKYO

HONG KONG



AUSTRALIA

Per quanto riguarda l'altro obiettivo della sperimentazione, ossia rendere i partecipanti detective del PL, i risultati ottenuti forniscono dati positivi e incoraggianti, sebbene perfettibili. Si osservi a tal proposito la Tabella 3, contenente una sintesi del livello di approfondimento del concetto, dell'approccio e dell'analisi del PL di ciascun sito web.

Tabella 3. *Livello di approfondimento del PL e della sua analisi*

ID	Def. PL	Approfondimenti	Analisi	Tassonomie d'analisi	Analisi lingue	N. lingue sui segni
1	Sì	-	Qualitativa (2) ⁷	Directedness		7
2	Sì	-	Qualitativa (2)	Directedness Translation	✓	3
3	Sì	Descrizione Lingscape Questionario per percezione visibilità delle lingue	Quantitativa Qualitativa (2)	Translation Form Status Modification Mode Dominance Discourse	✓	5
4	Sì	Riferimento al caso di Israele (Spolsky, Cooper, 1991)	Qualitativa (1)	Directedness Discourse Dominance Dynamics Modification Size Temporality Variety	✓	3
5	Sì	Descrizione Lingscape Riflessioni sul ruolo del bilinguismo Riflessioni su aspetti semiotici del PL Riflessione sulla superdiversità	Qualitativa (4)	Directedness Discourse	✓	7
6	Sì	Proposte di attività didattiche basate sul PL	Qualitativa (2)	Directedness Discourse Dynamics Status		5
7	Sì	Panoramica sulle lingue in Thailandia	Qualitativa (3)	Directedness Discourse Dominance Linguality Material Translation	✓	5
8	Sì	Riflessione su visibilità delle lingue (europee vs cinese) Questionario con richiesta di collaborazione	Qualitativa (5)	Discourse Translation	✓	7
9	Sì	Riflessione su minoranze linguistiche	Qualitativa (2)		✓	8

⁷ Tra parentesi è indicato il numero di segni sottoposti ad analisi.

Anzitutto si può notare come tutti i partecipanti abbiano inserito una definizione di PL e un'analisi dei segni, rispettando dunque la consegna che era stata loro data. Il livello di approfondimento di questi due elementi, però, è risultato variabile.

Alcuni gruppi, infatti, si sono limitati a fornire una spiegazione sintetica della nozione e un inquadramento generale del progetto. Altri, invece, hanno inserito dettagli circa il contesto analizzato (ID 5, 7 e 8) o gli strumenti di ricerca (ID 3 e 5), riflessioni sulla visibilità delle lingue (ID 8 e 9) o, addirittura, hanno proposto contenuti aggiuntivi. Ad esempio, il gruppo ID 3 ha incluso un questionario, rivolto a potenziali visitatori del sito, atto a raccogliere dati circa la presenza e la percezione della diversità linguistica nelle proprie città. Il gruppo ID 6, invece, ha dedicato una pagina alle proposte didattiche, con suggerimenti rivolti tanto a docenti, quanto a genitori, per la realizzazione di attività educative incentrate sul PL.

Per quanto riguarda l'analisi, la totalità dei partecipanti ha optato per un approccio qualitativo, proponendo un'esplorazione di un numero limitato di segni (minimo uno, massimo cinque, $M = 2.5$). Solamente un gruppo (ID 3) ha offerto una panoramica anche quantitativa delle caratteristiche dell'intero corpus della classe. Il livello di approfondimento è risultato, anche in questo frangente, variabile. Come si può evincere dalla tabella, il numero di tassonomie utilizzate per l'analisi varia a zero (ID 9) a otto (ID 4), $M = 3.5$. La Figura 7 vuole essere un esempio di tale variazione, in quanto è riportata, sulla sinistra, l'analisi proposta dal gruppo ID 1, incentrata esclusivamente sull'autorialità dei segni, e, sotto, quella effettuata dal gruppo ID 7, la quale risulta ben più composita e sfaccettata.

Figura 7. Sezione riservata all'analisi del gruppo ID 1 e, sotto, pagina dedicata all'analisi del gruppo ID 7

ID 1

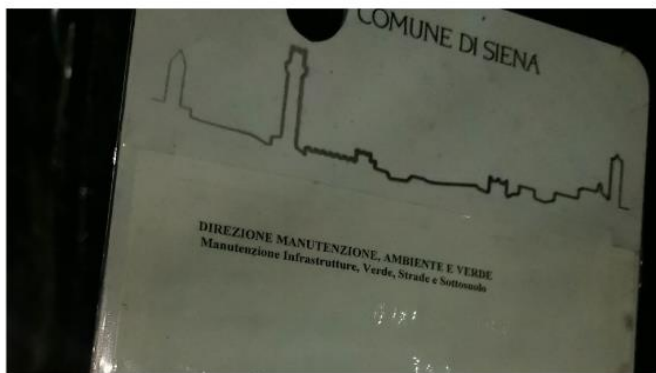
Piccola Analisi

Top-down o bottom up?

Le due immagini che seguono fanno parte del progetto di Linguistic Landscape portato avanti tramite il portale Lingscape dagli/dalle studenti/esse di Unistrasi.

Parliamo di *directedness*: che cos'è? è un termine che indica la 'authorship' di un segno, ovvero se esso è stato apposto da un privato o da un'istituzione pubblica.

Prova *Lingscape* e esplora i vari strumenti a disposizione per indagare il panorama linguistico del nostro paese e del mondo!



Top-down

Il comune di Siena è l'autore di questo segno.



Bottom-up

Il proprietario del ristorante, quindi un privato, ha scritto questo cartello.

ID 7



QUESTO CARTELLO RAPPRESENTA UN ESEMPIO DI TOP-DOWN. INFATTI È UN CARTELLO PUBBLICO CHE INDICA LA PRESENZA DELLA STAZIONE FERROVIARIA. LA SUA FUNZIONE È QUINDI UNA FUNZIONE TECNICA. È UN PANNELLO DI LEGNO E IL TESTO RIPORTATO È BILINGUE. ABBIAMO INFATTI SOPRA LA SCRITTA IN THAI, MENTRE SOTTO LA SCRITTA IN INGLESE. QUESTO È UN ELEMENTO IMPORTANTE IN QUANTO LA STAZIONE DI MAEKLONG RAPPRESENTA UNA DELLE METE TURISTICHE PIÙ NOTE DELLA THAILANDIA IN QUANTO OSPITA IL FAMOSO MERCATO SULLE ROTOLE.

QUESTO CARTELLO È UN ESEMPIO DI BOTTOM-UP, È INFATTI STATO AFFISSO DA UN ENTE PRIVATO. HA UNA FUNZIONE ESPRESSIVA IN QUANTO HA LO SCOPO DI TRASMETTERE AL PUBBLICO UN MESSAGGIO DI NATURA SOCIALE E CULTURALE.



QUESTO CARTELLO È UN ESEMPIO DI TOP-DOWN, INFATTI È STATO AFFISSO DA UN ENTE RELIGIOSO DAVANTI ALL'ENTRATA DI UN TEMPIO. HA UNA FUNZIONE REGOLATORIA. OLTRE ALL'ELEMENTO TESTUALE RIPORTA ANCHE UN SIMBOLO DI DIVIETO. IL CARTELLO È MULTILINGUE IN QUANTO SI POSSONO INDIVIDUARE IL THAI, L'INGLESE, IL CINESE, IL COREANO E IL GIAPPONESE.

In totale, delle categorie proposte da Lingscape ne sono state sfruttate 14, principalmente quella relativa all'autorialità (*directedness* – sei casi) e alle funzioni discorsive dei segni (*discourse* – sei casi), alle strategie traduttive (*translation* – quattro casi) e alla presenza di elementi semiotici dominanti (*dominance* – tre casi). Oltre a questi, però, è bene evidenziare come, in sette casi su nove, sia stato proposto un approfondimento linguistico. Questo ha incluso non solo il riferimento esplicito alle numerose lingue presenti nei segni usati nei rispettivi siti (minimo tre, massimo otto, $M = 5.5$), ma anche tentativi di interpretazione degli usi sociali, simbolici e semiotici delle lingue nel PL, come si può evincere dall'esempio riportato nella Figura 8.

Figura 8. *Analisi linguistica proposta dal gruppo ID 8*

pg 2

ANALISI

LINGUE EUROPEE

Analisi - LINGUE EUROPEE



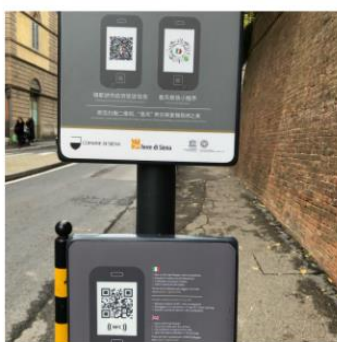
In questo caso è possibile notare la presenza di 4 lingue ed un dialetto: quello genovese.
La scelta delle lingue è funzionale all'attrazione di clienti (probabilmente turisti) all'interno del ristorante.
Il dialetto è utilizzato per dare un senso di familiarità.



Lingua italiana: è la lingua principale, utilizzata per fornire le informazioni principali (l'evento è rivolto ad un pubblico principalmente italiano);
Lingua tedesca: utilizzata per il titolo, poiché l'argomento che verrà trattato avrà a che vedere con la Germania;
Lingua inglese: *save the date* utilizzato come un'espressione ideomatica che non necessita traduzione.

pg 3

IL CINESE IN ITALIA



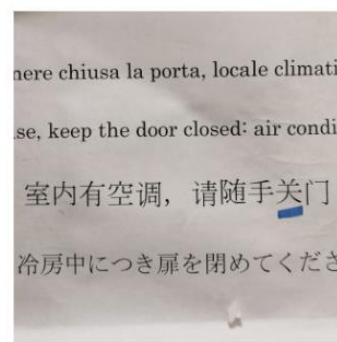
Informazioni turistiche

Nella città di Siena



Cartelli di divieto

Nei bagni pubblici



Avvertimento

Nell'Università per Stranieri di Siena

Questi sono esempi di multilinguismo, con particolare attenzione alla lingua cinese. Questo perché in Toscana vi è una grande comunità cinese. Per agevolare la comunicazione di avvisi ed altre informazioni importanti, l'amministrazione cittadina ha integrato la lingua cinese nella maggior parte dei cartelli. La più grande comunità cinese possiamo riscontrarla nella città di Prato e nei comuni limitrofi.

[Clicca qui sopra per avere informazioni riguardo a Prato](#)

4.3. L'impatto della sperimentazione sugli atteggiamenti

Illustrati i risultati concreti della sperimentazione, a questo punto appare necessario verificare come si costituiscono gli atteggiamenti dei partecipanti circa il PL e il suo studio dopo esservi entrati a contatto in maniera (teoricamente) più consapevole. A tal proposito si osservi la Tabella 4, nella quale sono riportati i risultati dell'analisi descrittiva delle risposte fornite nel questionario.

Tabella 4. Risultati dell'analisi descrittiva delle dimensioni della scala del PL

	N	Minimo	Massimo	Media	Deviazione std.
Utilità	21	2.00	5.00	4.0714	.82969
Interesse	21	2.50	5.00	3.9841	.76858
Usabilità	21	2.33	5.00	3.9635	.71584
Consapevolezza	21	2.00	5.00	3.9127	.95651
Motivazione	21	2.50	5.00	3.8667	.74476
Tot.	21	2.67	5.00	3.9531	.70913

Il primo dato che emerge dall'analisi è la presenza di atteggiamenti nel complesso positivi, con $M = 3.95$ (su una scala Likert da 1 a 5). Ciò suggerisce una sensibilità dei partecipanti nei confronti di segni, lingue e linguaggi esposti negli spazi urbani (e non).

Confrontando i dati relativi alle diverse dimensioni prese in esame si osserva un'uniformità nei giudizi espressi. La media più bassa è stata ottenuta per la dimensione legata alla motivazione allo studio del PL, $M = 3.8667$, $SD = .74476$, e quella più alta per la dimensione inerente all'utilità dello studio stesso, $M = 4.0714$, $SD = .82969$. Tale dato fa supporre che gli studenti abbiano chiaro il valore della ricerca scientifica e quello sociale connesso all'esplorazione dei paesaggi linguistici, ma che al tempo stesso non siano necessariamente interessati a impegnarsi in prima persona nella sua rilevazione. È bene evidenziare, tuttavia, come la differenza nelle due medie non sia risultata statisticamente significativa ($t(20) = -1.260$, $p > .05$).

Scendendo più nel dettaglio, è utile esaminare quali item siano risultati indicativi di atteggiamenti più positivi:

- Item 2(R): Trovo inutile leggere articoli/libri di ricerche sul PL: $M = 4.286^8$, $SD = 0.845$;
- Item 7(R): Credo non serva a molto analizzare il PL: $M = 4.191$, $SD = 0.981$;
- Item 10(R): Mi scoccia l'idea di fare uno studio sul PL: $M = 4.190$, $SD = 0.873$;
- Item 15(R): L'app Lingscape è complicata da usare: $M = 4.190$, $SD = 1.078$;
- Item 13(R): Credo sia meglio fare ricerche sul PL senza App specifiche (come Lingscape): $M = 4.143$, $SD = 1.153$.

I primi due quesiti per i quali è risultata una media più alta (a seguito dell'operazione di *reverse*) (item 2 e 7) confermano quanto appena evidenziato, cioè la consapevolezza, da parte degli informanti, dell'importanza di un'analisi approfondita dei paesaggi linguistici. Si riscontra, inoltre, un certo grado di interesse per il loro studio, reputato tutt'altro che

⁸ Le medie qui riportate sono quelle ottenute a seguito dell'operazione di *reverse* (per item orientati negativamente – segnalati con la dicitura (R)).

noioso (item 10). In aggiunta, si osservano atteggiamenti positivi nei confronti dell'usabilità di Lingscape, ritenuta semplice da utilizzare e particolarmente utile per condurre ricerche scientifiche (item 15 e 13). Lo stesso non si può dire per quanto riguarda il suo impiego didattico, come emerge quando si vanno a considerare gli item per i quali è stata ottenuta una media più bassa:

- Item 3(R): Mi peserebbe dover imparare qualcosa in più sull'analisi del PL: $M = 3.500$, $SD = 1.192$;
- Item 1(R): App di PL sono inutili da utilizzare in contesti educativi: $M = 3.524$, $SD = 1.289$;
- Item 16: Da quando ne abbiamo parlato in classe, faccio maggior caso alle lingue esposte (nel PL): $M = 3.619$, $SD = 1.284$;
- Item 9: Vorrei saperne di più sulle analisi del PL: $M = 3.619$, $SD = 1.023$;
- Item 22: Mi interesserebbe approfondire lo studio del PL: $M = 3.762$, $SD = 1.179$.

I partecipanti, in altre parole, non sembrano propensi a riconoscere l'utilità dell'uso dell'applicazione in contesti educativi (item 1). Tra i cinque item per i quali è stata ottenuta una media più bassa, oltre a quello appena discusso, se ne riscontrano ben tre facenti parte della dimensione legata alla motivazione allo studio (item 3, 9 e 22), rendendo evidente la limitata volontà di approfondire lo studio del PL e l'analisi delle sue unità.

Infine, sorprende trovare all'interno della classifica l'item 16, legato allo sviluppo di consapevolezza della diversità linguistica circostante. Se si analizzano gli altri item della dimensione legata alla consapevolezza, però, emergono dati incoraggianti: ad esempio, per l'item 21 ("Dopo aver scoperto il PL, sono più consapevole dei segni che mi circondano") $M = 4.053$, $SD = 1.177$, a suggerire una maggior cognizione, a seguito della sperimentazione, del potenziale semiotico del PL.

Per interpretare questo dato, in ogni caso, appare utile considerare almeno due fattori. Anzitutto, come visto, si tratta di studenti immatricolati in corsi di laurea afferenti all'ambito linguistico. Non si può escludere, dunque, che, sebbene non avessero una formazione specifica sul PL, fossero già sensibili alla diversità linguistica esposta, come osservato peraltro da chi scrive durante l'implementazione delle attività. Allo stesso tempo, però, non si può non considerare la brevità, in termini temporali, della sperimentazione stessa, un elemento su cui torneremo nel paragrafo conclusivo.

5. CONCLUSIONI

In questo contributo è stata presentata una sperimentazione didattica, condotta in ambito universitario e sviluppata nell'intersezione tra lo studio del PL e quello dell'informatica (umanistica). La sinergia tra tali ambiti, all'apparenza così distanti, ha permesso agli studenti di sviluppare al contempo competenze digitali e plurilingui, in un'ottica di apprendimento situato e permanente (Calvani, 2023; Lourenço *et al.*, 2023). L'utilizzo di applicazioni e software, in concorso con un approccio sul campo al PL (Sayer, 2010; Malinowski, 2015) ha, infatti, rafforzato abilità analitiche e di decodifica, portando all'acquisizione di una maggiore alfabetizzazione digitale, multimodale e plurilingue (Rowland, 2023; Cenoz, Gorter, 2008). Far creare un proprio sito web a gruppi di apprendenti, inoltre, ha stimolato la fantasia, il pensiero critico e la collaborazione tra pari, sostenendo la motivazione allo studio oltre che l'acquisizione di abilità espositive e, di nuovo, multimodali (Arnold, 2019; Melo-Pfeifer, 2023).

L'implementazione di uno studio sul campo del PL con un approccio *project-based* ha, dunque, permesso agli apprendenti di entrare a contatto con strumenti di ricerca propri del loro ambito di studio, di esplorare concretamente la diversità e la variazione del PL e di comunicare i risultati in modo creativo e stimolante (Lozano *et al.*, 2020). Al tempo stesso, la sperimentazione ha generato nuove conoscenze o, meglio, nuove ipotesi, in linea con i principi degli studi esplorativi (Swedberg, 2020).

A livello di percezione del PL è stato osservato uno spiccato interesse e, in parte, consapevolezza dal punto di vista della stratificazione linguistica: gli apprendenti hanno documentato, e poi analizzato, principalmente segni multilingui, decodificando unità complesse e interpretandole alla luce di variabili sociali e contestuali (Dagenais *et al.*, 2009). Ciò, da un lato, è indice di atteggiamenti positivi verso la diversità linguistica esposta; dall'altro, suggerisce la rilevanza della variazione linguistica stessa nella percezione degli spazi. Più che le funzioni stesse dei segni o i discorsi veicolati, insomma, è la presenza/assenza delle lingue a suscitare interesse e curiosità.

Inoltre, l'aver utilizzato un questionario, strumento poco sfruttato nelle ricerche di PL, si è rivelata una scelta vincente, in grado di gettare luce su aspetti scarsamente indagati relativamente agli atteggiamenti degli studenti. Questi sono risultati prevalentemente positivi verso il PL e la sua analisi: ciò suggerisce una consapevolezza dell'importanza di lingue e linguaggi esposti per comprendere i modi in cui si costruiscono gli spazi sociali e si manifestano ideologie e identità (Ben-Rafael *et al.*, 2006). La sperimentazione didattica, tuttavia, non sembra aver particolarmente incoraggiato i partecipanti a condurre ulteriori ricerche di PL o ad approfondirne lo studio. La dimensione della motivazione, infatti, è stata quella in cui sono stati assegnati i valori più bassi. Nonostante questo, la sperimentazione è stata considerata divertente e stimolante e ha favorito il riconoscimento dell'utilità scientifica dell'approccio del PL, con potenziali benefici a livello di competenze sociolinguistiche.

Sebbene le conclusioni cui si è giunti possano avere (e si auspica avranno) un impatto rilevante sia per quanto concerne le prospettive didattiche e pedagogiche, sia per la dimensione della ricerca, non è possibile non considerarne i limiti. Si è trattato, infatti, di un solo caso di studio, in cui il gruppo dei partecipanti, da un lato, non era particolarmente numeroso e, dall'altro, presentava caratteristiche potenzialmente dissimili dal resto della popolazione per quanto riguarda la sensibilità al multilinguismo esposto. Ciò potrebbe aver inficiato la rilevazione della consapevolezza linguistica e della percezione della variazione del PL. Inoltre, il tempo dedicato alla sperimentazione, per quanto sufficiente al raggiungimento degli obiettivi fissati, appare troppo limitato: un progetto più lungo avrebbe, probabilmente, favorito un'esplorazione e un'analisi più approfondita del PL, con conseguenze importanti in termini di competenze e atteggiamenti. Infine, sarebbe importante testare, sempre in termini quantitativi, la componente attitudinale non solo per quanto riguarda lo studio del PL, come fatto, ma anche a livello di atteggiamenti verso la diversità linguistica e culturale nel PL. Le ipotesi formulate a conclusione del contributo, perciò, andranno verificate in futuri, e si spera numerosi, lavori di ricerca.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Arnold J. (2019), "The importance of affect in language learning", in *Neofilolog*, 52, 1, pp. 11-14: DOI <https://doi.org/10.14746/n.2019.52.1.2>.
- Bagna C., Gallina F., Machetti S. (2018), "L'approccio del Linguistic Landscape applicato alla didattica dell'italiano L2 per studenti internazionali", in Coonan C. M. *et al.* (a cura di), *La didattica delle lingue nel nuovo millennio: le sfide dell'internazionalizzazione*, Edizioni Ca' Foscari, Venezia, pp. 219-231: https://edizionicafoscari.unive.it/media/pdf/books/978-88-6969-228-4/978-88-6969-228-4-ch-14_42H1Kdz.pdf.
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic Landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Ben-Rafael E. *et al.* (2006), "Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel", in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, pp. 7-30.
- Blackwood R., Lanza E., Woldemariam H. (eds.) (2016), *Negotiating and contesting identities in linguistic landscapes*, Bloomsbury Publishing, London.
- Blommaert J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*, Multilingual Matters, Bristol.
- Calvani A. (2013), "L'innovazione tecnologica nella scuola: come perseguire un'innovazione tecnologica sostenibile ed efficace", in *Lingue e letterature d'Oriente e d'Occidente* (LEA), 2, pp. 567-584: DOI <http://dx.doi.org/10.13128/LEA-1824-484x-14592>.
- Carbonara V., Pagliara A. (2014), "Italianismi nel panorama linguistico di Istanbul: Linguistic Landscape come risorsa didattica", in *LEND. Lingua e nuova didattica*, 4, pp. 35-45.
- Carbonara V., Scibetta A. (2020), *Imparare attraverso le lingue. Il translanguaging come pratica didattica*, Carocci, Roma.
- Cassandro C., Maffei S. (2007), "Didattica per progetti", in Benucci A. (a cura di), *Sillabo di italiano per stranieri*, Guerra Edizioni, Perugia, pp. 233-269.
- Cenoz J., Gorter D. (2008), "Linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition", in *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching* (IRAL), 46, pp. 257-276: <https://doi.org/10.1515/IRAL.2008.012>.
- Chesnut M. *et al.* (2013), "The language lessons around us: Undergraduate English pedagogy and linguistic landscape research", in *English Teaching*, 12, 2, pp. 102-120.
- Consiglio dell'Unione Europea (2018), *Raccomandazione del Consiglio del 22 maggio 2018 relativa alle competenze chiave per l'apprendimento permanente*: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)).
- Dagenais D. *et al.* (2009), "Linguistic landscape and language awareness", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, New York, pp. 253-269.
- De Mauro T. (1980), *Guida all'uso delle parole. Parlare e scrivere semplice e preciso per capire e farsi capire*, Editori riuniti, Roma.
- Dörnyei Z. (2003), *Questionnaires in second language research: Construction, administration, and processing*, Lawrence Erlbaum Associates, London.
- Gorter D. (ed.) (2006), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Gorter D. (2018), "Linguistic landscapes and trends in the study of schoolsapes", in *Linguistics and Education*, 44, pp. 80-85:

- DOI <https://doi.org/10.1016/j.linged.2017.10.001>.
- Gorter D. *et al.* (2021), “The linguistic landscape as a resource for language learning and raising language awareness”, in *Journal of Spanish Language Teaching*, 8, 2, pp. 161-181: DOI <https://doi.org/10.1080/23247797.2021.2014029>.
- Huck S. W. (2012), *Reading statistic and Research*, 6th ed., Pearson, Boston.
- Hult F. M. (2018), “Language policy and planning and linguistic landscapes”, in Tollefson J. W., Pérez-Milans M. (eds.), *The Oxford handbook of language policy and planning*, Oxford University Press, New York, pp. 333-351.
- Jaworski A., Thurlow C. (eds.) (2010), *Semiotic landscapes: Language, image, space*, Bloomsbury Publishing, London.
- Krompák E., Fernández-Mallat V., Meyer S. (eds.) (2022), *Linguistic Landscapes and Educational Spaces*, Multilingual Matters, Bristol.
- Lazzari M (2021³), *Informatica Umanistica*, McGraw-Hill, New York.
- Lefebvre H. (1991), *The Production of Space*, Blackwell, Oxford.
- Lourenço M., Duarte J., Parrança-da-Silva F., Batista B. (2023), “Is There a Place for Global Citizenship Education in the Exploration of Linguistic Landscapes? An Analysis of Educational Practices in Five European Countries”, in Melo-Pfeifer S. (ed.), *Linguistic Landscapes in Language and Teacher Education: Multilingual Teaching and Learning Inside and Beyond the Classroom*, Springer, Cham, pp. 93-121.
- Lourenço M., Melo-Pfeifer S. (2023), “Conclusion: Linguistic Landscapes in Education – Where Do We Go Now?”, in Melo-Pfeifer S. (ed.), *Linguistic Landscapes in Language and Teacher Education: Multilingual Teaching and Learning Inside and Beyond the Classroom*, Springer, Cham, pp. 321-333.
- Lozano M. E., Jiménez-Caicedo J. P., Abraham L. B. (2020), “Linguistic landscape projects in language teaching: Opportunities for critical language learning beyond the classroom”, in Malinowski D. *et al.* (eds.), *Language teaching in the linguistic landscape. Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Cham, pp. 17-42.
- Malinowski D. (2015), “Opening spaces of learning in the linguistic landscape”, in *Linguistic Landscape*, 1, 1, pp. 95-113: DOI <https://doi.org/10.1075/ll.1.1-2.06mal>.
- Malinowski D. *et al.* (eds.) (2020), *Language teaching in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Cham.
- Melo-Pfeifer S. (ed.) (2023), *Linguistic Landscapes in Language and Teacher Education: Multilingual Teaching and Learning Inside and Beyond the Classroom*, Springer, Cham.
- Menken K., Pérez Rosario V., Guzmán Valerio A. (2018), “Increasing multilingualism in schools: New scenery and language education policies”, in *Linguistic Landscape*, 4, 2, pp. 101-127: <https://doi.org/10.1075/ll.17024.men>.
- Niedt G., Seals C.A. (eds.) (2020), *Linguistic Landscapes Beyond the Language Classroom*, Bloomsbury Publishing, London.
- Purschke C. (2017), “Crowdsourcing the linguistic landscape of a multilingual country. Introducing Lingscape in Luxembourg”, in *Linguistik online*, 85, 6: <http://dx.doi.org/10.13092/lo.85.4086>.
- Pütz M., Mundt N. (eds.) (2019), *Expanding the linguistic landscape: Linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource*, Multilingual Matters, Bristol.
- Rowland L. (2013), “The pedagogical benefits of a linguistic landscape project in Japan”, in *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 16, 4, pp. 494-505: <https://doi.org/10.1080/13670050.2012.708319>.
- Sayer P. (2010), “Using the linguistic landscape as a pedagogical resource”, in *ELT Journal*, 64, 2, pp. 143-154: <https://doi.org/10.1093/elt/ccp051>.
- Scollon R., Scollon S.W. (2003), *Discourses in place: Language in the material world*, Routledge, London.

- Shohamy E., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.) (2010), *Linguistic landscape in the city*, Multilingual Matters, Bristol.
- Spolsky B., Cooper R. (1991), *The languages of Jerusalem*, Clarendon Press, Oxford.
- Swedberg R (2020), “Exploratory Research”, in Elman C., Gerring J., Mahoney J. (eds.), *The production of knowledge: Enhancing progress in social science*, Cambridge University Press. Cambridge, pp. 17-41.
- Teddlie C., Tashakkori A. (2009), *Foundations of Mixed Methods Research: Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences*, Sage, Thousand Oaks.
- Ujvari M.M. (2019), “The Effect of Linguistic Landscape on Palestinians Language Attitudes towards Hebrew in the West Bank”, in *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 2, 4, pp. 1-11: DOI:[10.32996/ijllt.2019.2.4.1](https://doi.org/10.32996/ijllt.2019.2.4.1).
- Vedovelli M. (a cura di) (2011), *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Carocci, Roma.
- Vingron N., Gullifer J. W., Hamill J., Leimgruber J., Titone D. (2017), “Using eye tracking to investigate what bilinguals notice about linguistic landscape images: A preliminary study”, in *Linguistic Landscape*, 3, 3, pp. 226-245: <https://doi.org/10.1075/ll.17014.vin>.
- Wiśniewska D. (2021), “Linguistic landscape, murals and language learning”, in Adamczak-Krysztofowicz S., Szczepaniak-Kozak A., Rybszleger P. (eds.), *Angewandte Linguistik - Neue Herausforderungen und Konzepte*, Vandenhoeck, Ruprecht, Göttingen, pp. 429-446.

QUANDO LA MEDIAZIONE CULTURALE CAMBIA IL PAESAGGIO LINGUISTICO: UN PROGETTO DI RICERCA-AZIONE SU RACCOLTA DIFFERENZIATA E PLASTICHE MONOUSO

Roberta Garruccio¹

1. UNA TRIPLICE PREMESSA

Vorrei partire da una tripla premessa. La prima riguarda la posizione dalla quale mi sono mossa per incontrare il tema del paesaggio linguistico: insegno storia economica nell'ambito in un corso di laurea in mediazione linguistico-culturale; durante gli ultimi anni accademici ho proposto, nella didattica del triennio, alcuni approfondimenti che riguardano la connessione tra storia dello sviluppo economico moderno e storia ambientale. Questa prospettiva mi ha motivato a partecipare – insieme a colleghi e colleghe del mio dipartimento² e con un folto gruppo di lavoro³ – a un particolare progetto di ricerca-azione: ne parlerò nelle pagine che seguono perché è questa ricerca che mi ha offerto una chiave d'ingresso all'oggetto “paesaggio linguistico” (PL), un territorio di indagine nel quale mai avrei pensato di addentrarmi. Ciò che voglio sottolineare è che, se da un lato, il PL non è competenza della mia disciplina, da un altro lato è stato invece il dominio del PL e il suo orizzonte epistemologico ad essersi nettamente allargato a partire dagli anni più recenti, consentendo anche a prospettive molto diverse da quelle strettamente linguistiche e semiotiche di contribuire a costruirne tanto la conoscenza, quanto l'applicazione. Tale allargamento ha mantenuto saldo il perno nella relazione linguaggio e spazio pubblico e nella relazione spazio e luogo, mentre è andato coinvolgendo dimensioni differenti (Barni, Bagna, 2015; Pütz, Mundt, 2019). In primo luogo, si è ampliata l'area degli oggetti che vengono rubricati nello studio del PL. Dall'inventario di segni scritti nello spazio pubblico, l'attenzione è stata estesa a un più vasto *assemblage* semiotico: alle sue rappresentazioni multimodali, per esempio, per cui i segni che si cercano nello spazio pubblico sono sì materiali, ma anche virtuali se vengono traghettati ai/dai diversi media, e sono sì visibili ma anche sensibili, udibili, tattili o olfattivi, e poiché in questo contributo si parlerà di rifiuti, quest'ultima è una prospettiva di non poco rilievo. In secondo luogo, si è allargata la dimensione del tempo, il che ha significato riconoscere non solo l'estensione sincronica del PL, ma anche la sua profondità diacronica indagandola con fonti nuove, come quelle storiche e letterarie. In terzo luogo, si è allargata l'area degli assunti teorici e metodologici mobilitati per guardare al PL, ma

¹ Università degli Studi di Milano.

² Insieme a me hanno partecipato al progetto Maria Matilde Benzoni, Maria Vittoria Calvi, Mario De Benedittis, Bettina Mottura, Letizia Osti, mentre Giuseppe Sergio ha collaborato alla semplificazione linguistica dei materiali comunicativi.

³ Il progetto che viene stilizzato in queste pagine è illustrato in dettaglio (per partecipanti, obiettivi, metodo, struttura, committenza, collaborazioni, *partnership*, patrocinî) nel sito web multilingue <https://www.unsaccoetnico.it/>; questo mio intervento è fortemente debitore nei confronti del report finale di progetto, report che è stato frutto di una redazione collettiva; molti contenuti sono qui ripresi per declinarli nella chiave del paesaggio linguistico.

anche quella dei domini disciplinari coinvolti in cui sono state incluse le scienze sociali. Si è ingrandita, infine, anche l'area dell'analisi del PL, che all'approccio quantitativo ha crescentemente affiancato quello qualitativo, con l'utilizzazione sempre più estesa di interviste in profondità, questionari, osservazione partecipante, scrutinio di documenti storici e istituzionali, insieme all'applicazione di nuove tecnologie.

La seconda premessa di questo articolo serve a contestualizzare il progetto a cui mi riferisco, il quale è stato intitolato *Un sacco et(n)ico 2020. Etnico* perché rivolto ad alcune attività di ristorazione che propongono cucina non europea nelle città di Milano, Bergamo e Brescia. *Etnico* perché si è preposto l'obiettivo di cambiare in meglio alcuni comportamenti che riguardano la sostenibilità, ma soprattutto di offrire delle ragioni per farlo. Finanziato dalla Fondazione Cariplo nell'ambito del bando Plastic Challenge 2020, si è svolto tra la primavera 2021 e l'autunno 2022, concludendosi con alcune occasioni di disseminazione. Ha avuto come capofila ESStà⁴, un'associazione di ricerca, formazione e consulenza che sperimenta metodi partecipativi sui temi dell'economia e della sostenibilità; come partner il Dipartimento di Lingue, letterature, culture e mediazioni dell'Università degli Studi di Milano, la Onlus ADL a Zavidovici di Brescia, la cooperativa sociale RUAH di Bergamo, le società di servizi ambientali Amsa e Aprica che si occupano della raccolta e dello smaltimento dei rifiuti nelle tre città coinvolte (Amsa a Milano, Aprica su Bergamo e Brescia) e che a loro volta fanno parte del gruppo multiutility A2A: un gruppo che ha come azionisti di maggioranza i comuni di Milano e di Brescia che del progetto sono stati anche patrocinatori, affiancati dal comune di Bergamo. Se per Bergamo e Brescia il progetto è stato esteso all'intero territorio comunale, per Milano, dato l'elevato numero di ristoranti etnici presenti, si è scelto di focalizzare il lavoro su tre zone specificamente caratterizzate per diversità (e quindi anche per uno specifico PL): l'area attorno alla via Paolo Sarpi (connotata da ristorazione prevalentemente cinese); l'area NoLo/Via Padova (a Nord di piazzale Loreto, dove si addensa una ristorazione prevalentemente latino-americana); l'area di Porta Venezia/corso Buenos Aires (punteggiata invece da ristorazione prevalentemente africana e mediorientale: una sorta di "Medioriente allargato" – come è stato definito dal gruppo di lavoro - che va dal Marocco al Pakistan).

La ricerca-azione ha riguardato quindi tre aree urbane che oggi possono essere definite *aree di superdiversità* (Vertovec, 2007). Quello della superdiversità è un concetto che ha fortemente permeato gli studi sul PL a partire dagli anni duemila (Bloommaert, 2013) e che si riferisce a spazi (soprattutto cittadini) marcati da una forte differenziazione delle provenienze dei flussi migratori non comunitari⁵. Sappiamo che nella superdiversità interagiscono elementi che esuberano da nazionalità e lingua, perché mescolano religioni, culture materiali, reti sociali, capitale umano, occupazione lavorativa e professionalità, certamente anche tradizioni e pratiche legate tanto al cibo quanto allo scarto (Uberti-Bona, 2021). Questo elenco ovviamente potrebbe essere assai più lungo, ma qui mi limito a enfatizzare che rientrano a buon diritto nella superdiversità urbana anche le attività e le pratiche imprenditoriali dei cittadini di origine straniera, pratiche che coinvolgono anche il loro rapporto con le autorità, con gli organi regolativi di tali attività, con i fornitori dei servizi locali, con la clientela (Wei *et al.*, 2018). Ciò che ha motivato me e colleghe e colleghi a partecipare al progetto è stata la scelta di fissare a priori il perno della sua metodologia

⁴ <https://assesta.it/>.

⁵ I dati su Milano nell'ultimo decennio parlano di 150 nazionalità e 130 lingue (Calvi, 2015). Sull'imprenditorialità immigrata a Milano, cfr. Chiesi e De Luca (2012), Ferro *et al.* (2019), Ministero del lavoro e delle politiche sociali (2021). Per Brescia e Bergamo si possono consultare i dati elaborati dalle rispettive camere di commercio, mentre Unioncamere e il Ministero del lavoro e delle politiche sociali (2021) hanno recentemente organizzato una sintesi a livello nazionale.

di intervento nella mediazione linguistico-culturale (MLC). Il che rimanda al titolo che ho dato a questo contributo. Nell'ambito di *Un sacco et(n)ico*, la mediazione ha rappresentato lo strumento per raggiungere due obiettivi: migliorare la qualità della raccolta differenziata dei rifiuti prodotti dalla ristorazione (raccolta che non è fine a sé stessa, ma orientata al riciclo dei materiali di scarto, con un conseguente risparmio di emissioni di CO₂); comunicare ai ristoratori i divieti e le restrizioni introdotte dalla Direttiva europea *Single Use Plastics* (Direttiva SUP) per aiutarne l'applicazione.

La terza premessa riguarda quindi proprio la SUP. Adottata dal Parlamento Europeo nel giugno 2019, è stata seguita dalla redazione da parte della Commissione Europea delle linee guida di orientamento alla sua applicazione e mira ad abbattere del 50% entro il 2025 e dell'80% entro il 2030 l'inquinamento dovuto alla plastica⁶. Con effetto immediato, ha vietato l'immissione sul mercato di posate, piatti, cannucce, palettine per il caffè usa e getta e contenitori per alimenti in polistirene espanso, ossia prodotti ampiamente utilizzati dai segmenti della ristorazione che si dedicano ai servizi di asporto e di consegna a domicilio. In un più lungo orizzonte di tempo, la SUP ha previsto una serie di obblighi progressivi di riduzione di specifici consumi, che comprendono contenitori per alimenti in plastica diversa dal polistirene espanso. La direttiva infatti, si inserisce in una più ampia strategia europea che spinge la transizione verso un'economia circolare, prevede incentivi all'innovazione di modelli imprenditoriali, coinvolge in una responsabilità estesa i produttori di nuovi materiali e di prodotti che dovranno possedere determinati requisiti di fabbricazione e di marcatura a certificazione di determinati standard, è orientata a ridurre di conseguenza la produzione di rifiuti in plastica, mentre ne sollecita una gestione corretta e una raccolta differenziata finalizzata soprattutto al loro riciclo. In sintesi, la SUP punta sì a colpire i consumi di plastiche, ma punta soprattutto a smantellare le pratiche usa e getta di quelle che – proprio per la loro modalità di impiego – sono soggette a un alto tasso di rischio di dispersione e di abbandono nell'ambiente. Se i loro effetti sull'inquinamento di aria, suolo e acqua sono ormai ampiamente documentati, è sugli ambienti marini l'impatto maggiore: è stato calcolato che l'80% delle specie che li abitano ingerisca microplastiche, il che ha ricadute sulla salute umana una volta che queste ultime entrano nella catena alimentare (Geyer *et al.*, 2017; Schweitzer *et al.*, 2018).

Lo scoppio della pandemia da Covid-19 all'inizio del 2020 ha rallentato *Un sacco et(n)ico*, ma – cosa assai più rilevante – ha ritardato il recepimento della SUP; ciò è valso per alcuni governi UE, tra cui il governo italiano. In Italia essa ha assunto piena efficacia legale solo nel gennaio 2022 (quando *Un sacco et(n)ico* entrava nella fase di ricerca sul campo), e in una versione meno restrittiva rispetto all'originaria: il decreto-legge italiano esclude dal bando le plastiche biodegradabili e compostabili che presentano una percentuale di materia prima rinnovabile pari o superiore al 40% per il 2023, limite che sarà elevato al 60% dal 2024⁷. Si tratta di un'esclusione che riflette il peso economico delle bioplastiche nel nostro paese, che è il maggior produttore a livello europeo⁸. Ciò rende necessario aggiungere che ha partecipato al progetto anche Novamont, azienda italiana del settore dei prodotti biochimici, la quale ha garantito una dotazione di contenitori biodegradabili e compostabili per le pietanze, materiali pensati anche per una raccolta differenziata più

⁶ Si può accedere al testo integrale della direttiva UE 2019/904 del Parlamento e del Consiglio europeo dal seguente link: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0904>.

⁷ Il decreto-legge 196 del 2021 è consultabile al link della Gazzetta Ufficiale: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2021/11/30/21G00210/sg>.

⁸ Secondo l'8° rapporto annuale Assobioplastiche, redatto sulla base di uno studio condotto da Plastic Consult nel 2021, si tratta di un settore di 275 aziende con quasi tremila addetti, vd: <https://assobioplastiche.org/comunicati/2021-lindustria-delle-bioplastiche-supera-il-miliardo-di-euro-di-fatturato-rispetto-al-2020>.

precisa poiché entrano nel ciclo dei rifiuti organici⁹. Ma rende necessario anche rammentare che *Un sacco et(n)ico* ha inteso la comunicazione con i ristoratori (e i loro staff, il più delle volte di origine non italiana) come scambio biunivoco. Mi riferisco a un'azione che è di informazione amministrativa su un versante, di rilevazione di bisogni dall'altro, e che come tale ha presupposto che anche ristoratori e lavoratori della ristorazione avessero qualche cosa da dire circa la raccolta differenziata e la riduzione delle plastiche e che ciò dovesse essere ascoltato e valutato, creando occasioni appropriate: per esempio, riguardo alle compatibilità economiche che sono parte del problema, quindi ai costi implicati dalla transizione da un materiale all'altro, oppure all'efficacia delle alternative disponibili, dato il tipo di cucina proposta e le modalità di servizio offerto, oppure ancora alla effettiva disponibilità di spazi per la gestione delle diverse frazioni di rifiuti.

2. PERCHÉ I RISTORANTI ETNICI

Complessivamente, il progetto ha considerato 15 diversi tipi di cucina del mondo¹⁰, ma qualche parola di commento credo meriti la scelta di rivolgersi proprio alla ristorazione etnica. La prima ragione rimanda al fatto che la mediazione linguistico-culturale aveva dato interessanti spunti in un progetto pilota condotto su scala molto più limitata nel 2018-2019¹¹. Eppure, nella fase di definizione del progetto nel 2020, quell'aggettivo *etnico*, perno della selezione delle attività di ristorazione implicate, è tornato a essere oggetto di discussione entro il gruppo di lavoro riguardo a come dovesse essere definito e compreso. È dunque bene precisare che l'attributo *etnico* è stato inteso qui come rivolto soprattutto alla gastronomia extra-europea, il che il più delle volte rimanda alla etnicità/nazionalità/cittadinanza non comunitaria di chi gestisce ristoranti (ossia di chi prende le decisioni imprenditoriali oltre che di gestione), e dello staff che ci lavora (in sala, in cucina, nell'organizzazione degli ordini *take away* e *home delivery*, e anche nello smaltimento dei rifiuti).

Il progetto 2020 ha mantenuto il fuoco della sua attenzione su piccoli esercizi commerciali, che impiegano largamente lavoratori e lavoratrici non di madrelingua italiana, e si rivolgono a una clientela che, spesso, a sua volta, non è di madrelingua italiana.

La ristorazione etnica ha insomma rappresentato un fulcro di interesse che, un po' paradossalmente, prescinde dalla etnicità in sé. Del resto, i dati relativi alle sanzioni comminate per errori e mancanze nella raccolta differenziata dei raccolti da Amsa e Aprica non indicano una particolare concentrazione di multe rivolte alla ristorazione etnica, indicano piuttosto che la raccolta differenziata dei rifiuti è problematica per il mondo della ristorazione in generale, non per i ristoranti etnici in particolare. Se il nostro progetto si è rivolto comunque proprio alla ristorazione etnica, anche su indicazione di Amsa e Aprica, è per una diversa serie di rilevanze: la ristorazione etnica è legata a un'offerta (e a una domanda) in genere (e con importanti eccezioni) relativamente *low cost*; è largamente organizzata per l'asporto e/o la consegna domicilio dei piatti preparati (spesso ma non sempre attraverso le piattaforme di *food delivery*); impiega(va) per questo tendenzialmente più stoviglie in plastica monouso; presenta una più difficile gestione della raccolta

⁹ Il riciclo delle bioplastiche come rifiuti organici è sancito dalla normativa italiana (art. 182 ter del decreto legislativo n. 152/2006 poi modificato nel 2020), la quale a sua volta prevede la loro conformità alle norme UNI EN di riferimento, agli standard da queste fissati per gli imballaggi e per altri manufatti, sui quali deve essere riportata una specifica e visibile certificazione.

¹⁰ I tipi di cucina offerti dalla ristorazione etnica delle tre città sono certamente superiori a questo numero, ma questo ventaglio è stato limitato dalle effettive adesioni, come spiega il paragrafo 7.

¹¹ Realizzato sempre da EStà, ma solo su Milano.

differenziata; sperimenta un turnover piuttosto rapido del personale (anche dati i ritmi intensi di lavoro e i bassi salari); e un personale che cambia spesso deve apprendere a ogni ricambio anche le regole dello smaltimento dei rifiuti, il che può portare facilmente a una maggiore propensione a commettere errori.

Non c'è quindi una specifica evidenza che, rispetto alla ristorazione *tout court*, la ristorazione che propone cucina etnica sia meno virtuosa o meno rapida nell'ottemperanza alle regole; c'è piuttosto un'evidenza generale che sia la ristorazione urbana ad essere problematica, tanto sulla differenziata quanto sulle plastiche, e questo a maggior ragione nella contingenza temporale legata alla pandemia e all'incertezza dello scenario economico che la pandemia ha esacerbato.

3. LE FASI E LA SCALA DEL PROGETTO

Il progetto si è svolto in diverse fasi (Figura 1) che è bene stilizzare per poter mettere a fuoco gli elementi di paesaggio linguistico che hanno generato.

La prima fase ha previsto l'analisi del contesto normativo e l'analisi territoriale, passando dalla mappa delle attività di ristorazione coinvolgibili potenzialmente – quasi 500 – a quella dei ristoranti coinvolgibili effettivamente: la ricognizione sul territorio ha comportato la verifica che fossero ancora attivi e che presentassero le caratteristiche che ci interessavano. E ha asciugato il campione iniziale di quasi il 20%. Ma la prima fase è stata soprattutto preparatoria dell'interazione con gli esercenti e si è concentrata sulla selezione e formazione di mediatori e mediatrici, sulla scrittura dei questionari da somministrare, sull'individuazione delle domande aperte da rivolgere, sull'allestimento del sito web interattivo, sull'adattamento della applicazione mobile scelta per la raccolta dei dati. A chiudere la prima fase è stata infine la redazione del materiale informativo da distribuire nei ristoranti. In questo snodo, si è provveduto non solo alla loro traduzione nelle sette lingue del progetto (oltre all'italiano, arabo, cinese, inglese, spagnolo, turco e urdu), ma anche a un'opera di semplificazione del linguaggio amministrativo e specialistico che, nell'ottica della MLC, era non meno necessaria della traduzione, come verrà esemplificato nel § 5.

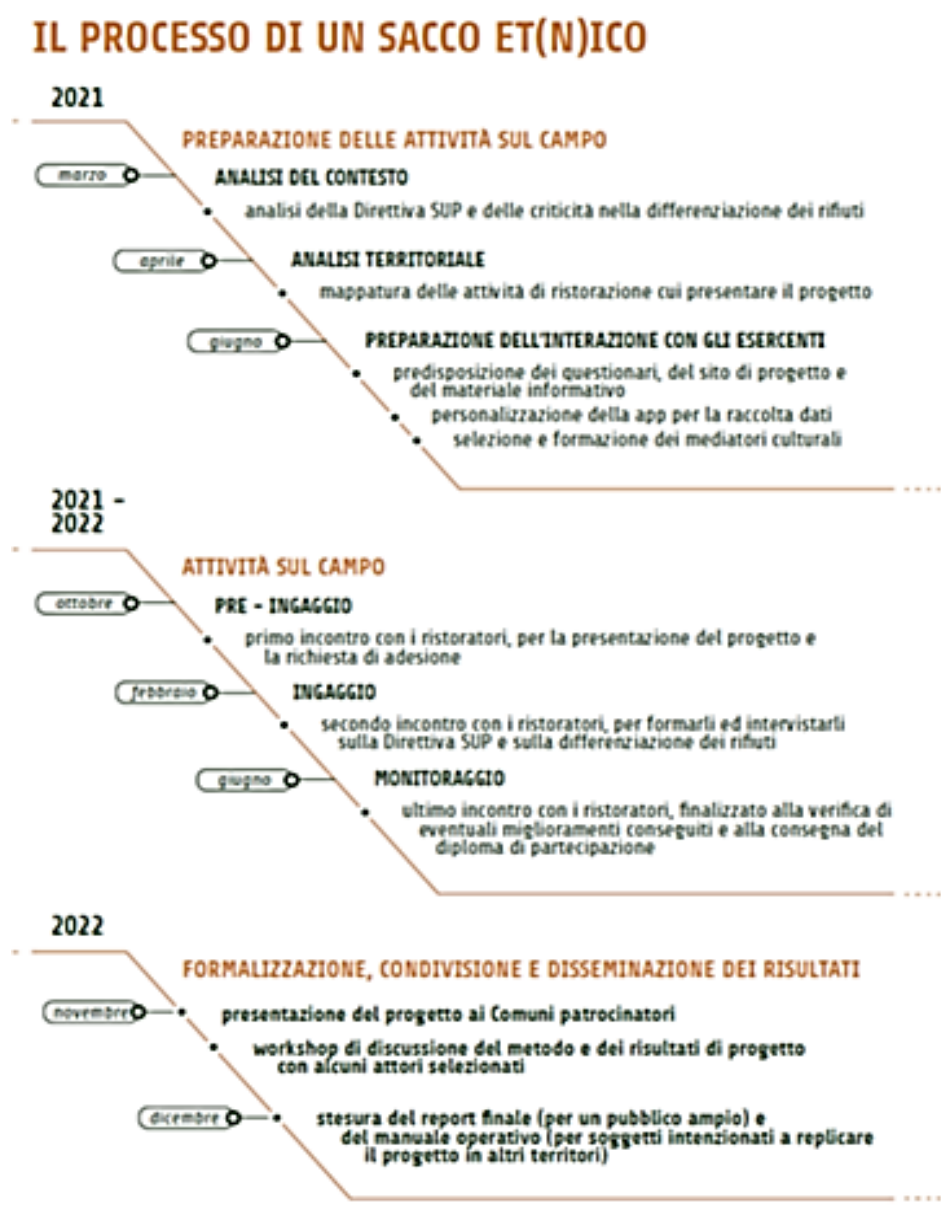
La seconda fase è coincisa con le operazioni di contatto con i ristoratori (pre-ingaggio). Si è trattato di un primo contatto forzatamente rapido, tentato in condizioni difficili, il quale avveniva in qualche caso telefonicamente, a volte via mail, altre con una visita, ed era strettamente finalizzato a informare circa il progetto, a formulare l'invito ad aderire, e a creare l'occasione per inviare comunque il materiale comunicativo predisposto. Dei 338 ristoranti contattati, 200 erano a Milano, 76 a Brescia e 62 a Bergamo.

La terza fase (ingaggio) ha ulteriormente scremato queste cifre, perché hanno effettivamente aderito al progetto 58 ristoranti (37 a Milano, 12 a Brescia e 9 a Bergamo). I ristoratori e i loro staff a questo punto hanno incontrato mediatori e mediatrici e personale delle due società di servizi ambientali presso i loro rispettivi esercizi commerciali. L'interazione si è svolta come mutuo scambio di informazione e come occasione di formazione e apprendimento reciproco su entrambi i temi della Direttiva SUP e della raccolta differenziata, a partire dai materiali informativi e comunicativi preparati, dall'osservazione delle pratiche di cucina e dall'analisi visiva dei rifiuti generati. Nella fase di ingaggio i ristoranti hanno ricevuto ciascuno circa 1.000 *food bag* compostabili, per essere messi tutti in grado di sperimentare senza costi un'alternativa più sostenibile rispetto ai prodotti in plastica usa e getta che nella maggior parte dei casi erano ancora utilizzati.

La quarta fase, che si è svolta a qualche mese di distanza da quella di ingaggio, è stata dedicata al monitoraggio delle pratiche e ai riscontri, non solo sull'effettiva utilizzazione, ma anche sulla messa alla prova della funzionalità delle *food bag*, per le quali in diversi casi è stato necessario un ripensamento in modo da adattarle a pietanze molto differenti fra loro (asciutte o in brodo, per esempio, con salse o senza, calde o fredde, ecc.). Questa quarta fase ha verificato se, rispetto alla precedente, fossero intercorsi cambiamenti nelle pratiche e quali: eventuali miglioramenti delle routine o al contrario la persistenza di non conformità alle norme; entrambi gli scenari hanno prodotto informazioni rilevanti. E a tutti i ristoranti che hanno completato le quattro fasi è stato alla fine consegnato un diploma di partecipazione, che gli esercenti hanno affisso nei loro locali.

Infine, a qualche mese di distanza dagli incontri di ingaggio e a solo 10 ristoranti di Milano e 4 di Bergamo, sono state proposte analisi merceologiche ulteriori sui rispettivi rifiuti, svolte da Amsa e Aprica con pesatura in laboratorio di alcune componenti specifiche.

Figura 1. *Schema delle tappe del progetto*



4. NUDGING E MEDIAZIONE: UN NESSO SPERIMENTALE

Il bando 2020 Plastic Challenge lanciato da Fondazione Cariplo, a cui *Un sacco et(n)ico* ha risposto, era esplicitamente volto a sostenere iniziative finalizzate alla prevenzione e alla riduzione del consumo di imballaggi in plastica monouso, attraverso strumenti di *nudging*.

Nudging è l'espressione che in italiano viene tradotta come "spinta gentile", ed è un concetto e una teoria che è stata promossa dall'economista Richard Thaler e dallo studioso di diritto Cass Sunstein per primi, all'intersezione di economia comportamentale, psicologia cognitiva e filosofia politica (Thaler, Sunstein, 2008).

Le spinte gentili (*nudges*) sono impresse con il fine di alterare i contesti nei quali le persone coinvolte prendono decisioni. Il *nudging* si basa quindi sullo studio dell'architettura delle decisioni e dei modi in cui l'utilizzo, appunto, di spinte gentili può intervenire, anche e soprattutto nelle politiche pubbliche, a cambiare le scelte che spesso le persone fanno di default, orientandole verso determinati comportamenti. In un'ottica di paternalismo libertario, la spinta è "gentile" perché non fa ricorso né a strumenti coercitivi (come sanzioni), né a incentivi economici (come tassazioni o dispositivi premiali in moneta). Agisce invece ampliando le alternative a disposizione, modificando la "forma" delle opzioni proposte, per esempio, la loro disposizione spaziale, o la loro sequenza temporale, offrendo su queste opzioni un'informazione che è tenuta a essere chiara, credibile e trasparente e prevedendo un'azione di rinforzo delle intenzioni e azioni di comportamento "virtuoso".

Un sacco et(n)ico ha disegnato come specifico strumento di *nudging* l'approccio della mediazione linguistico-culturale, portando così la MLC fuori dagli ambiti in cui essa è tipicamente utilizzata (segnatamente quello scolastico, sanitario, legale e giudiziario, umanitario e in generale quello della prima accoglienza dei migranti), per dirigerla invece sul tema della sostenibilità ambientale, agganciandola qui al settore della ristorazione non comunitaria. Alla MLC sono del resto riconosciute potenzialità non ancora esplorate (Garzone, Archibald, 2014; Machetti, Siebetchu, 2017; Mariottini, Tedeschi, Sánchez Castellanos, 2020), proprio perché i terreni che presentano esigenze di mediazione linguistico-culturale si moltiplicano, per esempio, nel contesto di enti, pubblici e privati, organizzazioni, imprese manifatturiere e dei servizi o del terzo settore, istituzioni (Calvi, Uberti-Bona, 2020).

Da un lato quindi, la MLC è una attività che certamente richiede solide competenze linguistiche. Una sua componente fondamentale è riconosciuta nel saper mediare tra la fonte del messaggio e i destinatari della comunicazione, riconoscendo gli elementi culturali che sono in gioco in questo passaggio, e per questo è indubbio che il primo compito di ogni mediatore/mediatrice sia quello di facilitare il più possibile lo scambio linguistico. Al cuore della MLC c'è dunque la competenza traduttiva: sia della parola scritta, sia dell'oralità (oralità del/nel dialogo), sia per il web (e nel progetto *Un sacco et(n)ico* sono entrate in gioco tutte e tre). Da un altro lato, rispetto alla traduzione o all'interpretariato intesi in senso puramente strumentale, consente di raggiungere obiettivi che esuberano dalla sola traduzione: rendere mutualmente accessibili i contesti di senso, aprire la possibilità di scambio e negoziato, contribuire a creare nuova conoscenza (attraverso il mutuo apprendimento di *frames*, concetti, significati, metodi, pratiche), una conoscenza potenzialmente capace di innescare un cambiamento nei modi di pensare e nei comportamenti.

Nell'ambito del progetto, a ciò contribuisce l'opportunità data ai ristoratori di sperimentare materiali e stoviglie in alternativa alle plastiche monouso che semplifichino la raccolta differenziata. L'approccio della MLC ha creato le condizioni perché essi

potessero valutare quali migliori punti di equilibrio si possono raggiungere tra sostenibilità, funzionalità e contenimento dei costi della transizione da un materiale all'altro. Ma ha anche riconosciuto il ruolo di mediazione linguistico-culturale che gli stessi ristoratori svolgono spesso spontaneamente presso le proprie rispettive comunità, e che poteva estendersi ai temi coinvolti dal progetto (Antonini, 2014).

Il gruppo di lavoro di *Un sacco et(n)ico* ha preso le mosse dal riconoscere la natura culturalmente determinata del cibo. Si è quindi rivelato di particolare interesse che un'aggiornata rassegna di ricerche basate sulla *nudge theory* abbia messo in evidenza come l'ambito in cui si è rivelata più efficace sia proprio quello dell'alimentazione (Mertens *et al.*, 2021). Al fine del discorso che svolgo in queste pagine, tuttavia, mi preme richiamare un'ulteriore pubblicazione, frutto del lavoro di tre ricercatori americani, i quali fondono la prospettiva linguistica con l'indagine sui fondamenti teoretici della psicologia e delle scienze cognitive (McFarlane *et al.*, 2020). Essi considerano le conseguenze positive di ciò che chiamano “actively thinking in a non-native language”, partendo dal filone di indagine sperimentale sul Foreign Language Effect (FLE). Aperta poco più di un decennio fa (Keysar *et al.*, 2012), questa pista analizza empiricamente l'insieme degli effetti dell'esercizio del pensiero bilingue distinguendoli da quelli del mero essere bilingue dei soggetti (effetti sulla cognizione, il ragionamento, il processo decisionale delle persone, sui loro giudizi e sui comportamenti che ne derivano), e arriva ad attribuire allo “actively thinking in a non-native language” (e quindi al FLE) la caratteristica di ridurre l'influenza di una serie di distorsioni cognitive nell'ambito della risoluzione di alcuni specifici problemi in situazioni complesse¹². Gli autori a cui mi riferisco lavorano all'intersezione tra il tema del FLE e quello del *nudge*, proponendo di considerare come forma di spinta gentile proprio l'esercizio della lingua due; quindi, saggiano l'ipotesi che i cittadini e le cittadine bilingui possano assumere un ruolo attivo nell'aumentare il benessere individuale e collettivo, prendendo decisioni migliori proprio attraverso l'implementazione strategica di lingue non native in contesti di scelta e di giudizio.

Se ho richiamato questa suggestione scientifica è per due ragioni. Su un piano generale, perché ciò è stato studiato anche in casi in cui le conseguenze della scelta impattano sul benessere sociale e/o sono comunque correlate a beni pubblici, tra cui ci sono le pratiche alimentari sostenibili e la sostenibilità più in generale (Bonini *et al.*, 2018). Sul piano particolare di *Un sacco et(n)ico*, perché il progetto da un lato rappresenta un esperimento di applicazione della MLC alla sostenibilità, partendo dal riconoscere che quest'ultima non si presenta come concetto auto-evidente, né come pratica ovvia. Al contrario, è sempre situata in contesti complessi; mentre dall'altro in modo complementare si appoggia alla MLC come strumento tanto più efficace quanto più i suoi agenti (mediatori e mediatrici) prendono parte attiva nel processo comunicativo e contribuiscono a perseguirne gli obiettivi.

5. MATERIALI COMUNICATIVI CHE DIVENTANO PAESAGGIO LINGUISTICO

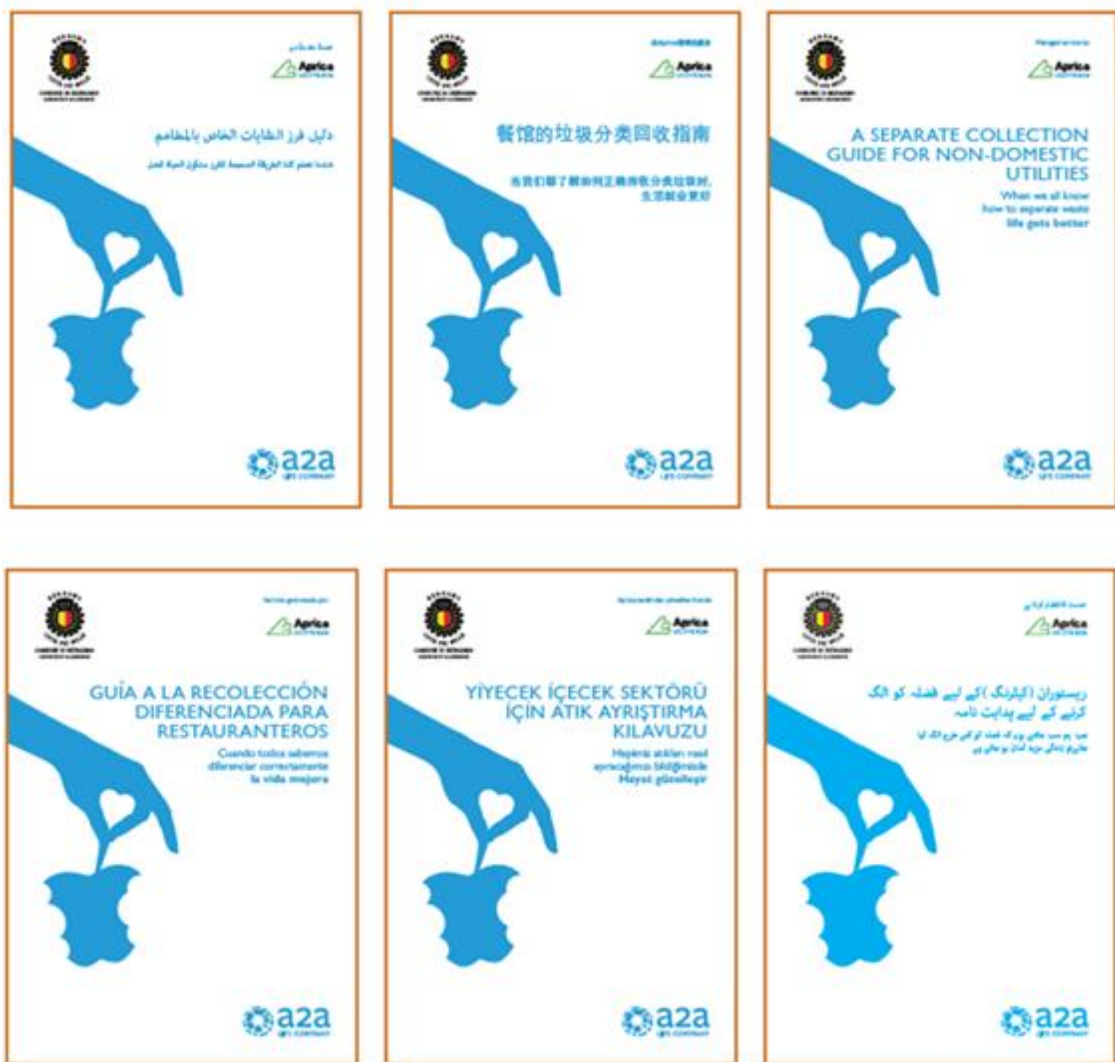
Per facilitare l'interazione e per organizzare i dati necessari, mediatori e mediatrici si sono serviti di un'applicazione mobile polifunzionale. Questa app è stata largamente sperimentata in contesti di intervento umanitario e in generale nell'attività di organizzazioni non-profit, è liberamente scaricabile dalla rete ed è diventata per *Un sacco et(n)ico* lo strumento principale del lavoro sul campo, perché ha facilitato la raccolta e

¹² *Bias* ed errori logici che vanno dall'effetto di *framing*, alla cosiddetta “fallacia della mano calda”, alla illusione di causalità, all'avversione alla perdita, alle credenze superstiziose.

l'organizzazione in parole, cifre e immagini, delle risposte ai questionari, delle note tratte dai colloqui e dall'osservazione diretta di spazi e pratiche¹³.

Altri tipi di supporto materiale alla ricerca-azione, soprattutto materiali comunicativi, sono stati invece redatti *ad hoc* per i ristoratori, cercando di intercettarne la prospettiva e gli elementi informativi da non dare per scontati. I ristoratori, quindi, hanno ricevuto: un manuale con le linee guida della raccolta differenziata (il quale è stato curato dalle aziende municipali di servizi ambientali coinvolte nell'azione, Figura 2); una coppia di poster da consegnare durante la fase di ingaggio e da utilizzare come riferimento visivo durante gli incontri, dove sono schematizzati i prodotti in plastica tradizionale monouso banditi o soggetti a riduzione dalla Direttiva SUP e le alternative sperimentabili (Figura 3); un pieghevole con l'illustrazione del progetto e della rilevanza dei temi affrontati; un adesivo con il logo del progetto da attaccare alle vetrine (Figura 4); un adesivo con il logo del progetto (Figura 5); un diploma a certificazione della partecipazione che è stato consegnato alla conclusione della ricerca-azione (Figura 6).

Figura 2. Le linee guida per la raccolta differenziata nelle diverse traduzioni dall'italiano



¹³ <https://www.kobotoolbox.org/>.

Figura 3. I poster che illustrano la Direttiva SUP nei suoi contenuti

PRODOTTI IN PLASTICA MONOUSO VIETATI

L'Italia vieta l'utilizzo di alcuni prodotti in plastica monouso non compostabile a partire da dicembre 2021. Tra questi, anche prodotti utilizzati per l'asporto e la consegna a domicilio che vengono gettati subito dopo l'uso, raramente vengono riciclati e tendono quindi a diventare rifiuti.

- POSATE** (Vivande, coltelli, forchiette, bicchere)
- PIATTI**
- CANNUCCIE**
- PALETTINE PER CAFFÈ**

TUTTI I CONTENITORI IN POLISTIROLO ESPANSO (EPS) per alimenti e bevande (compresi tazze e bicchieri) con i relativi coperchi.

Non tutti i prodotti in plastica saranno vietati

CONTENITORI
La legge non vieta i contenitori per alimenti realizzati in plastica o in carta rivestita con film plastico, ma ne auspica una riduzione del consumo.

BICCHIERI E TAZZE
Anche i bicchieri e le tazze in plastica e quelli in carta con rivestimento plastico rientrano tra i prodotti per i quali la legge prevede una riduzione del consumo. Su questi prodotti è obbligatoria un'immagine stampata per indicare che sono fatti in parte o totalmente in plastica.

DOVE LI BUTTO?

prodotti in plastica → prodotti in carta con film plastico

senza residui di cibo → **PLASTICA** senza residui di cibo → **CARTA**

Se hai dubbi controlla l'etichetta ambientale sul prodotto (l'etichetta contiene le informazioni per un corretto smaltimento)

Riutilizzare è meglio che riciclare

La Legge invita a sostituire i prodotti in plastica monouso con prodotti riutilizzabili. Qualora non fosse possibile consente l'utilizzo di prodotti compostabili che possono essere smaltiti nel rifiuto umido.

partners: **Amsa**, **Aprica**

con il contributo di: **ENEL**, **ENI**, **NOVAMONT**

patrocina: **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO**, **COMPTON**

con il supporto di: **ANIPS**, **ASSCOM**

UN SACCO ETICO, **CS TA**, **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO**, **DEPARTAMENTO DI SCIENZE DELLA MEDIATIONE LINGUISTICA E DI STUDI CULTURALI**, **REACT**, **NOVAMONT**, **ASSCOM**, **ASSOCIATO ITALIANO**, **ASSOCIATO ITALIANO**

ALTERNATIVE COMPOSTABILI AI PRODOTTI MONOUSO IN PLASTICA

L'Italia da luglio 2021 vieta l'utilizzo di determinati prodotti in plastica monouso per i quali esistono alternative riutilizzabili con l'obiettivo di ridurre i rifiuti di plastica nell'ambiente. Qualora non fosse possibile l'uso di prodotti riutilizzabili, viene consigliato l'utilizzo di prodotti monouso compostabili secondo la norma europea UNI EN 13432. Questi prodotti possono essere smaltiti nel rifiuto umido per essere trasformati, attraverso un processo industriale, in compost (un concime naturale che rende i terreni più fertili). La certificazione di compostabilità garantisce inoltre che i prodotti siano liberi da metalli pesanti ed altre sostanze potenzialmente tossiche.

I prodotti per il food service possono essere realizzati con materiali compostabili diversi per caratteristiche di resistenza e impermeabilità: per questo è importante informarsi presso i fornitori per scegliere il prodotto più adatto ad ogni tipo di esigenza.

LE BIOPLASTICHE COMPOSTABILI



Le bioplastiche compostabili possono essere smaltite con i rifiuti organici. I prodotti in bioplastica sono simili a quelli in plastica e possono confondersi. Si riconoscono grazie alla certificazione di compostabilità UNI EN 13432. Le bioplastiche trasparenti (attualmente la più utilizzata è il PLA) hanno poca resistenza al calore, mentre quelle non trasparenti possono essere usate anche con i cibi caldi. Le bioplastiche vengono utilizzate anche come pellicola per rivestire i prodotti in cartoncino e renderli più resistenti a olio, grasso, acqua e cibi umidi.

Che prodotti trovi in bioplastica?

Contenitori per alimenti, bicchieri, piatti, posate, porta salve e cianocce.

DOVE LO BUTTO? → **UMIDO**

LA POLPA DI CELLULOSA



La polpa di cellulosa si ricava dalla lavorazione di alcune piante tra cui la canna da zucchero. Per potere essere conferiti nell'umido, anche i prodotti realizzati in questo materiale devono avere la certificazione di compostabilità.

Che prodotti trovi in polpa di cellulosa?

Contenitori per alimenti, piatti, coperti.

DOVE LO BUTTO? → **UMIDO**

CARTA E CARTONCINO



I prodotti in carta e cartoncino (ma anche i tovaglioli) possono essere gettati nell'umido se non sono stati trattati con additivi chimici e inchiostri; per essere gettati nell'umido devono comunque avere la certificazione di compostabilità. Questi prodotti possono essere realizzati anche in cartoncino accoppiato ad un film in bioplastica che lo rende impermeabile e più resistente pur rimanendo compostabile.

Che prodotti trovi in carta e cartoncino?

Contenitori per alimenti e fritti, bicchieri, piatti.

DOVE LO BUTTO? Pulito → **CARTA**
Sporca → **UMIDO**

LA CARTA ANTIVOITO



Esistono anche alternative compostabili ai diversi tipi di carta antivoito, come la carta paglia per i fritti o quella accoppiata per i panini.

DOVE LO BUTTO? → **UMIDO**



IL LEGNO

Le posate e le bacchette possono essere realizzate anche in legno; se certificate compostabili possono essere smaltite nel rifiuto umido insieme ai residui di cibo.

DOVE LO BUTTO? → **UMIDO**

Come riconoscere un prodotto compostabile?

I prodotti compostabili sono certificati secondo la norma europea UNI EN 13432 da organismi di certificazione. Sul prodotto insieme a questa sigla devono essere presenti il termine "compostabile", il logo del certificatore (uno dei tre nell'immagine) e il numero di licenza del produttore al quale poter richiedere il certificato in corso di validità dei prodotti.

Il Consorzio Nazionale Impastatori (CNI) identifica i prodotti compostabili col proprio marchio "Compostabile CNI".



"TUV Compost" rilascia nel gruppo TÜV AUSTRIA Italia a partire dal 1° dicembre 2017 la sigla TÜV Compost.



EN 13432, una certificazione accreditata dal gruppo TÜV Rheinland, offre il marchio "TUV Compost International Compostable".



partners:   

con il contributo di:   

patrocina:  

con il supporto di:    

GOVERNITÀ DICHA STUDI DI MILANO
DEPARTAMENTO DE RICERCA
NELLA MIGRAZIONE LINGUISTICA
E DI STUDI INTERCULTURALI

Come anticipato nel § 3, credo che una breve esemplificazione dei testi e dei materiali che andavano tradotti in sette lingue possa chiarire i criteri seguiti dal gruppo di lavoro. Gli esempi più significativi, da questo punto di vista, ritengo siano forniti dai poster della Figura 3 (uno dedicato ai prodotti vietati dalla SUP e uno dedicato alle loro alternative compostabili) e dal pieghevole che li accompagnava. Si tratta di due strumenti molto tradizionali che proprio nella loro forma cartacea e verbale si sono confermati adatti a convogliare informazioni relativamente complesse e hanno rappresentato il doppio livello di una stessa strategia informativa. Doppio livello perché, da un lato, i manifesti murali – aiutati dalle immagini, dalla grafica e da una titolazione chiara, con caratteri di grande dimensione, leggibile che rimanda con immediatezza ai contenuti – concentravano solo le informazioni fondamentali (rispettivamente in 150 parole per i prodotti inclusi dalla SUP e in poco più di 400 per le loro alternative compostabili), mentre, dall’altro, la *brochure* (Figura 4) consentiva di connettere queste indicazioni alle diverse azioni del progetto e di collegare in modo chiaro l’ambito della riduzione delle plastiche usa e getta a quello della raccolta differenziata dei rifiuti.

Figura 4. Pagina interna del pieghevole che illustra obiettivi e ragioni del progetto

UN SACCO ET(N)ICO

Ciao! Il progetto Un sacco et(n)ico ha bisogno del tuo aiuto per capire come i ristoratori di Milano, Bergamo e Brescia gestiscono la raccolta differenziata e l'entrata in vigore della Direttiva Europea *Single Use Plastics*, che vieta l'utilizzo di alcuni prodotti in plastica monouso (per esempio piatti, posate, cannuce, alcuni contenitori per alimenti e bevande).

Partecipare al progetto è semplice!

Concedici il tempo di una chiacchierata per parlare di **raccolta differenziata** e **prodotti di plastica monouso** per la ristorazione. Proveremo a chiarire i tuoi dubbi e ti chiederemo di aiutarci a capire come rendere tutto più semplice a te e agli altri esercenti della città.

Inoltre, dopo la prima intervista ti forniremo delle **food bag compostabili gratuite** da provare in sostituzione di quelle che già usi.

Dopo un periodo di sperimentazione, torneremo per sapere com'è andata e per raccogliere i tuoi commenti.

Tutti i partecipanti riceveranno un **diploma**, per certificare l'impegno dimostrato nel migliorare l'ambiente della loro città!

Alcune delle cose che vorremmo capire sono:

- Quali prodotti di **plastica monouso** utilizzi per il consumo sul posto, il servizio di asporto e la consegna a domicilio?
- Conosci le alternative riutilizzabili o compostabili per sostituire questi prodotti? Le usi?
- Conosci la **Direttiva Europea 2019/904**, che vieta l'uso di alcuni di questi prodotti?
- Hai difficoltà o dubbi su come separare i rifiuti per la raccolta differenziata nella tua città?

In questo progetto, finanziato da Fondazione Cariplo, sono coinvolti: il centro di ricerca no-profit **ESTà**, **Amsa**, l'**Università degli Studi di Milano** e **Novamont** (l'azienda che fornisce le food bag compostabili gratuite per i partecipanti). Con il patrocinio del **Comune di Milano**, ti chiediamo di collaborare a un importante progetto per il bene della città.

Il tuo contributo sarà essenziale

Perché è importante separare i rifiuti correttamente?

Grazie alla raccolta differenziata, è possibile risparmiare tonnellate di emissioni di CO₂, evitare un eccessivo consumo di acqua ed energia elettrica e ridurre l'estrazione e l'utilizzo di materie prime.

Con il materiale recuperato a Milano con la raccolta differenziata nel 2019, si potrebbero produrre:

- dalla plastica, 170.000 panchine o 10 milioni di felpe in pile
- dal vetro, quasi 100 milioni di bottiglie
- dalla carta, 447 milioni di scatole di cartone
- dall'alluminio, 2 milioni di caffettiere moka
- dall'organico, 22.000 tonnellate di compost

Cosa succede ai rifiuti differenziati di Milano dopo essere stati raccolti da AMSA?

The diagram illustrates the waste management process for different categories of sorted waste:

- UMITO** (Organic waste) goes to an **Impianto di digestione anaerobica e compostaggio**, resulting in **compost (fertilizzante organico)**, **biogas**, and **biometano**.
- PLASTICA + METALLI** (Plastic and metal) goes to an **Impianto di selezione**.
- CARTA/CARTONE** (Paper and cardboard) goes to **Impianti di selezione**, leading to **avvio a riciclo** (start of recycling).
- VETRO** (Glass) goes to an **Impianto di selezione**.
- INDIFFERENZIATO** (Residual waste) goes to **Termovalorizzazione** (incineration with energy recovery), producing **energia elettrica e calore** (electricity and heat).

La riflessione sulle forme espressive di questi materiali di comunicazione è stata condotta collettivamente da mediatori e mediatrici in alcune occasioni dedicate a pianificare i testi e la loro architettura logica. Gli elementi della semplificazione utilizzati sono stati codificati dalla letteratura sulla semplificazione del linguaggio amministrativo

(Cortelazzo, Pellegrini, 1999; Cortelazzo 2021; Jullion, Sergio 2021). Sul piano sintattico si è puntato a snellire la misura frasale e a strutturare le frasi in capoversi capaci di condensare l'informazione senza perdere chiarezza. Sul piano della punteggiatura, si è ulteriormente cercato di neutralizzare le ambiguità, specie negli elenchi complessi. Sul piano lessicale si è prestata attenzione, in primo luogo, a ridurre all'essenziale i tecnicismi (se espressioni come “recepimento istituzionale” e “somministrazione di cibo” possono trovare alternative efficaci, non è stato possibile rinunciare ad altre come “bioplastiche compostabili”, mentre si è giudicato che l'espressione “frazione organica” dei rifiuti solidi urbani fosse largamente preferibile all'espressione “frazione umida” e anche più facilmente traducibile); e, in secondo luogo, a sfrondare i testi da un eccesso di sinonimi, tenendo verbi, aggettivi e sostantivi di uso comune senza tema di ripeterli.

Al margine inferiore destro dei due poster, un *QR code* consente di accedere al sito (interattivo) del progetto, il quale rappresenta un ulteriore livello di comunicazione con i ristoratori. Il sito approfondisce e articola i dettagli sulla ricerca-azione e le sue ragioni, è stato aperto all'interlocuzione con i ristoratori coinvolti. Ai suoi testi si è applicata la medesima attenzione prestata ai materiali esemplificati sopra, ricorrendo di preferenza solo alla forma attiva dei verbi, eliminando l'uso del gerundio, in modo da rendere sempre visibile il soggetto di ciascuna frase e da distribuire l'informazione su più frasi.

A conclusione del progetto, questo è il punto, questi materiali si sono trasformati sia in elementi di panorami linguistici fisici, sia in elementi di panorami linguistici virtuali (il sito di progetto e talvolta i profili social dei ristoranti)¹⁴. La variabile cruciale della MLC, in questo caso, ha funzionato quindi tanto come *nudge interno* (come spinta che ha aiutato a semplificare la comprensione mentale di norme e procedure, e ad espandere gli elementi di conoscenza e gli elementi di scelta), sia come *nudge esterno* (che modifica i luoghi con le sue iscrizioni materiali, i suoi testi, simboli e avvisi).

Figura 5. L'adesivo con il logo del progetto



¹⁴ Sull'incorporazione del paesaggio linguistico virtuale nella ricerca sul paesaggio linguistico si può vedere Maly, Blommaert 2019.

6. L'INTERAZIONE CON I RISTORATORI

L'interazione con i ristoratori è stata affidata quasi unicamente al mediatore/mediatrice in fase di pre-ingaggio, ossia nella delicata fase in cui è stato indispensabile, e niente affatto facile, guadagnare attenzione e disponibilità verso il progetto da parte di persone che erano impegnate nelle sincopate attività di ogni giorno di lavoro. Il ruolo dei mediatori e delle mediatrici qui si è rivelato cruciale. Convincere ristoratori e staff, impegnati nelle cucine e nel servizio, a dedicare del tempo al progetto è stato sfidante, e non solo perché non tutti sono avvertiti o sensibili verso il tema della sostenibilità ambientale, in particolare in un periodo di crisi economica. Non ci hanno stupito le risposte di rifiuto da parte di chi si dichiarava già esperto di raccolta differenziata e già informato sulla Direttiva SUP. Sono stati invece inattesi i molti commenti critici che hanno identificato i precisi ostacoli che si oppongono al o intralciano il rispetto di direttive, leggi e regolamentazioni ritenute avulse da ogni conoscenza ed esperienza diretta della ristorazione.

Nelle fasi successive invece (ossia negli incontri di ingaggio e monitoraggio), mediatori e mediatrici hanno affiancato il personale di Amsa o Aprica negli incontri e nelle conversazioni che dovevano essere di apprendimento/insegnamento reciproco. In altre parole, i ristoratori ricevevano gli elementi essenziali di comprensione del contesto di progetto, una serie di informazioni pratiche e le risposte ad eventuali dubbi che fossero espressi. Viceversa, gli operatori sul campo (che avevano precedentemente ricevuto una formazione di molte ore non solo sulle tecniche della raccolta differenziata e della SUP, ma anche sulla ricerca qualitativa e sulla storia dei rifiuti e delle plastiche) acquisivano dai ristoratori informazioni sui prodotti utilizzati nel ristorante per l'asporto e la consegna a domicilio, informazioni sulle pratiche di differenziazione dei rifiuti che erano ignote ai partner del progetto (ad esempio, problematiche relative allo spazio che i cassonetti dedicati a specifici rifiuti devono trovare nei cortili, o alle relazioni con i condomini e inquilini dei palazzi dove i ristoranti svolgono la propria attività il loro modo di gestire i rifiuti). Anche in questo caso, il ruolo dei mediatori e delle mediatrici si è rivelato imprescindibile. Le loro iniziative hanno aiutato inoltre a superare la diffidenza nei confronti del personale di Amsa e Aprica, diffidenza generata dal timore di ricevere multe in caso di mancata ottemperanza alle norme. L'assenza di intento sanzionatorio è stata sempre chiarita in fase di pre-ingaggio, e continuamente ribadita in quella di ingaggio, eppure l'ispezione visiva della raccolta differenziata – per individuare eventuali errori nella separazione delle diverse frazioni – ha rappresentato comunque un ostacolo a causa dell'apprensione residua che l'accompagnava. D'altra parte, la presenza del personale di Amsa e Aprica ha garantito le competenze tecniche necessarie per rispondere a tutte le domande e i dubbi di operatori e operatrici dei ristoranti.

Non è stata semplice neppure la terza fase. Senza contare le pause dettate dall'emergenza sanitaria, sono stati necessari degli intervalli di tempo tra gli incontri di ingaggio e quelli di monitoraggio, necessari perché i ristoratori avessero modo di apprendere le indicazioni ricevute, di ragionarci, e apportare eventuali modifiche alle routine degli esercizi. Questa frammentazione non ha giocato a favore della continuità nell'interesse a partecipare. La competenza del mediatore/mediatrice si è misurata, anche in queste circostanze, nel riuscire a mantenere comunque aperti i contatti e nel convincere dell'importanza di ogni singolo passo per la buona riuscita del progetto nel tempo. Ha aiutato molto che sia stato sempre lo stesso mediatore o la stessa mediatrice a recarsi in un determinato ristorante, che si siano stabilite quindi relazioni personali di fiducia, in modo da portare avanti un dialogo tra interlocutori specifici, senza dover ripartire daccapo ad ogni incontro.

7. UN *CAVEAT* E UNA POTENZIALITÀ

Dal punto di vista del metodo, per valutare l'intervento legato a *Un sacco et(n)ico*, si deve sottolineare un *caveat*: l'interesse dei suoi risultati non sta nella rilevanza statistica. Si tratta infatti di risultati fortemente limitati dal numero dei ristoratori che hanno effettivamente aderito, una decisione – quella di aderire – che era fuori dal potere di controllo della ricerca (specie in una congiuntura pandemica) e che introduceva anche un *bias* di autoselezione dei ristoratori che acconsentivano. A rischio dell'ovvio, va ricordato che per nessuno dei risultati raggiunti ha senso effettuare una comparazione tra comuni; basti considerare il fatto che a Milano il database di partenza era molto più ampio rispetto a quello di Bergamo e Brescia (così più numerosi sono poi stati i ristoranti coinvolti) semplicemente perché a Milano i ristoranti sono di più. Lo stesso discorso vale per i tipi di cucina più rappresentati: non solo non esauriscono il ventaglio di quelle che si trovano, ma, ad esempio, sono stati coinvolti molti ristoranti cinesi e peruviani, mentre altri tipi di cucina sono rappresentati da un singolo ristorante. È ovvio che i tipi di cucina più rappresentati abbiano mostrato maggiori casi di errori nella differenziata e di utilizzo di prodotti in plastica monouso, ma questo non significa che tale caratteristica sia intrinseca al tipo di cucina. Non si possono quindi in nessun modo trarre conclusioni come (solo a titolo di esempio) “la cucina cinese è più/meno sostenibile in termini di utilizzo di plastica monouso rispetto alla cucina peruviana”.

Da un altro lato però, partendo dalla consapevolezza che una questione come la gestione dei rifiuti urbani non ha alcuna “pallottola d'argento” che la risolva, va enfatizzato il valore del carattere esplorativo di un progetto che è stato guidato da una domanda precisa: (“la MLC può servire da strumento di *nudging* nella sostenibilità in ambito urbano (superdiverso)?”), ha trovato una risposta empirica ed è stato sostenuto da una procedura ben definita, praticabile, replicabile e scalabile.

Sempre dal punto di vista del metodo, è bene richiamare che il campione dei ristoranti contattati è stato costruito su una duplice base. Si è partiti da una interrogazione dal data base Tripadvisor, incrociata con una interrogazione del database TARI, la tassa sui rifiuti urbani¹⁵.

Ci sono ovviamente altri vincoli che hanno agito sul progetto e che hanno richiesto delle negoziazioni: se Amsa, per esempio, in generale era più concentrata sulla raccolta differenziata e sarebbe stata a priori più interessata a un'indagine rivolta a esercizi dimensionalmente maggiori in termini di rifiuti generati, la committenza di Fondazione Cariplo metteva invece l'enfasi sulla ricezione della Direttiva SUP. Ma entrambe si sono dimostrate molto interessate alle aree linguistico-culturali che il progetto individuava e di conseguenza molto aperte alla sperimentazione dello strumento della MLC.

Il criterio di effettiva selezione dal campione generale è stato in ultima istanza dettato dalla concreta disponibilità/auto-selezione dei ristoratori. Si è trattato quindi di un criterio non pro-quota (ossia un criterio che abbia proceduto pesando quanti ristoranti nel campione stavano in rappresentanza di quanti ristoranti nell'universo urbano per quale tipologia), ma neppure del tutto *random*. Non siamo quindi di fronte a una ricerca da manuale di scienza sociale, ma piuttosto a una sonda, un carotaggio guidato da una domanda chiara, da prassi sperimentate. Il progetto propone insomma un modo di procedere molto più di quanto non proponga risultati. E non pretende di trarre conclusioni forti da basi fragili di evidenza.

¹⁵ L'interrogazione in questo caso è stata invece condotta dal personale di Amsa e Aprica e si è rivelata di particolare importanza perché i dati TARI indicano con precisione quale è la quota di scarto organico generato da ogni specifica attività di ristorazione.

Gli incontri con i ristoratori hanno messo l'enfasi sullo studio delle pratiche attuate nei ristoranti in relazione a rifiuti e SUP, tenendo bene presente che ogni pratica è sempre fatta di tanti aspetti che vanno osservati simultaneamente, e che la costruzione discorsiva degli intervistati è solo uno di questi aspetti. Così, mentre il primo contatto ruotava attorno a una serie di domande, il contatto successivo apriva la possibilità dell'osservazione e del dialogo anche se le condizioni materiali della ricerca consentivano di affrontare solo poche questioni, nel tempo limitato che i ristoratori e i loro addetti erano in grado di concedere in un normale, intenso, giorno di lavoro.

8. RISULTATI

I risultati del progetto sono stilizzati nelle infografiche che ora fanno parte di un rapporto di sintesi consultabile on line sul sito del progetto già più volte richiamato. Qui non intendo ripercorrerli in dettaglio, ma voglio commentare il principale, ossia che la domanda di ricerca di *Un sacco et(n)ico* ha trovato una risposta positiva: ha consentito di metter a confronto, in due momenti nel tempo, un piccolo campionamento di ristorazione etnica urbana, valutandone il margine di miglioramento intercorso durante l'intervallo, sia nella qualità della raccolta differenziata, sia nella riduzione delle plastiche monouso, sia ancora della sostituzione di queste ultime con materiali compostabili o riutilizzabili.

La MLC si è rivelata efficace come strumento di spinta gentile in entrambe le direzioni e questo è suffragato da alcune evidenze. Nella fase di ingaggio, la rilevazione ha trovato che la quasi totalità dei ristoranti coinvolti utilizzava ancora plastiche monouso per asporto e consegna a domicilio (contenitori per alimenti e posate soprattutto); che circa la metà dei ristoratori ignorava i contenuti della Direttiva SUP e che gli errori nella raccolta differenziata dei rifiuti erano molti. Al completamento della fase di monitoraggio, l'impiego delle plastiche tradizionali si è mostrato significativamente ridotto: quasi due terzi dei ristoranti si erano nel frattempo indirizzati o verso l'eliminazione di alcuni polimeri di sintesi, o verso la loro sostituzione con i compostabili; mentre quasi il 50% aveva sostituito completamente almeno un prodotto in plastica usa e getta. Anche la raccolta differenziata risultava migliorata, sia dove erano stati introdotti i contenitori dedicati prima mancanti, sia dove erano stati ridotti gli errori nella separazione dei rifiuti: l'attività sul campo è stata quindi in grado di identificare e mappare quelli più frequentemente commessi nello smistamento, perché ha lavorato sui diversi tipi di residuo, osservando i processi che li facevano arrivare in modo scorretto ai diversi tipi di bidoni.

Se un elemento critico si staglia sugli altri, questo riguarda l'orientamento dei ristoranti verso materiali dotati della marcatura richiesta dalla Direttiva SUP a certificazione della loro compostabilità: si tratta di un punto delicato, poiché in taluni casi tali materiali acquistati come compostabili mancavano del tutto di questa marcatura, provenendo da circuiti di contraffazione che si offrono a basso prezzo ma non garantiscono i requisiti richiesti dalla legge.

9. CONCLUSIONI

Le evidenze che emergono dal progetto *Un sacco et(n)ico* non ambiscono a presentarsi come statisticamente robuste e di certo sono assai mescolate, eppure contengono elementi promettenti, che incoraggiano approcci pragmatici e plurali al problema ambientale,

quindi sia nuove ricerche, azioni e sperimentazioni che impieghino la spinta (*nudge*) della MLC nell'ambito ampio della sostenibilità, sia nuovi studi empirici sulla portata e il ruolo delle lingue migranti nelle decisioni di interesse pubblico e nei comportamenti più orientati al benessere sociale.

Nel panorama di segni che punteggiano gli spazi pubblici e la realtà multilingue e multi-etnica di Milano, Bergamo e Brescia, alla chiusura del progetto se ne è aggiunto qualcuno (esemplificato nelle Figure 3-6): le nuove linee guida sulla raccolta differenziata; i manifesti che illustrano in prodotti monouso in plastica ora vietati o che lo saranno, le alternative compostabili disponibili; i diplomi di partecipazione al progetto e l'adesivo di *Un sacco et(n)ico*. Sono i segni lasciati nei ristoranti che hanno accettato di co-costruire un'occasione di interazione positiva con le istituzioni che ne regolano l'attività, e di rappresentarsi alle comunità linguistiche che li frequentano e per le quali sono punti di riferimento, anche attraverso queste nuove iscrizioni. Se *Un sacco et(n)ico* aveva un ulteriore e più generale obiettivo, mirava infatti a raggiungere non solo gli addetti alla sala e alle cucine, ma anche il mondo di cittadini e cittadine che fruisce di quella ristorazione e di quei luoghi pubblici. Quest'ultimo è un coinvolgimento importante anche sotto il profilo della riduzione di quel fenomeno che viene definito con l'espressione inglese *littering*, ossia l'abbandono (accidentale o volontario) dei rifiuti di piccole dimensioni negli spazi pubblici. E questo *littering* pone questioni non meno rilevanti di quelle implicate dalla gestione dei rifiuti all'interno degli esercizi, tanto più in considerazione del fatto che, durante e dopo la pandemia, esso è peggiorato soprattutto nelle città, dove le persone tendono a vivere in strada più di quanto non accadesse prima.

Le pagine precedenti, insomma, hanno tracciato la genesi e la *ratio* dell'apparizione di questi segni e oggetti nuovi che sono anche discorsi situati, con il potere di costruire significato, segni e oggetti dinamici che, anche attraverso lingue immigrate, riorganizzano gli ambienti urbani con l'obiettivo di guidare scelte socialmente virtuose.

Senza essere partito con questo obiettivo, il progetto *Un sacco et(n)ico* ha quindi agito sul PL preesistente, articolandolo. In particolare, ha fatto leva sul suo carattere performativo, sulla sua duplice natura di specchio di trasformazioni in atto, di indicatore di crisi e di motore di trasformazioni che avvengono proprio attraverso il panorama delle lingue in movimento (Shohami, Gorter, 2009).

Nella misura in cui il progetto ha mobilitato la MLC come strumento per innescare cambiamenti socialmente desiderabili, ha portato anche l'attenzione sulla valenza pedagogica e politica del PL, in particolare laddove la traduzione rivela fratture di significato nei testi, suscita risposte in reazione ai cambiamenti e stimola l'attivazione delle persone che osservano il PL (Malinowski *et al.*, 2020; Bellinzona, 2021; Spolsky, 2021).

È chiaro che cambiare i comportamenti dei cittadini e delle cittadine si presenta come una delle maggiori sfide che i governi, a livello globale, nazionale e locale, hanno dovuto affrontare durante la pandemia e che devono affrontare in mezzo alla crisi climatica. E proprio le nuove emergenze contribuiscono a illuminare il ruolo che la MLC può svolgere sulle cerniere tra la comunità di appartenenza e le autorità della città e del paese in cui esse vivono. Sensibilizzare cittadini e cittadine alla necessità di ridurre il consumo delle plastiche e l'abbandono di rifiuti non è affatto solo questione di decoro urbano, ma una partita assai più grossa. Ed è anche occasione di pensare, pragmaticamente e democraticamente, le scelte politiche, territoriali ed ecologiche anche nella loro dimensione linguistica.

Figura 6. L'attestato di partecipazione, tradotto in una delle lingue del progetto



RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Antonini R. (2014), *La mediazione linguistica e culturale non professionale in Italia*, Bononia University Press, Bologna.
- Barni M., Bagna C. (2015), “The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL”, in *Linguistic Landscape: An International Journal*, 1, 1-2, pp. 6-18.
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Blommaert J. (2013), *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*, Multilingual Matters, Bristol.
- Bonini N., Hadjichristidis C., Graffeo M. (2018), “Green Nudging”, in *Acta Psychologica Sinica*, 50, 8, pp. 804-826.
- Calvi M. V. (2015), “Orizzonti multiculturali nel paesaggio linguistico milanese”, in Calvi M. V., Perassi E. (a cura di), *Milano città delle culture*, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma, pp. 467-476.
- Calvi M. V., Uberti-Bona M. (2020), “Negotiating languages, identities and space in Hispanic linguistic landscape in Milan”, in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 41, 1, pp. 25-44.
- Chiesi A., De Luca D. (2012), “Imprenditori immigrati in Italia: il problema della dimensione e dell’efficienza”, in *Quaderni di Sociologia*, 58, pp. 41-65.
- Cortelazzo M., Pellegrini F. (1999), *Semplificazione del linguaggio amministrativo. Manuale di stile*: <http://www.maldura.unipd.it/buro/gel/gel.html>.
- Cortelazzo M. (2021), *Il linguaggio amministrativo. Principi e pratiche di modernizzazione*, Carocci, Roma.
- Ferro A., Frigeri D., Stramenga E. (2019), *L’impresa di migranti a Milano, una risorsa per la città un’occasione di sistema*, Osservatorio internazionale sull’inclusione finanziaria - Centro studi di politica internazionale CeSPI, Milano:
https://www.cespi.it/sites/default/files/documenti/position_paper_cespi_fin_05_07_19_def_milano_0.pdf.

- Garzone G., Archibald J. (a cura di) (2014), *Definire la mediazione linguistica e culturale. Un approccio multidisciplinare*, numero monografico di *Lingue, culture, mediazioni*, 1-2: <https://www.ledonline.it/index.php/LCM-Journal/issue/view/53>.
- Geyer R., Jambeck J., Lavender Law K. (2017), "Production, use, and fate of all plastics ever made", in *Science Advances*, 3, 7: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.1700782>.
- Jullion M-C., Sergio G. (a cura di) (2021), *I linguaggi amministrativi nel mondo. Un viaggio attraverso il web*, FrancoAngeli, Milano.
- Keysar B., Hayakawa S., An S. (2017), "The Foreign Language Effect: thinking in a foreign language reduces decision biases", in *Psychological Science*, 23, 6, pp. 661-668.
- Machetti S., Siebetchu R. (2017), *Che cosa è la mediazione linguistica e culturale*, il Mulino, Bologna.
- Malinowski D., Maxin H., Dubreil S. (2020), *Language Teaching in the Linguistic Landscape: Mobilizing Pedagogy in Public Space*, Springer, Cham.
- Maly I., Blommaert J. (2019), "Digital ethnographic Linguistic Landscape analysis (ELLA 2.0)", in *Tilburg Papers in Culture Studies* 233, pp. 1-25.
- Mariottini L. Tedeschi S., Sánchez Castellanos A. (2020), *La mediación lingüística y cultural. Teorías y nuevos enfoques para el estudio de la lengua y cultura española e hispanoamericana*, Hoepli, Milano.
- McFarlane S., Cipolletti-Perez H., Weissglass C. (2020), "Thinking in a Non-native Language: a New Nudge?", in *Frontiers on Psychology*, 11, pp. 1-10.
- Mertens S., Herberz M., Hahnel U. J. J., Brosch T. (2021), "The effectiveness of nudging: a meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains", in *PNAS*, 119, 1, pp. 1-10: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2107346118>.
- Ministero del lavoro e delle politiche sociali (2021), *La presenza di migranti nella città metropolitana di Milano*: <https://www.lavoro.gov.it/documenti-e-norme/studi-e-statistiche/Documents/La%20Presenza%20dei%20Migranti%20nelle%20aree%20metropolitane,%20anno%202021/RAM-2001-Milano.pdf>.
- Pütz M., Mundt N. (eds.) (2018), *Expanding the Linguistic Landscape: Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*, Multilingual Matters, Clevedon-Buffalo-Toronto.
- Shohami E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, New York -London.
- Schweitzer J.-P., Gionfra S., Pantzar M., Mottershead D., Watkins E., Petsinaris F., ten Brink P., Ptak E., Lacey C., Janssens C (2018), *Unwrapped: How throwaway plastic is failing to solve Europe's food waste problem (and what we need to do instead)*, Institute for European Environmental Policy (IEEP), Brussels. A study by Zero Waste Europe and Friends of the Earth Europe for the Rethink Plastic Alliance: https://zerowasteurope.eu/wp-content/uploads/2018/04/Unwrapped_How-throwaway-plastic-is-failing-to-solve-Europes-food-waste-problem_and-what-we-need-to-do-instead_FoEE-ZWE-April-2018_final.pdf.
- Spolsky B. (2021), *Rethinking Language Policy*. Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Thaler R., Sunstein C. R. (2008), *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, Penguin, London.
- Uberti-Bona M. (2021), "Il progetto 'Paesaggi e Lingua': criteri, applicazione e sfide nello studio del paesaggio linguistico", in *Italiano LinguaDue*, 1, pp. 537-561: <https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15899>.
- Unioncamere - Ministero del lavoro e delle politiche sociali (2021), *Le imprese a titolarità immigrata in Italia. Uno sguardo di insieme e l'impatto della pandemia*, a cura di CeSPI e Deloitte Consulting:

https://www.unioncamere.gov.it/sites/default/files/comunicazione/Primo%20piano/2021/Impresa_Migrante.pdf.

Vertovec S. (2007), “Super-diversity and its Implications”, in *Ethnic and Racial Studies*, 30, 6, pp. 1024-1054.

Wei X., Jiao Y., Growe G. (2018), “The Making of Entrepreneurship: Does Language Ability Matter?” in *Small Business Economics*, 13:
<https://ssrn.com/abstract=3139384>.

L'ARABO NEL PAESAGGIO LINGUISTICO MILANESE: PROSPETTIVE E CONTESTI

Cristina Dozio, Marco Aurelio Golfetto, Federico Pozzoli¹

1. INTRODUZIONE

Se pensiamo al modo di dire “Parli arabo?”, risulta evidente come questa lingua sia stata finora percepita con una certa distanza nel nostro Paese. Eppure, negli ultimi anni l’arabo si sta diffondendo a livello scolastico (Bellinzona, 2021; Branca, Santerini, 2008) e nella comunicazione al cittadino in seguito al fenomeno migratorio, ed è rilevabile in alcune iniziative pubblicitarie, turistiche e artistiche che spesso ne riprendono l’affascinante calligrafia. In forma sempre crescente, questa lingua partecipa alla negoziazione dell’identità delle comunità migranti nei contesti plurilingui come le grandi città italiane. Un’identità linguistica e culturale che in parallelo viene ridisegnata anche negli stessi paesi arabi per via delle trasformazioni socio-economiche e di nuove esigenze comunicative in un mondo sempre più globalizzato (Golfetto *et al.*, 2021). Per meglio comprendere il ruolo e la visibilità dell’arabo a Milano, è opportuno presentare una panoramica degli studi sul paesaggio linguistico (PL) finora condotti che mettono al centro questa lingua.

Una prima direzione di ricerca si è focalizzata sull’arabo come lingua minoritaria e sulle relative politiche linguistiche, in particolare nel caso emblematico di Israele, dove lo scontro linguistico è simbolo di un conflitto a molti livelli. In questo ambito, Suleiman (2011) esplora il rapporto tra lingua e ideologia studiando la toponomastica implementata dalle istituzioni israeliane e le cartografie alternative create dai palestinesi come forma di resistenza². Inoltre, esamina la presenza di lingue straniere (soprattutto inglese e francese) nelle insegne commerciali in alcune località arabe: collocando le prime ricerche arabe su questo tema nell’alveo metodologico canonico del PL delineato da Landry e Bourhis (1997), Suleiman rileva un’eccessiva preoccupazione degli studiosi per il mantenimento della purezza della lingua e l’assenza di un approccio *reader-oriented*.

A partire da questi iniziali contributi, si delinea un altro filone di indagine che studia il plurilinguismo e l’eteroglossia nei PL arabi secondo le più recenti prospettive metodologiche. Alomoush e Al-Naimat mappano il PL giordano con particolare attenzione all’inglese e ai valori a esso attribuiti in ambito commerciale (2020), turistico e pubblicitario³. Hasan (2020) esamina il ruolo dell’inglese nel PL di Jeddah in Arabia Saudita in termini di *Second Language Acquisition*, mentre Moustououi (2019) e Nakla, Meliani (2022)

¹ Università degli Studi di Milano.

Questo contributo è stato concepito collettivamente dai tre autori. Nello specifico, Cristina Dozio è responsabile dei parr.1 e 5, Marco Aurelio Golfetto dei parr. 2 e 3, e Federico Pozzoli dei parr. 4 e 6.

² Tra i vari studi dedicati all’arabo come lingua minoritaria in Israele, si segnala quello di Trumper-Hecht (2010) che adotta una prospettiva *reader-oriented*.

³ I due studiosi si occupano di PL giordano sin dalle loro tesi di dottorato (rispettivamente Alomoush, 2015 e Al-Naimat, 2015), entrambe menzionate tra le dissertazioni recenti e significative nella bibliografia ragionata di Carr (2019).

guardano alla pluralità di lingue presenti rispettivamente nel contesto marocchino e algerino in relazione alle recenti trasformazioni delle politiche linguistiche⁴. Un altro tema approfondito negli ultimi tempi anche in relazione all'arabo è il PL delle proteste sia nelle strade sia nella realtà virtuale (Moustaoui, 2016; Raish, 2019; Karam *et al.*, 2023).

Infine, le ricerche più affini al nostro caso di studio si incentrano su città globali e *superdiverse* (Vertovec, 2007), in cui comunità e individui inscrivono nuovi significati nello spazio per negoziare le loro relazioni nel tessuto sociale. Un caso interessante nel mondo arabo è rappresentato da Dubai (Karolak, 2022), mentre a livello europeo Moustaoui (2018) esplora alcuni quartieri di Madrid, tra cui il Lavapiés, soffermandosi sulla ricontestualizzazione sociolinguistica dell'arabo in relazione alle trasformazioni demografiche, economiche e di socialità. Inoltre, un numero crescente di studi prende in considerazione Berlino (Heyd *et al.*, 2019) in quanto la presenza araba è aumentata significativamente in seguito al conflitto siriano. Addentrandoci nel PL milanese, la presenza dell'arabo è già stata rilevata nei contributi di Calvi (2015) e Uberti-Bona (2016) accanto alle lingue di altre comunità migranti⁵. Il nostro contributo riprende queste indagini, concentrandosi sull'area circostante via Padova, già mappata nel database *Paesaggi & Lingua* dell'Università degli Studi di Milano (Uberti-Bona, 2021), per fornire alcuni aggiornamenti in chiave diacronica e discutere alcuni spunti metodologici come la flessibilità delle categorie classificatorie impiegate. Attraverso l'analisi qualitativa di alcuni segni, intendiamo illustrare i contesti urbani in cui la presenza dell'arabo è particolarmente significativa, commentare le strategie linguistiche e individuare linee di indagine per ricerche future.

2. IL CONTESTO E UN NUOVO ARCHIVIO FOTOGRAFICO

Quanto descritto nel nostro contributo si basa su materiale documentale (circa 250 fotografie e alcuni brevi colloqui con i titolari o il personale degli esercizi) raccolto in occasione di sopralluoghi svolti nel mese di ottobre del 2022 nell'area di via Padova e zone limitrofe del Municipio 2 di Milano. Più precisamente, oltre a via Padova, abbiamo documentato attività e servizi presenti nella zona a est della stessa via (il nascente quartiere NoLo, fino a viale Monza, compreso il Parco Trotter), le parti adiacenti di Crescenzago e il Nucleo di identità locale (Nil) Adriano, fino alla zona di Cascina Gobba.

Nel corso delle visite abbiamo scoperto numerose attività e servizi, spesso gestiti da cittadini di origine araba e rivolti a questo stesso tipo di utenza, che viene ingaggiata attraverso scritte, immagini o simboli esposti sulle vetrine, nei cortili o nelle aree aperte al pubblico, che richiamano la lingua araba o la cultura arabo-islamica. Gli esercizi di interesse ai fini della nostra ricerca sarebbero ancora più numerosi, ma non per tutti è stato possibile chiedere o ottenere l'autorizzazione a raccogliere il materiale fotografico. Abbiamo quindi documentato una quarantina di unità che rispondono a caratteristiche linguistiche ben precise: la presenza di scritte in caratteri arabi, la presenza di scritte riconducibili all'arabo (onomastica, toponomastica, espressioni arabe, ecc.), anche se riportate in alfabeto latino, la presenza di immagini o simboli culturalmente connotati. Ne abbiamo ricavato un archivio fotografico con circa 250 fotografie, in espansione, che non ha pretese di completezza, né vuole assumere un valore statistico, ma che integra il

⁴ Un altro studio interessante per il plurilinguismo nelle città marocchine è Messaoudi, Khiri (2019).

⁵ L'arabo è stato rilevato anche nel PL di contesti urbani multietnici come il quartiere Esquilino a Roma (Bagna *et al.*, 2007) e nel quartiere Arcella di Padova (Zangrande, 2021) e di una località periferica come Mazara del Vallo (D'Anna, 2017).

preesistente database *Paesaggi & Lingua* e offre un contributo ulteriore per una visione diacronica del PL dell'area in questione nelle fasi pre- e post-pandemia.

Abbiamo scelto la zona di via Padova e limitrofi perché è un'area commerciale e residenziale multilingue, che ben rappresenta la natura *superdiversa* (Vertotec, 2007) di Milano. I dati statistici disponibili dimostrano, già a un primo sguardo, la forte attrattività di questa parte della città per i nuovi cittadini. Complessivamente, nell'area del Municipio 2, al 31/12/2022, i cittadini immigrati regolarmente residenti si attestano al 16,2% del totale⁶. Più in particolare, tra le aree visitate di questo Municipio, il Nil 19 (Padova, Turro, Crescenzago) registra il 35,2% di residenti stranieri, il Nil 20 (Loreto, Casoretto, Nolo) ne registra il 32,9%, mentre nel Nil 17 (Adriano) la residenza di cittadini stranieri si attesta al 24,7%⁷. Delle comunità immigrate presenti nel Municipio, quelle arabofone numericamente più rilevanti risultano essere rispettivamente l'egiziana, la marocchina e la tunisina. Notiamo inoltre anche una nutrita comunità bengalese che, pur non usando l'arabo come lingua veicolare, fa ricorso a formule ed espressioni arabe usate sia nell'ambito religioso sia in quello culturale più in generale.

Via Padova e le aree limitrofe ospitano numerosi esercizi di vario tipo gestiti dai nuovi residenti. Si segnalano, in particolare, quelli di proprietà di arabi, cinesi, latinoamericani e bengalesi che si impongono a vista d'occhio rispetto a quelli di altre provenienze, italiana esclusa. Noteremo infine che, pur trattandosi di un'area tradizionalmente interessata dal fenomeno migratorio, una parte di essa, e più esattamente l'area subito a nord di piazzale Loreto, è diventata oggetto di un nuovo e crescente interesse di natura immobiliare. Questo si accompagna a due fenomeni: la brandizzazione del nascente quartiere, che viene definito per mezzo dell'acronimo "NoLo", e il processo di gentrificazione dell'area. I prossimi paragrafi individuano i principali ambiti pubblici in cui è visibile la presenza della comunità arabofona in questa area in perenne trasformazione, rendendo conto delle strategie comunicative da essa impiegate e delle esigenze dei nuovi cittadini alle quali esse cercano di dare risposta. Il primo settore analizzato è quello dei servizi al cittadino, un ambito che costituisce un tipo di *frame* nuovo rispetto a quelli precedentemente descritti nella letteratura e sfrutta una strategia di comunicazione ibrida. Il secondo settore è quello delle attività commerciali, con un focus sulle strategie di *translanguaging* negli esercizi alimentari e della ristorazione. Infine, il terzo settore corrisponde alle comunicazioni informali relative a occasioni di socialità, delle quali si sottolinea il carattere spontaneo ed effimero.

3. UN NUOVO FRAME?

Analizzando le attività presenti nell'area di via Padova, il primo dato che appare è la notevole diversificazione delle tipologie. Infatti, quando si classificano gli esercizi che si pongono in relazione con la lingua araba (relazione qui intesa come descritto in precedenza), si possono individuare almeno quattro tipologie: le attività commerciali, i servizi al cittadino, i siti di tipo istituzionale e il materiale informale.

⁶ Per i dati statistici di Milano aggiornati al 31/12/2022, vedi: <http://sisi.comune.milano.it>.

Per la popolazione immigrata residente a Milano, vedi:

https://www.comune.milano.it/documents/20126/2313917/stranieri_naz_sex_municipi_2022_e_tot.pdf/361c22dd-a8a2-4563-f7bd-4b52386b3e2d?t=1676023183779.

⁷ Per i residenti stranieri per Nil aggiornati al 31/12/2022, vedi:

https://www.comune.milano.it/documents/20126/2313917/nil_sesso_stranieri2022.pdf/ec5262ab-175a-b5ff-9ed4-0230ed9cf5e9?t=1676023176620.

In questo paragrafo soffermeremo la nostra attenzione sulla seconda categoria, quella delle attività che offrono servizi alla cittadinanza. A questa categoria sono riconducibili diversi tipi di esercizi, quali CAF (centri di assistenza fiscale), ambulatori medici e consultori, enti e associazioni che erogano assistenza e solidarietà, rivolte in particolare ai nuovi cittadini. Kallen (2010), nel suo studio di riferimento sul PL, codifica cinque *frame*: *civic frame*, *marketplace*, *portals*, *wall*, *deitritus zone*. Ciascuno di questi *frame* fa riferimento a un modello di operatività che può essere improntata, ad esempio, al business (*marketplace*), o che eroga servizi per conto di istituzioni pubbliche (*civic frame*), siano esse dello stato centrale o dell'amministrazione periferica. Nel primo caso, la comunicazione è di tipo *bottom-up*; nel secondo caso, invece, la comunicazione avviene prevalentemente all'opposto, in direzione *top-down*. La classificazione di Kallen si limita al materiale trovato nella sua ricerca. Egli stesso ipotizza tuttavia l'esistenza di altri *frame*, come ad esempio quello che definisce *community*. Nel caso della nuova categoria oggetto della presente analisi, quella dei servizi al cittadino, avanziamo l'ipotesi che si tratti di un *frame* ibrido che, erogando servizi di mediazione tra il cittadino e le istituzioni, ha contemporaneamente una vocazione privata, propria degli esercizi commerciali, e una *mission* sociale e civica, propria delle istituzioni pubbliche. In sostanza, questi esercizi o centri costituiscono un *frame* che risulta distinto sia dal *civic frame* che dal *marketplace* propriamente detti. Questa nuova tipologia integra la classificazione delle categorie del database *Paesaggi & Lingue*, che utilizza l'etichetta di «altro», sotto la quale confluiscono alcune categorie che presentano «ambiguità [...] riconducibili alla composizione mista delle unità» (Uberti-Bona, 2021: 544; vedi inoltre Bagna, Barni, 2009).

Per illustrare la categoria in questione, presentiamo due esempi. Il primo è l'esercizio denominato *Il professore*. Si tratta di un CAF che svolge anche la funzione di agenzia di viaggi e offre dei servizi come quelli tradizionalmente erogati dall'Ufficio stranieri degli enti locali. L'attività, collocata nel tratto sud di via Padova, all'altezza del civico 45, si affaccia sulla strada con un'unica vetrina (Figura 1). Alla sommità, l'insegna è bilingue, in italiano e arabo, e presenta la sigla "CaF" in rosso, oltre ai recapiti telefonici dell'esercizio. L'italiano risulta la lingua dominante (per numero di parole) e prominente (ovvero in primo piano in base a fattori quali posizione, colore, dimensione) (Bagna, Barni, 2009). L'arabo viene usato invece a mezza altezza per definire il principale tipo di attività offerta: "*maktab khidmāt⁸ al-ajānib*" ("Ufficio di servizi agli stranieri"). La stessa informazione è resa subito sotto anche in italiano come "UFFICIO STRANIERI". L'elemento che spicca maggiormente nell'insegna, tuttavia, è il nome dell'esercizio, *Il professore*. La resa grafica del nome veicola istanze culturali specifiche. Il primo aspetto è collegato all'arabizzazione della grafia del nome stesso. L'articolo è scritto tutto in maiuscolo ed è unito al sostantivo, che invece è scritto in stampatello minuscolo. Si tratta di una scelta grafica che strizza l'occhio alle modalità di scrittura dell'alfabeto arabo. L'articolo "IL", così scritto, risulta infatti speculare all'articolo determinativo arabo ال (*al-*, unico per tutti i generi, numeri e casi). La scrittura continuativa dell'articolo con il sostantivo al quale è preposto è essa stessa propria della lingua araba. Inoltre, la scelta del nome "professore" va nella direzione della personalizzazione dell'esercizio. Anche in questo caso, si tratta di una opzione che si incontra ricorrentemente nel mondo arabo, dove indicare il nome (in genere il nome proprio, vedi *infra*) su un esercizio commerciale corrisponde a una forma di assunzione di responsabilità. Diversamente da quanto accade con il nome proprio, tuttavia, la scelta di usare qui un titolo al contempo professionale e onorifico mira a riverberare nell'utenza la percezione di competenza e specializzazione, ma anche di autorità e prestigio. A tutto ciò

⁸ Spesso letto anche *khadamāt*.

il titolo “professore” (che in arabo si dice *ustādh*, e significa anche ‘signore’) rimanda con naturale immediatezza.

Figura 1. CAF Ilprofessore, via Padova 45



Figura 2. CAF Ilprofessore, via Padova 45 (particolare)



L'unità si presenta divisa in quattro quadranti: due sopraluci, una vetrata fissa (a sinistra) e una porta (a destra). Procedendo in ordine antiorario, la porzione sinistra del sopraluce è stata lasciata vuota. La vetrata fissa sottostante invece è la porzione più ampia dell'unità e anche quella che reca più informazioni. Come per l'insegna, anche sulla vetrata è in scena un certo sforzo di mimetismo. Prevale nettamente l'uso dell'italiano, al quale si affianca la presenza di numeri e di sigle. Sia nelle locandine avventizie che si affacciano dall'interno dell'esercizio (che recano le scritte "730", "730 SENZA APPUNTAMENTO", "Casa popolare"), sia nel pannello principale, si tratta di sigle o nomi relativi a pratiche fiscali e amministrative. Al centro del pannello campeggia la figura stilizzata di un uomo (che non infrange quindi formalmente l'interdizione islamica della rappresentazione di esseri animati), dal quale, come fronde che si dipanano da un tronco, si diffondono, mescolandosi a foglie ugualmente stilizzate, dei dischi colorati recanti nomi e sigle, quali "Unico", "ISEE", "TASI", "RED", "ICRIC", "F24", "IMU", "730", ecc. (Figura 2).

L'immagine centrale è contornata a sua volta da quattro sottoquadranti distinti ma non demarcati. Quelli superiori riportano l'acronimo "CAF", che viene accostato all'espressione araba già vista ("*maktab khidmāt al-ajānib*") (a sinistra), e l'indirizzo e i contatti telefonici dell'esercizio (a destra), che, essendo qui ripetuti, tradiscono l'urgenza comunicativa. I sottoquadranti inferiori, invece, recano due liste di servizi. Tra questi, si leggono diverse pratiche amministrative con le quali i nuovi o i vecchi cittadini si cimentano inesorabilmente: il rinnovo dei permessi di soggiorno, i ricongiungimenti familiari, la (domanda di) cittadinanza, la richiesta di visti, da un lato, ma anche la registrazione di contratti, le successioni, le locazioni, la creazione di società e ditte individuali, le visure camerali e catastali, ecc. Le due liste sono scritte interamente in italiano e in stampatello maiuscolo. La scelta operata evidenzia alcuni aspetti di interesse.

La preferenza accordata allo stampatello maiuscolo, da un lato, visto il suo maggior tasso di leggibilità, induce a pensare che vi sia una volontà di risultare più comprensibili in particolare per i soggetti allofoni. Ritrovare sulla vetrina dell'esercizio, scritte a chiare lettere in modo che possano essere lette più facilmente, le espressioni enigmatiche che si incontrano nella modulistica dell'amministrazione e del fisco, può risultare di richiamo e di conforto per l'utenza. Dall'altro lato, la scelta di usare l'italiano induce a pensare che i servizi non intendano rivolgersi esclusivamente a un'utenza arabofona, ma anche a cittadini di madrelingua italiana o nuovi cittadini di diversa provenienza. Più in generale, la scelta evidenzia come queste espressioni, nomi, sigle e acronimi, che appartengono ai linguaggi dell'amministrazione e del fisco, siano diventati per tutta l'utenza attesa una sorta di lingua franca con la quale tutti i cittadini devono inevitabilmente essere pronti a cimentarsi. L'uso dell'arabo in questa sottounità è limitato invece a una scritta in caratteri piccoli, che è semi-occultata in basso a destra (rispettando quindi l'allineamento corretto delle parole arabe e la direzione della scrittura). La scritta pubblicizza il servizio "*imtiḥānāt al-luḡha li 'l-iqāma al-maftūḥa wa 'l-jinsiyya*" ('esami di lingua per il soggiorno di lungo periodo e la cittadinanza'). L'informazione è già fornita in italiano in due occasioni nelle liste sovrastanti ("RICHIESTA PER TEST ITALIANO" e "Esame A2,B1"), dalle quali dovrebbe risultare sufficientemente chiara. Questa nuova ricorrenza, in arabo, aggiunge l'informazione dello scopo per il quale i test linguistici possono essere sostenuti. Tuttavia, al contempo, rivela anche una certa sollecitudine per l'immediata comprensibilità del messaggio, prendendo in considerazione le difficoltà linguistiche che l'utenza arabofona potrebbe avere⁹, o dimostra l'intento di rivolgersi a utenti che non devono sostenere tali esami personalmente, ma possono pubblicizzare il servizio offerto tra i loro connazionali.

⁹ Per quanto questo possa apparire contraddittorio, poiché in contrasto con la conoscenza almeno superficiale della lingua italiana necessaria per poter affrontare esami di questo livello.

Infine, la parte destra dell'unità, composta dal sopraluce e dalla porta di accesso al locale, è interamente destinata a promuovere i servizi dell'agenzia di viaggi, che prende la specifica denominazione multilingue "IL PROFESSORE TRAVEL" (questa volta le tre parole sono divise). La denominazione si ripete tre volte in uno spazio circoscritto ed è accompagnata dalle potenti immagini di un aereo in procinto di decollare. Trovano posto in questa parte dell'unità anche i marchi e loghi delle compagnie aeree proposte, uno solo dei quali ("AirArabia/al- 'arabiyya li 'l-ṭayarān") contiene anche il nome in caratteri arabi. Di nuovo, l'unica altra scritta in arabo è lo slogan "afḍal 'urūḍ tadhākir al-ṭayarān" ('le migliori offerte di voli'), che risulta però penalizzato nella posizione inferiore, per quanto reso abbastanza evidente dal fatto che la scritta spicca in rosso su campo bianco. Quasi immancabili, per questo tipo di attività, sono infine anche i loghi di tre note agenzie di *money transfer*.

Il professore si inserisce in un contesto che possiamo considerare di forte concorrenza al contempo funzionale e linguistica. Sono numerosi, infatti, gli esercizi della zona di via Padova che propongono le stesse attività rivolte allo stesso tipo di utenza, che viene sollecitata anche attraverso elementi grafici e visuali marcatamente arabi. Il PL che ne deriva è chiaramente connotato dal punto di vista dell'indessicalità, ma il *target* al quale le attività si rivolgono risulta più articolato ed eterogeneo. Un altro esempio che presentiamo a questo proposito è il centro servizi *Alfa* (Figura 3).

Figura 3. CAF Alfa, via Padova 146



L'attività, all'altezza del civico 146 di via Padova, presenta sull'insegna, accanto al nome, due vistose diciture in inglese e in italiano (rispettivamente "MULTI SERVICES" e "SERVIZI CAF"). Pur se la grafia corsiva del nome dell'esercizio, l'iconografia e le due diciture menzionate non richiamino in alcun modo l'identità araba, essa traspare con discrezione dalla presenza sull'insegna di altre due ormai note diciture arabe, "*maktab khidmāt al-ajānib*" e "*ḥajz tadhākir ṭayarān*" ("prenotazione voli"). Al di sotto dell'insegna, la vetrina presenta due sottounità nelle quali si fa strada il meccanismo del *translanguaging*. La sottounità di destra, dove si apre la porta d'ingresso, presenta informazioni sull'attività dell'agenzia di viaggi annessa. In questo contesto funzionale, la presenza dell'arabo è preponderante. Oltre alla scritta araba che pubblicizza il servizio, sono le compagnie aeree reclamizzate (tutte, ad esclusione di Alitalia) a essere arabe: "EgyptAir/*miṣr li'l-ṭayarān*", "*al-khuṭūṭ al-malikiyya al-maghribiyya/royal air maroc*" e "AirArabia". Il cartello di quest'ultima compagnia segnala in aggiunta che il Caf *Alfa* svolge anche la funzione di "Agente Autorizzato" per il vettore. La scelta del solo italiano in questo caso è forse dettata dal fatto che AirArabia, che ha sede negli Emirati Arabi, è percepita come più prestigiosa rispetto alle altre, ha tra le sue destinazioni numerose mete turistiche in tre continenti, e può quindi essere di interesse per un pubblico piuttosto vasto. Notiamo infine che la difformità tematica e linguistica più vistosa in questa sottounità è costituita da un cartello che pubblicizza il "Bonus 200 euro", sul quale l'immagine di una banconota gialla del suddetto taglio fa bella mostra di sé. Trattandosi di una indennità *una tantum* prevista dal Decreto Aiuti (DL 50/2022) in favore di lavoratori, pensionati o disoccupati, il pubblico potenzialmente interessato all'informazione abbraccia sicuramente membri di ogni comunità linguistica. Per questo la comunicazione è fatta in modo da non rivolgersi esclusivamente ai parlanti arabofoni. Lo stesso atteggiamento linguistico si riscontra anche nella sottounità opposta, che è costituita da una vetrina fissa. Qui un cartello promette assistenza a chi intende presentare domanda per la "Casa popolare milano [*sic*]". Anche per questo cartello esiste solo l'opzione della lingua autoctona. La scelta dell'italiano, che qui si presenta come una sorta di lingua franca dei diritti, è intesa anche in questo caso come funzionale all'allargamento della platea dei fruitori di questo tipo di agevolazioni.

Scelta contraria, invece, si ha per altri manifesti della stessa sottounità. Tra i numerosi cartelli ellittici che riportano la semplice dicitura "730", se ne scorgono tre di formato rettangolare e più grande che cercano di attirare l'attenzione dei passanti. I cartelli questa volta presentano solo scritte in arabo. La loro ragion d'essere è pubblicizzare una promozione speciale, lo sconto del 50% sulla tariffa per chi inoltra il proprio modello 730 dal centro servizi ("*730 khaṣm 50%*"). Si spiega anche che si tratta di un'offerta di lancio fatta in occasione dell'apertura del nuovo centro servizi ("*bi-munāṣabat al-iftitāh*"). La scelta linguistica operata in questo caso va evidentemente ad esclusivo vantaggio dell'utenza arabofona, la sola che viene messa a conoscenza dell'esistenza di questo sconto. Seppure sia prematuro trarre delle conclusioni sulla base delle presenti osservazioni, non si potrà non notare come la tipologia di attività qui descritta operi un'attenta selezione della lingua su base funzionale, con particolare attenzione al *target* potenziale, e come essa tenda ad alternare due diversi orientamenti comunicativi, dall'alto in basso, e viceversa, nei messaggi rivolti alla propria utenza.

4. PL SPONTANEO COMMERCIALE

Accanto al settore dei servizi, il *frame* del *marketplace* comprende la gran parte degli usi dell'arabo nel PL di via Padova. In questo caso, la comunicazione più marcatamente *bottom-up* porta con sé una maggior enfasi sull'elemento culturale e identitario. Dal punto

di vista linguistico, le strategie di *translanguaging* sono molto varie, e hanno spesso grande rilevanza a tutti i livelli delle singole unità, dalle insegne dei negozi ai dettagli più minuti delle vetrine¹⁰. Qui di seguito analizziamo alcuni di questi segni, con particolare attenzione alle strategie di definizione dell'identità degli esercizi commerciali e dei loro clienti.

Per quanto riguarda la tipologia delle attività commerciali, le rilevazioni compiute in via Padova confermano le osservazioni di Calvi (2015) sullo stesso quartiere e di Uberti-Bona (2016) sulla presenza dell'arabo a Lorenteggio. L'arabo è infatti usato principalmente in esercizi legati al settore alimentare, seguiti da parrucchieri e centri di riparazione per articoli elettronici. L'unica attività al di fuori di queste categorie è *TIARTI Arredamenti*, la quale, come recita la parte in arabo della vetrina, si occupa di vendita e produzione di salotti marocchini (“*bay‘ wa-ṣun‘ ṣalūnāt maghribiyya*”). In questo esempio, l'uso della lingua araba è dunque legato a un'identità marcata in senso nazionale. Questo tipo di scelta risulta tuttavia minoritario all'interno del nostro archivio, dove l'arabo è più spesso privo di riferimenti a contesti nazionali precisi, soprattutto per quanto riguarda le denominazioni dei singoli locali. Curiosamente, la maggior parte delle occorrenze si trova in esercizi marocchini, come nel caso del parrucchiere *CASABLANCA* o di *Rachid Ristorante Marocchina [sic]*. In questi casi, oltre a sottolineare una certa unicità della cultura culinaria e artigianale del Marocco, il riferimento potrebbe essere collegato alla minor dimensione della comunità marocchina all'interno della macro-comunità di lingua araba in questa zona di Milano, in maggioranza egiziana. Un'insegna in arabo sembra dunque associabile più facilmente a un esercizio egiziano, mentre diverse nazionalità necessitano di ulteriori specificazioni¹¹. Riferimenti più o meno impliciti all'Egitto sono comunque presenti, soprattutto legati a elementi linguistico-culturali (come il ristorante *El Basha*, che usa un appellativo tipico dell'arabo egiziano). Inoltre, la localizzazione delle denominazioni può passare per elementi minori, come le diverse strategie di traslitterazione: mentre esercizi che impiegano una trascrizione fonetica basata sul francese (*Rachid*) sono associabili all'area nordafricana, alcune caratteristiche fonetiche dell'arabo egiziano rimangono nelle insegne di alcuni negozi (come il parrucchiere *DA JIMMY GAMAL*, invece del più standard “Jamal”, con la “j” che torna nel soprannome all'inglese).

Questo elemento nazionale, esplicito o implicito, non impedisce tuttavia il riferimento a identità soprasegmentali attraverso l'uso della lingua araba. In primo luogo, l'uso dell'arabo scritto può interpellare l'intera comunità musulmana. Questo fenomeno è particolarmente evidente nel caso delle macellerie, che rappresentano una parte importante degli esercizi con insegne in arabo. Anche laddove la lingua non fosse compresa (come può accadere con comunità musulmane come quella bengalese o senegalese), la presenza stessa dei caratteri arabi rassicura circa il metodo di macellazione impiegato. A questo si lega anche la scelta stessa dei nomi delle macellerie, che spesso contengono nomi propri usati in tutto il mondo musulmano o espressioni di carattere religioso. All'interno del nostro corpus abbiamo così la catena di macellerie/negozi di alimentari *EL-MULK LILLAH*, che rimanda al Corano¹²; in questo caso, almeno la parola araba per Dio (*Allāh* nella sua pronuncia completa) risulta immediatamente riconoscibile a qualunque musulmano.

¹⁰ Nell'analisi che presentiamo in seguito, consideriamo forme di *translanguaging* tutte le istanze in cui diverse lingue (e nel caso dell'arabo, come si vedrà, diverse varietà) vengono usate nella stessa unità con funzioni diverse e complementari, e non semplicemente per tradurre uno stesso messaggio (Calvi, 2018: 156). Per una panoramica sul concetto di *translanguaging* e sulle sue applicazioni agli studi sul PL, si veda Gorter, Cenoz (2023: 157 e segg.).

¹¹ In questo senso sarebbe interessante confrontare i dati sia di altre comunità migranti a Milano, sia del PL in altre città italiane in cui la comunità araba più grande è quella marocchina.

¹² Vedi per es. 22:56. L'espressione è anche il titolo di un film egiziano del 1990.

Oltre a questi richiami pan-islamici, può essere interessante soffermarsi sulla costruzione di un'identità migrante pan-araba nella comunicazione visiva degli esercizi commerciali. Soprattutto nel caso di ristoranti, il riferimento a un'identità genericamente araba o mediorientale (che in quest'ultimo caso comprende anche piatti turchi o persiani) permette di intercettare un'utenza più ampia con la promessa di una cucina più legata ai luoghi d'origine¹³. Nella comunicazione spontanea degli esercizi commerciali, queste definizioni identitarie più trasversali convivono con quelle religiose, nazionali e in alcuni casi anche locali (*CASABLANCA*), costruendo testi che operano su più livelli. Un esempio tratto dal nostro corpus si presta particolarmente bene a illustrare questa molteplicità di registri identitari.

Situato a metà della via, il ristorante *KING FOOD* (Figura 4) si fa notare per la prevalenza dell'arabo nella comunicazione dell'insegna e della vetrina. Il fatto che il nome stesso del locale sia in inglese non riduce d'altra parte il richiamo locale dell'unità. Se l'inglese è ampiamente standardizzato come lingua di prestigio a Milano (Calvi, 2016), tale uso è altrettanto comune nelle capitali del mondo arabo: Suleiman (2011), ad esempio, riporta lo stesso uso di *king* (in quel caso traslitterato in arabo) nel nome di una pelletteria del Cairo. Al di sotto della denominazione ufficiale e di prestigio dell'esercizio, si trova tuttavia un'alternativa più locale per individuare il ristorante: il nome del proprietario. A rafforzare ulteriormente il carattere familiare della gestione, tale nome è espresso con un tecnonimico (*kunyā*), cioè presentando il proprietario come "padre di [Abū]" Maḥmūd, secondo un uso affettivo e/o di rispetto tipico di molte aree del Medio Oriente. In questo modo, il proprietario viene presentato contemporaneamente come un padre di famiglia e qualcuno di conosciuto nel quartiere.

Questo registro familiare e domestico, in parziale contrasto con quello prestigioso ed esotizzante espresso nel nome ufficiale, è rafforzato dalle parole che campeggiano a destra e a sinistra dell'insegna ("*al-akl al-baytī*", 'cucina casereccia'), e soprattutto nella stringa in basso a sinistra, che recita 'piatti orientali fatti a mano dalla donna di casa' ("*akalāt sharqiyya bi-īd sitt il-bētī*"). In quest'ultimo caso, il riferimento al femminile è accompagnato da uno scivolamento verso l'arabo egiziano (con la resa *īd* al posto dello standard *yad* e la contrazione *sitt* da *sayyida*[t]): tutto concorre alla costruzione di una retorica familiare che rimanda ai paesi d'origine, opposta quindi in particolare alla cucina d'arrivo italiana. Questo riferimento indiretto all'Egitto, costruito attraverso il passaggio alla variante non-standard, è confermato dalla sottounità inferiore della vetrina, dove campeggia l'adesivo "I SAPORI D'EGITTO".

In contrasto con questo registro identitario domestico e nazionale/locale c'è però lo stranamente ampio aggettivo "*sharqī*" ('orientale'). Da un lato, il riferimento geografico potrebbe identificare l'area più propriamente mediorientale opposta a quella nordafricana: le immagini esposte nella parte bassa della vetrina, pur definite "sapori d'Egitto", comprendono infatti pietanze di origine turca come il *döner kebab* (per cui si usa il termine turco al posto dell'arabo *shawarma*) e altre diffuse in tutto il Mediterraneo orientale ma non tipicamente egiziane come *waraq 'anab* (foglie di vite ripiene). Al tempo stesso, l'aggettivo "orientale" sembra assumere la connotazione, più culturale che geografica, di non-occidentale. La cucina del ristorante abbraccia così una clientela attesa che va dal Marocco al Pakistan, in una sorta di *koiné* culinaria.

¹³ A Milano, un passo ulteriore in questo senso sono i locali che offrono contemporaneamente cucina cinese e peruviana nel quartiere attorno a piazzale Corvetto.

Figura 4. Ristorante KING FOOD, via Padova 93



Figura 5. Pasticceria Mourad, corso Buenos Aires 86



Se l'aggettivo "orientale" è usato quindi con una connotazione domestica e familiare nel contesto *superdiverso* di via Padova, usi più tipicamente orientalisti si trovano man mano che ci si avvicina al centro e alle zone di gentrificazione recente. Qui la clientela degli esercizi alimentari arabi è attratta con la promessa di una cucina esotica. Poche decine di metri più a sud dell'imbocco di via Padova, si trova ad esempio la pasticceria *Mourad* (Figura 5)¹⁴, che l'insegna definisce, in italiano, "mediorientale", mentre la traduzione araba si limita a parlare di "*halwayāt*" ('dolci'), senza ulteriori aggettivi. Da un lato, l'aggettivo definisce in modo più chiaro l'origine della cucina proposta rispetto al precedente "orientale". Al contempo, però, la comunicazione non verbale dell'esercizio lascia spazio a una lettura ben più connotativa ed esotizzante, diretta al pubblico non-arabofono che frequenta il più centrale Corso Buenos Aires. Al posto della sovrapposizione di registri identitari di *KING FOOD*, in questo caso la comunicazione verbale è ridotta al nome proprio Mourad, ripetuto sia nell'insegna sia all'interno in una calligrafia araba che può risultare, a chi non conosca la lingua, indistinguibile dal motivo delle decorazioni. La diversa platea di potenziali clienti rende quindi particolarmente volatile l'interpretazione delle etichette sovranazionali, che possono così essere connotate contemporaneamente in maniera domestica o esotica, chiaramente delimitata o estremamente ampia.

5. PL INFORMALE

Sulle vetrine degli esercizi finora analizzati, in diversi casi sono presenti avvisi di carattere informale in arabo: alcune macellerie espongono le offerte, mentre i CAF forniscono istruzioni per richiedere i servizi, accanto a quel che resta delle indicazioni relative alle misure di distanziamento sociale per contrastare la pandemia da Covid-19. Invece, rispetto al campione in altre lingue straniere e in italiano, non abbiamo individuato messaggi estemporanei scritti in arabo alle fermate degli autobus o sui pali della luce relativi ad esempio a offerte e ricerche di lavoro e alloggio. Consapevoli del carattere effimero del PL informale, in questo paragrafo ci concentriamo sul genere testuale del volantino/locandina con esempi che illustrano diversi gradi di formalità, strategie di comunicazione plurilingue e tipologie di attività civiche disseminate nell'area urbana presa in esame.

Due attività destinate alla cittadinanza sono i corsi di italiano L2 per adulti e la lettura in lingua d'origine o lingua straniera per i bambini, entrambe organizzate da biblioteche comunali di quartiere e promosse attraverso l'avviso multilingue. Quest'ultima è una comunicazione *top-down* realizzata da istituzioni ben radicate sul territorio che propongono servizi utili per i nuovi cittadini e per l'intero quartiere. Il primo esempio è il volantino della biblioteca di Crescenzago che riporta esclusivamente in italiano le caratteristiche del corso ("Italiano per stranieri. Corso gratuito") e lo slogan ("Io parlo italiano"), mentre traduce le informazioni relative all'iscrizione in inglese, francese, spagnolo, cinese e arabo. La dicitura in arabo standard è corretta e, tra la versione del 2021 documentata nel nostro corpus e la versione 2022 disponibile online, viene migliorata la visualizzazione ancorando il testo sulla destra del foglio. Come secondo esempio, possiamo menzionare le numerose iniziative del Parco Trotter, tra cui *LibroTrotter – Biblioteca Multilingue*. La biblioteca dispone di un catalogo di libri per bambini in varie lingue diverse dall'italiano e organizza letture aperte al pubblico. Data la natura dell'iniziativa, abbiamo documentato numerosi avvisi

¹⁴ L'insegna era provvisoriamente sostituita da un adesivo durante la raccolta di dati dell'autunno 2022. La fotografia analizzata qui, con l'insegna completa, è stata scattata nel luglio 2023.

multilingue in italiano, inglese, spagnolo, cinese e arabo standard. Quello relativo alle norme di buon comportamento offre traduzioni corrette, ma in tutti i casi opta per un registro formale privo di tratti dell'oralità che potrebbero aprire un dialogo con i destinatari (Calvi, 2016). Inoltre, alcune vignette illustrano le norme descritte a parole, ma contengono molto testo in italiano: per un lettore che conosca bene questa lingua sono divertenti, mentre per altri destinatari potrebbero accrescere l'ambiguità invece di risolverla. L'avviso relativo alla copia omaggio della rivista a fumetti per bambini *Topolino* presenta una traduzione in arabo incompleta e non leggibile perché le parole sono disposte nel senso di lettura inverso. Questo non è infrequente negli avvisi in arabo, dove l'errata distribuzione del testo e la mancanza di legatura tra le lettere può rappresentare un ostacolo alla comunicazione.

Un'altra realtà locale attiva soprattutto con i nuovi residenti è l'*Associazione Culturale Villa Pallavicini* che adotta una comunicazione più informale. I locali dell'associazione sono tappezzati di volantini prevalentemente in italiano. Per le comunicazioni relative al corso di italiano L2, i volontari si avvalgono di un foglio stampato affisso al cancello con il messaggio solo in italiano e di altri fogli scritti a mano, tra i quali ci è stata mostrata la versione in arabo. Invece l'iniziativa *L'armadio magico*, che raccoglie abiti e altro materiale per bambini, è promossa con un volantino realizzato dagli enti coinvolti: la categoria più rilevante ovvero "vestiti per bambini" è tradotta in varie lingue compreso l'arabo¹⁵, mentre le restanti informazioni sono disponibili solo in italiano e sono state corrette a penna come spesso accade quando ci sono delle variazioni nell'erogazione di un servizio.

Passando alla promozione dal basso di alcuni eventi, il primo esempio è costituito dalla locandina della conferenza *al-Quds is ours* (Figura 6), organizzata da associazioni palestinesi italiane ed europee presso NH Milano Congress Center. Con una grafica ben curata, questo avviso si rivolge in arabo e inglese alla comunità musulmana non solo arabofona, mentre un lettore italiano che non abbia familiarità con questo contesto politico-religioso potrebbe intuire solo dalle immagini che al-Quds è Gerusalemme. Abbiamo documentato questa locandina presso la *Moschea di Mariam*, sita nelle vicinanze della fermata della metropolitana Cascina Gobba e principale luogo di preghiera della zona mappata, e presso l'*Associazione Benefica di Solidarietà col Popolo Palestinese*, ubicata in un quartiere adiacente all'area oggetto di studio. Questa comunicazione patinata, ma quasi asettica, può essere confrontata con la promozione militante della proiezione di un film presso la sezione ANPI di Crescenago per commemorare il massacro nei campi profughi palestinesi in Libano avvenuto nel settembre del 1982. Si tratta di due fotocopie di volantini realizzati a mano, una in italiano e una in arabo (leggermente più grande e su carta colorata), documentate nei pressi della sede di *MEDICI VOLONTARI ITALIANI ONLUS*, ovvero un punto di transito sia per utenti sia per volontari del terzo settore (Figura 7). Questi volantini usano termini ideologicamente connotati e una grafica che trasmette l'idea di urgenza paragonabile ai graffiti che ricoprono i muri sui quali sono affissi. Se è vero che questi appuntamenti cadevano nel mese della nostra rilevazione, la causa palestinese è una traccia leggibile in maniera trasversale nel quartiere¹⁶.

¹⁵ La traduzione è corretta, ma il punto esclamativo si trova tra le due parole arabe invece che alla fine.

¹⁶ Abbiamo documentato la bandiera palestinese sotto la bandiera egiziana all'interno di un negozio di alimentari di via Padova e nei murali della casa occupata Transiti 28, nelle immediate vicinanze della zona mappata.

Figura 6. Locandina conferenza sulla Palestina – varie location



Figura 7. Locandina evento commemorativo – MEDICI VOLONTARI ITALIANI ONLUS, via Padova 104



Infine, abbiamo rinvenuto un solo volantino che promuove un evento musicale arabo, affisso sulla vetrina di *Adamo Minimarket - Macelleria* (Figura 8). La grafica semplice è suddivisa in tre riquadri e una foto, ma solo le informazioni dei due riquadri superiori sono tradotte dall'italiano (che è in posizione preminente) in arabo. Da rilevare è la vocale “a” accentata nel prestito “Mahraganàt” per guidare il lettore non arabofono nella corretta pronuncia, la creazione di affiliazioni identitarie diverse in base alla lingua impiegata (“una festa egiziana” vs “*sha’bī ‘arabī*”, ovvero ‘popolare araba’), e l’anglicismo “dj” tanto in caratteri latini quanto in caratteri arabi. La grafica pulita e l’immagine non evocano le atmosfere chiassose solitamente associate a questo genere musicale che può essere definito *electro-shaabi* e si è sviluppato nei quartieri popolari a partire dal Cairo, ma sembrano mirare a un pubblico metropolitano di origine eterogenea.

Figura 8. *Locandina evento musicale - Adamo Minimarket - Macelleria, via Padova 63*



6. CONCLUSIONI

Nel maggio del 2022, un consigliere comunale di opposizione ha proposto di intitolare il ponte sul naviglio della Martesana, tra via Padova e via Adriano, al fondatore di Israele David Ben Gurion¹⁷. La proposta, finora senza seguito, è stata considerata da più parti una provocazione verso la comunità araba di questa zona. Il PL diventa dunque un campo di scontro politico, che investe l’identità stessa del quartiere e si interfaccia con elementi eterogenei, quali le strategie di mimetismo, la rivendicazione implicita o esplicita e gli intenti di riqualificazione urbana o di speculazione immobiliare su uno spazio

¹⁷ Per questo episodio, vedi: <https://www.milanotoday.it/politica/ponte-via-adriano-ben-gurion.html>.

tradizionalmente ritenuto degradato. Nel caso di via Padova, queste dinamiche politiche, sociali e linguistiche assumono una rilevanza particolare perché questa zona è immaginata come luogo multiculturale per eccellenza.

Questo quartiere, che merita di essere analizzato sotto diverse prospettive, ha fornito spunti promettenti per esaminare il ruolo dell'arabo nel PL milanese. L'analisi ha dimostrato la necessità di integrare la classificazione dei *frame* che Kallen aveva definito per la sua area di indagine. In particolare, emerge l'esistenza di un tipo di attività, quella dei servizi rivolti ai nuovi cittadini, che integra funzioni di mediazione di carattere pubblico con processi comunicativi e di autopromozione che sono tipici del settore privato. Questo tipo di *frame* si caratterizza per una natura funzionale e linguistica ibrida, che non può essere ricondotta precisamente a nessuna categoria specifica precedentemente definita.

Inoltre, la nostra ricognizione degli usi dell'arabo nei CAF, nella ristorazione e nelle iniziative di socialità ha confermato la rilevanza e la vitalità della lingua araba nella costruzione di questa immagine del quartiere. In tutte le categorie considerate, l'arabo è ampiamente presente all'interno delle strategie di traduzione utilizzate per coinvolgere un pubblico multilingue. Se nel caso dei CAF queste strategie assumono la forma di una vera e propria mediazione, strategie più creative e spontanee di *translanguaging* sono dominanti nella comunicazione più prettamente *bottom-up* e informale. A queste forme di ibridazione linguistica corrisponde una grande varietà indessicale. La natura transnazionale dell'arabo scritto, assieme alla sua centralità per l'intera comunità musulmana, lo rendono un mezzo estremamente efficace per articolare più piani identitari nella medesima unità. In particolare, nella nostra analisi ci siamo soffermati sulle strategie per localizzare e (spesso) delocalizzare l'arabo standard delle traduzioni ufficiali per esprimere appartenenze locali, nazionali, religiose, e talora genericamente orientali.

Tra queste indessicalità, un lavoro a sé meriterebbero gli usi religiosi dell'arabo nel PL di via Padova. Oltre ai luoghi di culto musulmani, un'analisi di questo genere potrebbe rilevare anche usi dell'arabo in luoghi di culto cristiani, vista la presenza di una nutrita comunità egiziana di religione copta. Un'ulteriore linea d'indagine potrebbe essere dedicata alla componente orale del PL: una ricerca etnografica di questo genere sarebbe un complemento importante per le nostre osservazioni sulle varietà regionali dell'arabo nel PL scritto. Più in generale, le ricerche future potranno aiutare a documentare in chiave diacronica le trasformazioni in atto nel quartiere, specialmente per quanto riguarda i processi di *gentrification* e le politiche abitative, che saranno argomento di un successivo approfondimento.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Alomoush O. (2015), *Multilingualism in the linguistic landscape of urban Jordan*, PhD diss., University of Liverpool.
- Alomoush O., Al-Naimat Gh. (2020), "English in the linguistic landscape of Jordanian shopping malls: Sociolinguistic variation and translanguaging", in *The Asian Journal of Applied Linguistics*, 7, 1, pp. 101-115.
- Al-Naimat Gh. (2015), *Brand names in the linguistic landscape of Aqaba, Jordan*, PhD diss., University of Liverpool.

- Bagna C., Barni M. (2009), “A Mapping Technique and the Linguistic Landscape”, in Shohamy E., Gorter D. (eds.) *Linguistic Landscape. Expanding the Scenery*, Routledge, New York-London, pp. 126-140.
- Bagna C., Barni M., Vedovelli M. (2007), “Lingue immigrate in contatto con lo spazio linguistico italiano: il caso di Roma”, in *Studi italiani di linguistica teorica ed applicata* (SILTA), XXXV, 2, pp. 333-364.
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic Landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Branca P., Santerini M. (a cura di) (2008), *Alunni arabofoni a scuola*, Carocci, Roma.
- Calvi M. V. (2015), “Orizzonti multiculturali nel paesaggio linguistico milanese”, in Calvi M. V., Perassi E. (a cura di), *Milano città delle culture*, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma, pp. 467-476.
- Calvi M. V. (2016), “La oralidad en el paisaje lingüístico de Milán”, in Bañon Hernández A. M., Espejo Muriel M.-del M., Herro Muñoz-Cobo B., López Cruces J. L. (eds.) *Oralidad y análisis del discurso. Homenaje a Luis Cortés Rodríguez*, Editorial Universidad de Almería, Almería, pp. 123-139.
- Calvi M. V. (2018), “Español e italiano en el paisaje lingüístico de Milán ¿Traducción, mediación o translanguaging?”, in *Lingue e Linguaggi*, 25, Special Issue *Paisajes lingüísticos de la migración. Contextos mediáticos, urbanos y formativos*, pp. 145-172.
- Carr J. (2019), “Linguistic Landscapes”, in *Oxford Bibliographies*: <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199772810/obo-9780199772810-0251.xml>.
- D’Anna L. (2017), *Italiano, siciliano, e arabo in contatto. Profilo sociolinguistico della comunità tunisina di Mazara del Vallo*, Biblioteca del Centro di studi filologici e linguistici siciliani, Palermo.
- DL 50/2022, “Misure urgenti in materia di politiche energetiche nazionali, produttività delle imprese e attrazione degli investimenti, nonché in materia di politiche sociali e di crisi ucraina”. Decreto Legge 17 maggio 2022, n. 50, in *Gazzetta Ufficiale*, 114: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2022/05/17/22G00059/sg>.
- Golfetto M. A., Osti L., Chakrani B. (a cura di) (2021), “Arabic Language and Language Teaching: Policies, Politics, and Ideology”, in *Lingue Culture Mediazioni* (numero monografico), 8, 2.
- Gorter D., Cenoz J. (2023), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Multilingual Matters, Bristol-Jackson.
- Hasan M. O. (2020), *Exploration of Multilingual Linguistic Landscape as a Source of Input in Second Language Acquisition: Linguistic, Sociolinguistic and Pedagogical Analysis of English-Arabic Public Signage*, Phd Dissertation Indiana University of Pennsylvania.
- Heyd T., von Mengden F., Schneider B. (eds.) (2019), *The Sociolinguistic Economy of Berlin*, De Gruyter Mouton, Berlin.
- Kallen J. L. (2010), “Changing Landscapes: Language, Space and Policy in the Dublin Linguistic Landscape”, in Jaworski A., Thurlow C. (eds.), *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*, Continuum, London-New York, pp. 41-58.
- Karam F. J., Kibler A. K., Warren A. N., Shweiry Z. (2023), “‘Beirut you will rise again’. A critical discourse historiographical analysis of the Beirut Linguistic Landscape”, in *Linguistic Landscape*, 9, 2, pp. 133-157.
- Karolak M. (2022), “Linguistic landscape in a city of migrants: a study of Souk Naif area in Dubai”, in *International Journal of Multilingualism*, 19, 4, pp. 605-629.
- Messaoudi L., Khiri M. (2019), “Le jeu des langues dans le *paysage linguistique urbain* au Maroc”, in *Al-Andalus Magreb*, 26, 2, pp. 1-24.

- Moustaoui A. (2016), “New linguistic Practices of the February 20 Movement in Morocco: Toward a New Model of Language Policy”, in *Nordic Journal of African Studies*, 25, 1, pp. 72-91.
- Moustaoui A. (2018), “Recontextualización sociolingüística y superdiversidad. El árabe en el paisaje lingüístico del barrio de Lavapiés en Madrid”, in *Lingue e Linguaggi*, 25, Special Issue *Paisajes lingüísticos de la migración. Contextos mediáticos, urbanos y formativos*, pp. 197-225.
- Moustaoui A. (2019), “Transforming the urban public space: linguistic landscape and new linguistic practices in Moroccan Arabic”, in *Linguistic Landscape*, 5, 1, pp. 80-102.
- Nakla H. G., Meliani M. (2022), “Enquiring the Linguistic Landscape of Oran City Centre in an Era of Globalization”, in *Aleph*, 9, 1, pp. 483-501.
- Raish M. (2019), “YaskoT 7OKM EL3aSKar. Variable code choice in post-revolution Egyptian protest signs”, in *Linguistic Landscape*, 5, 1, pp. 1-27.
- Suleiman Y. (2011), *Arabic, Self and Identity: A Study in Conflict and Displacement*, Oxford University Press, Oxford.
- Trumper-Hecht N. (2010), “Linguistic Landscape in Mixed Cities in Israel from the Perspective of ‘Walkers’: The Case of Arabic”, in Shohamy E., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.), *Linguistic Landscape in the City*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 235-251.
- Uberti-Bona M. (2016), “Esempi di eteroglossia nel paesaggio linguistico milanese”, in *Lingue Culture Mediazioni*, 3, 1, pp. 151-166.
- Uberti-Bona M. (2021), “Il progetto *Paesaggi e Lingua*: criteri applicazioni e sfide nello studio del Paesaggio Linguistico”, in *Italiano LinguaDue*, 13, 1, pp. 537-561: <https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15899>.
- Vertovec S. (2007), “Super-diversity and Its Implications”, in *Ethnic and Racial Studies*, 30, 6, pp. 1024-1054.
- Zangrande P. (2021), *Una etnografia del paesaggio linguistico del quartiere Arcella a Padova*, Tesi di laurea magistrale in Antropologia culturale, etnologia, etnolinguistica, Università Ca’ Foscari Venezia.

PAROLE DI MODA PER LE VIE DI MILANO

Giuseppe Sergio¹

1. DAL PAESAGGIO LINGUISTICO AL *FASHIONSCAPE*

Lo studio del linguaggio presente nello spazio pubblico ha spiccatissime applicazioni interdisciplinari e può essere investigato, ristrettamente al campo degli studi linguistici, da prospettive e con finalità diverse². Limitandoci a qualche esempio, si può ricordare come il paesaggio linguistico (d'ora in poi PL) si presti, anche in prospettiva diacronica, a indagini sulle politiche linguistiche, sulla compresenza di comunità immigrate in un determinato territorio, sui loro reciproci rapporti e sui rapporti con la comunità ospitante (Calvi, Uberti Bona, 2020) o ancora sulla presenza di una lingua al di fuori dei confini nazionali, come nel caso dell'italiano, tanto spesso esibito nelle piazze e nelle vie di mezzo mondo (Bagna, Barni, 2007; Sergio, 2016a); il PL presenta inoltre un elevato potenziale glottodidattico, potendo essere sfruttato come testo di apprendimento nei processi di acquisizione linguistica in contesto spontaneo.

Nel presente contributo si tenterà di considerare come l'indagine sul PL possa aggiungere qualche tassello alla conoscenza del linguaggio della moda. Parlare di questo linguaggio è infatti poco più di un'astrazione, per via delle sue numerose manifestazioni e dei disparati ambiti in cui viene impiegato: la moda è parlata, scritta e trasmessa da una molteplicità di fonti, peraltro diversificate anche in diacronia. Per esempio, in ordine *grosso modo* cronologico, il linguaggio della moda può essere indagato nelle antiche leggi suntuarie che regolavano i consumi "di lusso" e negli archivi di tessitori, sarti e commercianti; nei cataloghi di vendita per corrispondenza; nelle riviste di moda; nei *fashion blog* e nei portali su cui sempre più spesso si consumano le cosiddette *shopping experiences* di consumatrici e consumatori ecc. (cfr. Sergio, 2016b: 78-79). E il linguaggio della moda è anche quello

¹ Università degli Studi di Milano. L'autore ringrazia Maria Vittoria Calvi, Marcella Uberti-Bona e le due revisore anonime per l'attenta lettura e per i loro suggerimenti, che hanno permesso di migliorare in modo significativo il presente articolo.

² Considerabile come una branca dei *visual studies*, il campo delle indagini sul paesaggio linguistico è relativamente nuovo: l'articolo tradizionalmente assunto ad apripista è quello di Landry, Bourhis (1997), i quali riconoscono che «It is in the language planning field that issues related to the notion of linguistic landscape first emerged» (ivi: 24), ricordando studi precedenti sui contesti plurilingui del Belgio e del Québec nei quali già emergeva il concetto di paesaggio linguistico. Risalgono invece al 2008 il primo convegno internazionale sul tema, da cui è scaturito il volume collettaneo Shohamy, Gorter (2009), e al 2015 la prima rivista internazionale, *Linguistic Landscape. An International Journal*: https://benjamins.com/catalog/ll_ Oggi gli studi sul paesaggio linguistico oltrepassano il migliaio e sono per lo più apparsi su riviste scientifiche, contandosi viceversa un numero limitato di monografie, in genere derivate da convegni: cfr. Zotero (2021). Per una panoramica sulle possibili metodologie e sulle applicazioni di studio, in rapidissima evoluzione, valga il rimando alla ponderosa *summa* di Gorter, Cenoz (2023) e all'introduzione di Maria Vittoria al presente volume (pp. 5-10); hanno invece un *focus* più saldamente italiano le sezioni introduttive di Bellinzona (2021, in partic. pp. 56-61). La dizione *paesaggio linguistico*, con l'internazionalismo *linguistic landscape*, si è istituzionalizzata come termine ombrello che comprende anche studi non strettamente incentrati sui segni verbali scritti, parlati o trasmessi in una determinata area di ricerca; per questi ultimi sembrerebbe più centrata la dizione *semiotic landscape*: cfr. Jaworski, Thurlow (2010); Gorter, Cenoz (2023: 14-18).

dell'utente comune che la moda la vive, la compra e, al caso, a sua volta la scrive, la parla e la trasmette, per esempio mostrando le proprie scelte d'acquisto o condividendo i propri oggetti del desiderio sui *social media*, oppure ancora utilizzandola attivamente all'interno di siti di compravendita come *Vinted* o *Vestiaire*, nei quali la denominazione dei capi e degli accessori viene delegata alle venditrici e ai venditori privati che li caricano sui portali.

Gli studi sul linguaggio della moda si sono per lo più concentrati sulle riviste di moda, che hanno fornito un punto di osservazione canonico e relativamente mediano³, ma tra le fonti documentarie può annoverarsi anche la città, che esprime il linguaggio della moda in molteplici forme: attraverso le insegne e le vetrine dei negozi su strada; attraverso i banchi del mercato o delle venditrici e dei venditori ambulanti; attraverso i discorsi di moda che vengono fatti, da chi vende e da chi compra, all'interno dei negozi o al mercato o ancora attraverso i cartelloni pubblicitari. Se in tutti questi casi il discorso di moda appare inestricabile dal referente a cui si riferisce o dalla sua immagine, si può osservare come nelle affissioni pubblicizzanti capi e accessori di moda la componente iconica sia del tutto predominante su quella verbale, per lo più ridotta al nome della marca, e come dunque sarebbe preferibile parlare di *paesaggio semiotico* anziché *linguistico* (vd. *supra*, nota 2). È poi soprattutto nelle grandi città che si possono ammirare mastodontiche affissioni che giungono a ricoprire intere facciate di palazzi in rifacimento, i cui costi sono in buona parte coperti dai ricavi delle pubblicità stesse. La grandiosità della marca, che mostra il suo potere economico acquistando costosissimi spazi pubblicitari, viene così trasferita al consumatore di quella marca, che è come se prendesse parte, da coprotagonista o da committente, a quello spettacolo⁴.

A ben pensarci, la moda si esprime verbalmente anche nei nomi dei marchi che viaggiano impressi sui sacchetti dei negozi e sui nostri abiti, rendendoci in molti casi delle vere e proprie vetrine ambulanti o dei portatori, forse non sempre consapevoli, di determinati messaggi (Codeluppi, 2021). Superando l'*approccio logocentrico* del PL, ci si accorge di come la moda imprima la città e il suo paesaggio anche attraverso i corpi più o meno rivestiti o accessoriati o modificati (attraverso tatuaggi, *piercing*, pettinature, trucchi per il viso ecc.) con cui usciamo dalle mura domestiche, così prendendo parte a quell'*assemblaggio semiotico* in sé completo ma sempre in divenire che è il PL e, con particolare evidenza, il PL delle città (Pennycook, 2019). Non a caso il paesaggio può essere concepito anche come *ethnoscape* (o *etnorama* in italiano), comprendendovi tutto ciò che sta nello spazio pubblico e dunque anche le persone. In quanto luogo culturalizzato per eccellenza, la strada cittadina risulta la più idonea per gli studi sull'*ethnoscape*.

Lo straordinario ampliamento prospettico degli studi sul PL è testimoniato, a livello terminologico, da un'affollata schiera di neologismi derivativi formati grazie al suffissoide *-scape* "panorama, insieme": oltre ai succitati *semiotic landscape* ed *ethnoscape*, la letteratura variamente orbitante sul PL ha partorito le nozioni di *cityscape*, *(linguistic) netscape*, *mediascape*,

³ La forbice fra le tipologie di riviste di moda, o nelle quali la moda è la componente caratterizzante, è tuttavia molto ampia, diversificandosi per target di riferimento, tono di voce, periodicità di pubblicazione, dosaggio degli argomenti ecc. Per un'analisi del linguaggio della moda all'interno di *Vogue Italia*, considerata di tipo "A+", e cioè capolista delle riviste rivolte al target "A", quello più alto, anticonformista ed esigente, si rimanda a Sergio (2015a).

⁴ A Milano, in zona Brera, esiste una maxi-affissione targata Armani che può ormai considerarsi storica, essendo stata inaugurata nel 1984 «con il fermo immagine di giovani *yuppies* in giacca e cravatta su uno sfondo underground, che occupa l'intera facciata di un antico palazzo in via Broletto. Da allora [e a tutt'oggi] il murale di Armani diventa parte integrante della città, elemento architettonico costante» (Masciarillo, 2016: 246). Nel Natale 2020, dopo mesi marchiati dalla pandemia, "re Giorgio" ha utilizzato questo grande spazio per comunicare un messaggio di vicinanza alla sua città e ai suoi abitanti: «IO CI SONO | PER MILANO | CON I MILANESI | CON SENTIMENTO»; l'incisività del messaggio, seguito dall'autografo dello stilista, veniva enfatizzata dal font nero in carattere maiuscolo stagiato su un fondo bianco, senza immagini, logotipi o altro.

medialandscape, mindscape, schoolscape, smellscape (o *odorama*), *skinscape, soundscape, textscapes, virtual linguistic landscape, warscape*. Fra questi ha fatto capolino anche il *fashionscape*, termine con cui Calefato (2016, 15-31) ha indicato «la disposizione stratificata, ibrida, molteplice e fluida degli immaginari del corpo rivestito nel nostro tempo» (ivi: 17). Nel *fashionscape* il globale si confonde al locale e perdono di pregnanza alcuni dei concetti cardine dei cosiddetti *fashion studies*, primi fra tutti i concetti di imitazione e di distinzione e quello che teorizza le influenze delle sottoculture sulla moda; nel *fashionscape* questi concetti passano in secondo piano rispetto alla fluida commistione dei modelli derivata sia dal sistema ormai globale di ideazione, produzione, distribuzione e circolazione della moda sia dalla diffusione dei *media* digitali, che rendono compresenti, nello spazio o nel tempo, influenze e stili disparati.

2. MILANO, CITTÀ ALLA MODA OGGI E IERI

La moda e i suoi capitali hanno impresso il PL e urbano anche attraverso la costruzione o la riabilitazione di complessi architettonici: si pensi solo, limitatamente a Milano, al palazzotto di Armani nella centralissima via Manzoni, all'Armani Silos di via Bergognone e, poco distante da questo, alla Fondazione Ferrè, oppure ancora alla Fondazione Prada, nella zona che si sta tentando di rinominare, parallelamente alla sua riqualificazione, con l'acronimo *SouPra*, da *South of Prada*⁵. Ma gli esempi si potrebbero moltiplicare con grande facilità: si possono ricordare, in piazzale Cadorna, il palazzo che ospita il gruppo editoriale Condé Nast, *sancta sanctorum* di alcune delle principali testate di moda italiane, come *Vogue Italia*, e la gigantesca scultura conosciuta con il nome di *Ago, filo e nodo*; oppure, esemplarmente, il quadrilatero della moda delimitato da via Monte Napoleone, via Manzoni, via della Spiga e corso Venezia; o le tradizionali, commercialissime vie dello *shopping* che si sono specializzate nell'offerta di prodotti di moda a prezzi più accessibili, come via Torino o corso Buenos Aires. In tutti questi casi i negozi e loro vetrine, orientando i flussi dello *shopping* a seconda dei gusti, delle esigenze e delle possibilità d'acquisto, hanno profondamente modificato il PL di Milano, consacrandola come una delle capitali mondiali della moda.

A Milano si trovano i quartieri generali e le dimore private dei più importanti stilisti, spesso accorpate nella fattispecie della dimora-*atelier* (Masciarelli, 2016), come nel caso della sede Versace in via del Gesù. La stessa metropoli è stata frequentemente scenario per servizi fotografici di moda, che pure hanno contribuito a modellare Milano, nella percezione collettiva, quale città della moda. Negli ultimi trent'anni del secolo scorso il connubio fra Milano e la moda si è riflesso persino nei capi e negli accessori ideati in questa città, forgiati in uno stile che ne incorporava lo spirito pratico, dinamico e sobrio. Non a caso essa viene considerata la culla del *prêt-à-porter* italiano, concretatosi in abiti prodotti industrialmente in taglie standard e simboleggiato dallo stile misurato di Armani (che per esempio propose la giacca da uomo alle donne), ma anche di Krizia (pseudonimo di Maria Mandelli), Alberta Ferretti e Miuccia Prada, per citare solo alcune delle stiliste che più hanno incarnato lo spirito meneghino.

Naturalmente la reciproca elezione fra Milano e la moda non è priva di zone d'ombra, riscontrabili in una certa voracità della moda e dei suoi capitali, che con pochi scrupoli hanno assorbito a sé luoghi di cultura, come cinema e teatri, o spazi deputati alla convivialità, come bar, circoli e ristoranti. Anche se d'altro canto è stato sottolineato come

⁵ La stessa trafilatura onomatopica ha portato a ideare altri acronimi, che tuttavia, almeno per il momento, non sembrano acclimatati: per esempio *NaPa* per indicare il *Naviglio Pavese* o *NoCe* per riferirsi alla zona a *Nord di/North of Cenisio*.

la moda abbia dovuto adeguarsi agli spazi milanesi – in particolare rispettando i vincoli, molto stringenti soprattutto nel centro storico, relativi alla modificazione degli spazi espositivi (Radice, 2002: 163) –, rimane indubbio che la creazione di distretti della moda porti con sé più di un nodo problematico. Se si pensa ancora, emblematicamente, alle vie del quadrilatero della moda, esse appaiono separate dalla vita dei cittadini, essendo per lo più fruite da turisti o da milanesi molto facoltosi; inoltre il fatto che nel quadrilatero sorgano quasi esclusivamente negozi di moda fa sì che quelle vie vengano frequentate solo da chi è interessato alla moda, al contrario di quanto avviene in altre zone, caratterizzate da una relativa varietà di esercizi commerciali (ristoranti, negozi di generi alimentari, ferramenta, farmacie ecc.). Se non è certamente un caso che il quadrilatero si trovi in pieno centro città, dove sorge l'area contraddistinta dal binomio «monumentalizzazione-turismo» (Morone, Filippini, 2007: 217-220), va anche considerato che la configurazione di Milano in «frammenti fortemente tematizzati» e fra loro poco o per nulla comunicanti deriverebbe dall'allentamento «di una visione complessiva alla base della concezione di Milano e delle sue trasformazioni, a vantaggio di una modalità trasformativa sempre più disgregata e decontestualizzata», specchio di una crescente commercializzazione / privatizzazione di spazi pubblici e di politiche poco sensibili ai temi dell'integrazione sociale, culturale e anche, aggiungiamo, etnica⁶.

Volgendo lo sguardo dalla contemporaneità alle epoche passate, è facile rendersi conto come il primato milanese nel campo della moda abbia origini lontane nel tempo. Se proprio non si vuole risalire a uno dei primi documenti scritti in volgare milanese, il *De magnalibus Mediolani* (“Le meraviglie di Milano”, ca. 1288) di Bonvesin de la Riva, che già registrava l'eleganza nel vestire fra i tratti distintivi degli abitanti di Milano⁷, in tempi relativamente più recenti si può ricordare come a Milano venisse gettato il primo seme dell'editoria di moda⁸ e come questa città – grazie a una solida filiera impiantata nel bacino urbano e ramificata nell'*hinterland* – sia stata e sia centro di un reticolo produttivo e luogo di esposizione e compravendita di manufatti “di moda”, così come cuore pulsante di una serie di attività collaterali alla moda (in tempi recenti: agenzie di modelle, PR, organizzazioni di ricerca, studi fotografici ecc.: Fabris, 2022).

In prospettiva storica, è proprio il PL milanese, nella sua componente onomastica, a recare traccia delle corporazioni anche “di moda” attive nella città, come nei casi di via Cappellari (un tempo via dei Berrettari, cfr. Migliorini, 1997: 127), di via Orefici, di via Pattari e dell'omonima galleria, «in cui i rigattieri (patàro, patee) avevano le loro botteghe» (ivi: 381) o ancora di via Speronari, così detta per via degli artigiani che in quei dintorni producevano parature per cavalli ed elmi⁹. Anche la vetrinizzazione che oggi qualifica la fisionomia della città è una realtà di lungo periodo, di cui si ha testimonianza fin dal Seicento (Bolocan Goldstein, Caprarella, 2002; Sergio, 2015b; Codeluppi, 2021).

⁶ Galimberti, Orsini (2019); le cit. alle pp. 289-290. Le studiose osservano inoltre che le infrastrutture nate tra la fine del secolo scorso e gli anni Duemila «rafforzano [...] quel carattere di intensità episodica insito nella città, che si lega alle settimane della moda e del design come momento culmine della vitalità urbana, alla preparazione delle quali si ha l'impressione che Milano lavori tutto il resto dell'anno» (ivi: 296).

⁷ Morgana (2012: 13). La *Storia linguistica di Milano* di Silvia Morgana rientra nella collana “La lingua delle città italiane” edita da Carocci e curata da Pietro Trifone; la collana comprende anche i profili linguistici di Torino, Venezia, Firenze, Roma, Napoli e Palermo. Sul tema si possono vedere anche i più sintetici contributi raccolti in Trifone (2014).

⁸ Il primato milanese nell'editoria di moda arretra alla fine del Settecento: fu allora che dai torchi di una stamperia in piazza della Scala vide la luce il *Giornale delle Nuove Mode di Francia e d'Inghilterra* (1786-1794), il primo in Italia specializzato nell'aggiornamento vestimentario, segnando una dorsale che avrebbe portato a *Vogue Italia* (1966-).

⁹ Brentari, (1991 [1900]: 12-13). Un terreno di studio di sicuro interesse e ancora in larghissima parte inesplorato è quello del PL nel passato, che richiede fonti e metodi d'indagine *ad hoc* (vd. Merida, 2024 per alcune prime osservazioni sul tema a partire da fonti giornalistiche).

3. UN CORPUS PRESO “A NOLO”

Moltissimo ci sarebbe insomma da dire sulle intersezioni fra moda e paesaggio urbano, umano e linguistico milanese e su come la città metropolitana di Milano sia stata e continui a essere profondamente segnata dalla moda, ben prima delle strategie di *city-branding* attuate con particolare intensità a partire dagli anni Settanta del secolo scorso.

Con questo intervento si intende gettare un primo sguardo alle parole relative alla moda in un particolare quartiere di Milano, abitato da migranti e lontano dal centro opulento, tenendo in considerazione, nei limiti di una ricerca di tipo lessicale, del contesto in cui queste parole appaiono e degli attori sociali da cui provengono e a cui sono primariamente rivolte. Più nello specifico, è stata selezionata come *corpus* di indagine la zona nord-orientale della città, in particolare il quartiere che a partire dal 2013 si è preso a chiamare *NoLo*, acronimo di *North of/Nord di Loreto*, sull'esempio, niente meno, del newyorkese *SoHo*, derivato da *South of Houston Street*. La denominazione *NoLo* è stata ufficializzata nel 2019 e oggi compare anche nelle mappe stradali; risalirebbe invece al 2016 la prima apparizione pubblica dell'acronimo *NoLo*: esso avrebbe accompagnato una grande balena bianca raffigurata su un murale di via Pontano, verso la periferia nord di NoLo, murale ricoperto da altri graffiti a pochi giorni dalla sua apparizione. Da allora, la balena bianca è comunque rimasta il simbolo del quartiere (Nolo 2021: 121).

La coesione dei *nolers*, come vengono chiamati gli abitanti di NoLo, è cementata da una radio di quartiere (*Radio NoLo, ça va sans dire*, che ha avviato le trasmissioni nel 2017), da un *merchandising ad hoc*, comprendente le “scarpe identitarie” recanti il nome del quartiere, da una biennale dedicata all'arte contemporanea (*BienNoLo*), da una manifestazione di spettacoli teatrali diffusi sul territorio (*NoLo Fringe Festival*), da un festival canoro (*SanNolo*, sulla falsariga di *Sanremo*) e da altre iniziative. Il quartiere ha trovato riconoscimento persino nel profumo *District of NoLo*, che fa parte della collezione “Le vie di Milano” di Trussardi insieme a *Walking in Porta Venezia*, *Alba sui Navigli*, *I vicoli via Fiori Chiari*, *Passeggiata in Galleria* e, *lupus in fabula*, *Limitless shopping via della Spiga*,

NoLo si colloca all'interno del Municipio 2: delimitata dai binari della Stazione Centrale che portano verso nord e dai primi tratti di via Padova, si tratta di un'area soggetta a una veloce riconversione da quartiere periferico, multietnico e malfrequentato a quartiere cosiddetto “culturale” o “creativo”, nel quale «la produzione e la commercializzazione di beni simbolici sembrano regolare la riqualificazione delle aree dismesse (ex industriali, ex operaie) e anche la popolazione residente tende a cambiare, favorendo un generale processo di *gentrification*»¹⁰. La riconversione sembra toccare le zone più occidentali e quelle più centrali di Nolo, mentre la periferia orientale delimitata da via Padova – la «riga di mondo, lunga più di quattro chilometri, che dal quasi centro ti porta all'estrema periferia, che da piazzale Loreto arriva allo svincolo della tangenziale, che dalle vetrine patinate monomarca ti immerge nei campi coltivati ad orto» (Kuruvilla, 2012: 8) – appare ancora caratterizzata da una spiccata componente multietnica, soprattutto di provenienza araba e sudamericana, e in genere professionalmente poco qualificata.

A simboleggiare il *melting pot* culturale fra italiani e sudamericani, in via Padova, all'angolo con la via privata Bassano del Grappa, si può ammirare il cosiddetto *Dante Andino*, un murale dell'artista ecuadoriano Boris Veliz che lo ha realizzato nel 2021 nell'ambito delle celebrazioni per i 700 anni dalla morte di Dante (vd. Figura 1). Il murale riprende il più celebre ritratto del padre della lingua italiana (quello di profilo, con cappuccio rosso e corona di alloro, realizzato a fine Quattrocento da Sandro Botticelli),

¹⁰ Bovone (2007: 74), che propone di chiamare tali quartieri «alla moda»; cfr. anche l'ampia bibliografia ivi citata.

di cui modifica l'abito: al posto della tunica rossa, il Dante Andino indossa un *poncho* colorato, dominato dai toni del rosso. Il *poncho*, una sorta di mantello costituito da un unico grande pezzo di stoffa pesante e impermeabile nel quale viene praticato un buco per la testa, veniva originariamente usato per affrontare il clima rigido delle Ande, ma è oggi diffuso in tutto il mondo, conservando l'originario sapore etnico che lo ascrive al sud-America; proprio questo sapore lo rende un simbolo potente dell'integrazione fra *latinos* e italiani e corrobora la percezione del quartiere come una sorta di *barrio*. L'apertura a civiltà, culture ed etnie diverse viene anche sottolineato da un progetto di rigenerazione urbana che, a pochi metri dal Dante Andino, coinvolge il tunnel boulevard di via Pontano, dove vengono periodicamente affisse realizzazioni grafiche della scritta *Padova città mondo*.

Figura 1. Il Dante Andino (foto tratta dal sito www.ecuadoroggi.com)



La scelta è ricaduta su NoLo sia per poter confrontare i dati con quelli presenti nel database “Paesaggi e Lingua”, le cui rilevazioni sono in buona parte concentrate su questo quartiere, sia per un interesse intrinseco della zona, da correlare alla forte presenza immigrata¹¹. In particolare i dati sono stati raccolti nei primi tratti di: viale Monza, da piazzale Loreto al civico 95 (corrispondente alla fermata Rovereto della linea metropolitana 1); via Padova, sempre da piazzale Loreto fino al civico 90; via Venini nel tratto più periferico che congiunge viale Brianza e via Popoli Uniti. Sono inoltre state considerate alcune vie attigue alle strade principali appena menzionate: via Crespi, via Giacosa, largo Fratelli Cervi, via Popoli Uniti, via Sauli, via Settembrini, via dei Transiti, via Varanini e via Vitruvio.

La raccolta dei dati è avvenuta attraverso il metodo delle passeggiate (*walking tour*) durante le quali sono state scattate le fotografie di esercizi commerciali che esibissero, da strada, parole riferibili all'ambito della moda. Risultano dunque escluse dall'inventario sia

¹¹ Per i dati relativi alla composizione delle presenze straniere specialmente nelle zone qui considerate, vd. Calvi, Uberti-Bona (2020: 28-31), dove si annota che in via Padova i negozi gestiti da stranieri sono in prevalenza, in quest'ordine, cinesi, arabi e spagnoli, e Uberti-Bona (2021: 540-542). Si può anche ricordare come «a fronte di un numero relativamente esiguo di comunità prominenti – tra cui quella filippina, marocchina, tunisina, albanese, moldava, ucraina, egiziana, srilankese, bengalese, pakistana, peruviana, ecuadoriana, cinese, indiana e serba –, si registrano più di 150 diverse nazionalità» (Calvi, 2015: 467). A partire da inizio secolo queste presenze hanno portato a un significativo incremento demografico e a un nuovo plurilinguismo cittadino, non più su base dialettale, ma alloglotta (Morgana, 2010).

eventuali occorrenze rintracciabili nel PL interno ai negozi sia parole della moda presenti su cartelloni pubblicitari o su più effimeri volantini affissi ai muri (ma comunque non riconducibili a un esercizio commerciale). Nella ricerca che qui si presenta non si sono intervistati né gli esercenti né soggetti terzi, che pure avrebbero potuto meglio chiarire le ragioni di determinate opzioni lessicali e le intenzioni dell'emittente, che non sempre coincidono con la percezione e l'interpretazione del ricevente (Malinowski, 2009; Gorter, 2021): il PL, infatti, non si identifica solo con le sue manifestazioni materiali, ma anche con l'intenzione di chi lo produce e con la percezione e la risposta emotiva che suscita in chi lo scruta, configurandosi dunque come «an interactive scenario of communicative acts» (Calvi, Uberti Bona, 2020: 27; cfr. anche Huebner, 2009; Garvin, 2010).

La raccolta dei dati è avvenuta in due momenti distinti, pre- e post-Covid, che hanno così configurato due sotto-*corpora*. Il primo sotto-*corpus*, che comprende oltre 150 foto e che da qui in avanti richiameremo con PL17, risale agli inizi del novembre 2017 ed è stato occasionato dalla partecipazione di chi scrive alla Giornata di studio internazionale “Lingue in movimento e paesaggi urbani”, tenutasi il 23 e 24 novembre 2017 presso l'Università degli Studi di Milano. Il secondo sotto-*corpus* è stato raccolto cinque anni più tardi, alla metà del novembre 2022, e anche in questo caso ha trovato una prima opportunità di discussione, presso lo stesso Ateneo milanese, durante la Giornata di studio “Paesaggio linguistico e variazione. Trasformazioni, crisi, conflitto” del 24 novembre 2022 (questo sotto-*corpus*, che comprende più di un centinaio di fotografie, sarà d'ora innanzi richiamato con la sigla PL22).

Il fatto che i due sotto-*corpora* PL17 e PL22 risalgano allo stesso periodo dell'anno ha assicurato una omogeneità e dunque una confrontabilità del lessico reperito, che nel caso della lingua della moda dipende dalla stagione; come vedremo *infra*, § 5, si sono per esempio reperiti termini come *cappotto*, *lupetto*, *piumino* ecc., che con tutta evidenza non sarebbero apparsi in altri periodi dell'anno. Si è inoltre trattato di un periodo di “normalità”, cioè, per esempio, lontano dai saldi di fine stagione o da occasioni speciali come il Natale.

In quanto particolarmente indiziate nel veicolare le parole della moda, le tipologie di esercizio prescelte, con le relative “etichette” riprese dal succitato *database* “Paesaggi e Lingua”, sono le seguenti:

- 1) esercizio commerciale / negozio di abbigliamento;
- 2) calzolaio;
- 3) laboratorio artigianale / sartoria;
- 4) pelletteria;
- 5) lavanderia;
- 6) ferramenta.

Mentre quest'ultima tipologia è stata inserita per dare conto di un unico ferramenta di viale Monza che vende, insieme ad articoli vari, anche abbigliamento da lavoro, la tipologia “lavanderia”, che pure di primo acchito potrebbe sembrare peregrina, si è in realtà dimostrata fra le più fruttifere ai nostri fini, poiché le lavanderie riportano quasi sistematicamente, su volantini attaccati alle vetrine o su vetrofanie (cioè le pellicole adesive applicate sulle vetrine), i listini prezzi corredati da parole relative alla moda (vd. Figura 2).

In tutti i casi, come accennato, l'analisi si è concentrata unicamente su quanto fosse visibile dalla strada, cioè sull'insegna e sulla vetrina, ovvero su quella «sorta di soglia del desiderio», che per il potenziale consumatore si configura «come stimolo ansiolitico e antidepressivo» capace, a seconda delle disposizioni, di incuriosirlo e attrarlo oppure di distrarlo e divertirlo (Brunelli 2007: 99, che parla anche di un «potenziale “sirenide”» delle vetrine-moda).

Figura 2. *Vetrofania di una lavanderia in via Venini, angolo via Martiri Oscuri (PL22)*



In totale gli esercizi o *unità* presi a campione sono 80, equamente divisi fra PL17 e PL22; ogni unità comprende, in media, un paio di vetrine o *sotto-unità*, che si possono dunque stimare in circa 160; le parole della moda o *segni* reperiti nei due *corpora* e presi in analisi sfiorano il numero di 400¹².

Le parole relative all'ambito della moda si sono prevalentemente colte, nelle vetrine, sui cartellini puntati con uno spillo ai capi d'abbigliamento e agli accessori, oppure direttamente applicati o appoggiati su di essi o collocati in zone adiacenti (vd. Figura 3).

Figura 3. *Vetrina del negozio July & Livy in viale Monza 11 (PL12)*



¹² I tre livelli di analisi che permettono di meglio analizzare gli oggetti semioticamente complessi presenti nel PL sono stati proposti da Cenoz, Gorter (2006) e quindi variamente impiegati in studi successivi.

Se è vero che la vetrina è «un sistema di significazione pluricodico, poiché il piano dell'espressione è dato da molteplici elementi di diversa natura, che fanno riferimento a diverse aree di contenuto», cioè le stesse merci, ma anche da altri «oggetti da vetrina: ad esempio scritte, cartelli indicatori di prezzo e di qualità, immagini fotografiche, espositori, decorazioni, manichini ecc.» (Brunelli, 2007: 102), va altresì riconosciuto come questa complessità riguardi anche la componente verbale in senso stretto. Si tratta infatti di testi semplici solo in apparenza, rivelandosi viceversa non solo eterogenei, principalmente in ragione della genesi *bottom-up* – essendo cioè prodotti da cittadini privati e presentando così una maggiore spontaneità e libertà rispetto ai testi istituzionali o governativi, di tipo *top-down* (Ben-Raphael *et al.*, 2006) –, ma anche complessi dal punto di vista semiotico, in quanto vi coesistono il codice verbale e, da esso inestricabile, quello iconico: basti pensare al ruolo percettivo rivestito dal *lettering* o dal solo fatto che le informazioni siano scritte a mano oppure siano stampate¹³. Tale complessità, che richiede «un lavoro interpretativo di tipo intratestuale» (Brunelli, 2007: 110), discende inoltre dal fatto che si tratta di segni “in situazione”, nella quale viene a instaurarsi una meccanica pendolare che rinvia dalla parola di moda all'oggetto a cui si riferisce, e viceversa. Questa compresenza fra parola di moda e relativo referente è ciò che più contrassegna il PL come fonte per lo studio di questo linguaggio settoriale¹⁴.

Al di là e prima delle evidenze quantitative, basta una semplice passeggiata a NoLo per rendersi conto che gli esercizi commerciali in vario modo correlati all'abbigliamento sono relativamente pochi. Questa osservazione porterebbe a ipotizzare che per i loro acquisti gli abitanti del posto si rivolgano altrove, magari *online* oppure negli affollati mercati rionali, in cui i banchi di abbigliamento la fanno da padrone insieme a quelli di generi alimentari, oppure ancora nei grandi centri commerciali che sorgono nelle zone periferiche della città e nell'*hinterland*, dove «si incontrano le forze centripete e centrifughe della popolazione milanese» e «dove i milanesi “evadono”, per finta, dalla città, entrando però al centro della sua massima esaltazione concettuale [come luogo dello svago o del consumo]; chi giunge dalla periferia vi arriva invece come entrando idealmente in Milano, in una sorta di bigino architettonico dell'idea di metropoli» (Nove, 2010⁷ [2004]: 67). In ogni caso il quartiere NoLo, almeno per il momento e nonostante la recente apparizione di alcuni nuovi negozi di moda alternativa, non può considerarsi un distretto di moda, ma semmai un luogo in cui si possono fare acquisti di vario tipo, ivi compresi quelli relativi all'abbigliamento.

4. TESTI E CONTESTI DI MODA

Gli esercizi presi a campione, cioè quelli che commerciano accessori e capi di abbigliamento, compongono un macro-testo caratterizzato non solo dalle due funzioni basilari del PL, cioè quella informativa o funzionale e quella simbolica (Landry, Bourhis, 1997: 25-29), ma anche, e spiccatamente, dalla funzione persuasiva, in quanto portano inscritto un invito al consumo o la disponibilità, a pagamento, di un servizio (Sergio, 2016c: 291-293; Gorter, Cenoz, 2023: 71-72). A differenza che in altre fonti della lingua

¹³ Con il tempo e con l'incuria, alcune parole tramandate dalle vetrofanie si sono inoltre scrostate, richiedendo una sorta di intervento filologico da parte dei passanti (per es. si sono incontrati *amicie* per *camicie* o *onne* per *gonne*); simili trasandatezze non incidono tanto sulla corretta trasmissione dell'informazione, facilmente inferibile a partire dal contesto, quanto sulla reputazione dell'esercizio commerciale che le espone.

¹⁴ Sui sistemi di significazione della moda e sulla loro stratificazione su più livelli, il rimando obbligato è al classico *Système de la mode* di Roland Barthes (1970 [1967]).

della moda (vd. *supra*, § 1), negli esercizi considerati e in particolare nelle vetrine i referenti vengono visti dal vivo e possono essere acquistati nell'immediato: questo significa che, nella percezione di chi guarda, si ammantano anche di una funzione evocativa e immaginativa, perché l'osservatore è spronato a figurarsi con indosso gli abiti o gli accessori esposti¹⁵.

Si tratta inoltre, come accennato al § 3, di testi che negli studi sul PL si definiscono di tipo *bottom-up*. Nel caso del PL di NoLo l'emittente si configura come un autore complesso, corale, costituito da coloro che hanno deciso di commerciare in articoli di abbigliamento e di marcare il territorio comunicando verso l'esterno la loro attività. Per questo autore corale il compito di agganciare il destinatario non è facile: le strade prese a campione sono percorse a velocità sostenuta da mezzi di locomozione (auto, moto, biciclette, e ora anche da monopattini elettrici e non); solo secondariamente sono strade predisposte per un più lento passeggio e per il correlato *shopping*. Se si eccettuano alcune fronde di *latinos* e più certamente di *latinas* che, specialmente al sabato pomeriggio, raggiungono queste vie per fare acquisti in negozi che incontrano il loro gusto, come Ima Sumac (Figura 4 e cfr. *infra*, § 5), non si tratterebbe, insomma, di vie dello *shopping* calpestate da chi esce semplicemente per fare due passi e "per guardare le vetrine", come si direbbe con un'espressione che – in tempi sempre più virtuali – può risultare un poco datata.

Figura 4. Il negozio Ima Sumac incontra la clientela latina in via Padova 3 (PL22)



¹⁵ Cfr. Brunelli (2007, 104) e Codeluppi (2021); quest'ultimo offre un'affascinante ed estesa trattazione, di carattere storico e psico-culturale, della vetrina.

Se c'era da aspettarsi, considerata la multiethnicità della zona, che l'autore corale del PL che commercia in articoli di abbigliamento fosse a forte componente straniera, a spartirsi lo scenario non sono arabi o sudamericani, bensì italiani e, secondariamente, cinesi. È però raro che la lingua cinese sia in posizione prominente, in quanto la “cinesità” non sembrerebbe un dato da esibire, almeno non nel campo della moda. Rispetto ad altri ambiti commerciali, quello della moda è correlato in modo più diretto con l'espressione e l'esibizione del sé – primariamente in rapporto agli altri, ma anche nei confronti di noi stessi – e dunque l'enfatizzare la provenienza cinese di un capo potrebbe innescare un processo (auto-)svalutativo, considerata la scarsa qualità associata al *Made in China*, il cui *plus* valoriale risiede, semmai, nell'economicità del prezzo di vendita¹⁶. La sottostante Figura 5, scattata in via Padova 37, rientra in PL17 e ritrae un esercizio in seguito soppresso, non ritrovandosi in PL22¹⁷; vi si può notare come nell'insegna la scritta in caratteri cinesi, che significa “Negozio di abbigliamento”, sia poco meno prominente rispetto alle parti in italiano, che dettagliano meglio quanto espresso in cinese.

Figura 5. Il negozio Axiang che si trovava in via Padova 37 (PL17)



¹⁶ Durante le passeggiate del novembre 2017 ci si è imbattuti nel mercato di NoLo, che si tiene al venerdì mattina nelle vie comprese, *grosso modo*, fra il parco Trotter e viale Monza. Al mercato i proprietari o i gestori dei banchi sono soprattutto arabi, in prevalenza egiziani, ma anche italiani. La forte componente araba assomiglia questi mercati ai *sug*, per le urla di incitamento all'acquisto con cui assordano i potenziali acquirenti (cioè relativamente al *soundscape*) e per la clientela, pure prevalentemente araba, che qui viene a servirsi. In questo mercato ci si è imbattuti in alcuni casi di polemica presa di distanza dall'“impero” cinese, con un sottinteso, in realtà ben poco tale, riferito alla scarsa qualità e all'insostenibilità ecologica dei prodotti provenienti dalla Cina (così un cartello in cui campeggia la scritta “NO CINA”). Viceversa, è apparsa ricorrente la sottolineatura del celebrato e ormai istituzionalizzato, tanto da avergli “cointestato” un ministero, *Made in Italy*, anche nella forma di un ipercorretto *Made in Ytaly*.

¹⁷ I casi di soppressione di esercizi commerciali non sono episodici e anzi possono ritenersi fisiologici nel PL, per definizione sempre transitorio. Fra i campioni qui presi in considerazione, risalenti al 2017 e al 2022, vi è stato lo spartiacque della pandemia, che pure ha verosimilmente concorso a un'accelerazione di tale processo: a fronte di alcuni negozi, in genere cinesi, che hanno abbassato definitivamente le saracinesche, vi sono però stati diversi casi di nuove aperture, per lo più di negozi cosiddetti *trendy* o alla moda.

La minore prominenza della scritta in cinese appare in questo caso rispettosa di una direttiva del Comune di Milano che regola le «*Iscrizioni sulle insegne, vetrine, ecc.*», mentre altre volte tale direttiva è stata disattesa (Calvi, 2015: 471). L'art. 87 del Regolamento di Polizia Urbana di Milano, confermato dall'ultima delibera del Consiglio Comunale risalente al 26 luglio 2019, stabilisce infatti che

È vietata qualunque esposizione d'insegne, vetrine, cartelli, frontoni, ditte e pubblicità d'ogni specie, senza l'approvazione dell'Autorità Comunale. Le leggende devono essere in corretta lingua italiana. Si può tuttavia aggiungere la traduzione in lingua straniera purché in caratteri meno appariscenti. Saranno tollerati per la durata non superiore a tre mesi i cartelli provvisori in carta o tela.

I casi in cui le scritte in cinese risultano prominenti o anche solo in evidenza sono tuttavia del tutto minoritari, trovandosene solo un altro paio fra PL17 e PL22. Di converso, risultano pressoché sistematici i casi in cui l'affermazione identitaria della comunità cinese venga occultata al passante, almeno dal punto di vista del segno linguistico, rivelandosi solo entrando nel negozio (in genere, e a primo impatto, attraverso le persone che gestiscono il negozio, dai tratti somatici cinesi). Per esempio nella Figura 6, attinta da PL22, si può osservare un esercizio allocato in viale Monza 36: l'insegna porta semplicemente la scritta *Kelly*, da cui si riverbera un alone di internazionalismo, mentre in vetrina compaiono solo alcuni prezzi direttamente apposti sui capi o sugli accessori a cui si riferiscono. L'indicazione di prezzo non è presente su tutti gli articoli, ma resta implicito, anche per gli articoli che ne sono sprovvisti, che la fascia di prezzo è quella medio-bassa; chi entra in questa tipologia di negozio sa insomma, *a priori*, che non spenderà molto.

Figura 6. *Il negozio a gestione cinese Kelly, in viale Monza 36 (PL22)*



Le insegne e le vetrine che si susseguono per le vie di NoLo formano un discorso articolato non tanto da un punto di vista intralinguistico, cioè nella varietà dei termini impiegati, che, come si mostrerà nel § 5, tanto vari non sono. L'articolazione si manifesta piuttosto da un punto di vista esterno, cioè allargando la visuale al complesso delle vie cittadine: a NoLo un negozio che commercia articoli di moda può fare capolino fra una

macelleria e un'edicola o fra un bar e un "centro massaggi" (dove il virgolettato è giustificato dalla varietà dei servizi offerti). Questo assortimento è tutt'altro che insignificante, poiché modifica la percezione dell'articolo di moda, che si mischia con altre categorie merceologiche e di conseguenza perde in esclusività, anche se va riconosciuto come questa *deminutio* può non essere tale per coloro che frequentano queste strade, magari per le succitate compere del sabato pomeriggio. A rendere meno esclusiva l'esperienza d'acquisto è anche ciò che sta attorno al punto vendita: per esempio i muri, spesso imbrattati o trasandati, che incorniciano le vetrine, i rifiuti di vario tipo che possono trovarsi fuori dai negozi, o la pulizia del marciapiede prospiciente il negozio e delle vetrine, che spesso lasciano a desiderare.

Percettivamente l'accessorio e il capo d'abbigliamento scivolano – o, a seconda dei punti di vista, si elevano – a bene primario, al contrario di quanto si verifica in altri distretti milanesi in cui il negozio di moda non appare semplicemente uno spazio funzionale alla compravendita di un bene, ma un «luogo di attrazione e di consumo ricreativo e culturale» (Morone, 2007: 52). Il caso più esemplare è ancora quello del quadrilatero della moda (vd. *supra*, § 2), il cui successo e la cui potenza simbolica traggono forza dal fatto che i negozi lì concentrati realizzano il medesimo discorso (di moda), facendosi concorrenza e al contempo rafforzandosi a vicenda.

5. UN ROMANTEAU IN ECOPELLE, OVVERO IL LESSICO DELLA MODA A NOLO

In riferimento alle diverse forme lessicali (*types*) relative alla moda, PL17 e PL22 permettono di accumulare un bottino che può ritenersi, tutto sommato, contenuto, facendo contare circa 200 forme diverse. Passando a considerare la loro frequenza (cioè i *tokens*, le occorrenze concrete delle singole forme) il numero, come abbiamo visto al § 4, giunge a raddoppiare, soprattutto per il ricorrere di un nucleo di voci molto comuni come *camicia*, *giacca* o *pantalone* in determinati contesti¹⁸.

In entrambi i *corpora* il grosso delle voci è stato raccolto dalle vetrine delle lavanderie e delle sartorie e dalle vetrine dei negozi di livello più alto. Come si vede nella Figura 7, dalle due sole vetrinette dello storico negozio *multibrand Lussy* (probabile neoformazione a partire dal nome della proprietaria Lucia Anelli e della parola *lussu*), sito in via Venini 54, si sono potute raccogliere tutte queste parole "di moda" (qui e oltre vengono mantenute le specificità grafiche e ortografiche, con le relative oscillazioni, degli originali): *cappottino*, *collo anello*, *double*, *ecopelliccia*, *gonna*, *lamé*, *lurex*, *maglia*, *mantella*, *merinos*, *pant.*, *pantalone*, *pantapareo*, *pelliccia ecologica*, *plissé*, *scaldacollo*, *stivaletto* (in PL17); *camicia*, *cappotto lana alpaca*, *cardigan moair alpaca*, *dolcevita*, *eco pelliccia*, *pant*, *pant velluto*, *pant. Velluto*, *pull lupetto* (in PL22); *abito*, *cappotto*, *eco*, *jeans*, *lupetto*, *piumino*, *pull* (sia in PL17 sia in PL22).

¹⁸ Cfr. i succitati listini dei servizi offerti dalle lavanderie, di cui *supra*, § 3. Dal computo sono stati esclusi i marchionimi o *brand names*: in genere considerabili internazionalismi, i marchionimi sono presenti in proporzioni ridotte e si spiegano con ragioni economiche più che linguistiche (Tufi, Blackwood, 2010). Per via della sua forte disomogeneità rispetto al *corpus* si è inoltre deciso di tenere fuori quadro le parole di moda che fanno capolino dalle vetrine di "Cabella", un negozio storico specializzato nella vendita di cappelli. In queste vetrine i cartellini dettagliano i diversi modelli, i materiali e le lavorazioni dei copricapi, come si può appurare dalla seguente lista che raggruppa tutti i *types* presenti in vetrina nel 2017: *angora*, *basco*, *bouclé*, "Camaret", "Commodore", *cashmere*, *cappello a nastro*, *casco guida*, *cupola*, *feltro* (f. "Avan", f. "Barbisio"[®], f. "Beaver" maculato, f. *lapin*, f. *lapin "misto"*, f. *merinos*, f. *velour*), *fodera*, *fustagno*, *impermeabile* (agg.), *lana (100% lana, pura L., l. cotta)*, "Magjostrina" *Made in Italy*, *maglia*, *maglina*, *misto cashmere*, *montone Shearling*, *murmansky* (tipo di pelliccia), *nappa* (n. "invecchiata", n. *anticata*), *pachwork* [sic], *paraorecchi*, *pile*, *satina*, *sciarpina*, *stampa cocco*, *tartan*, *tascabile* (modello di cappello), *Trilby 'fedora'*, *velluto*, *volpe* (v. "Groenlandia", v. *blu*, v. *melange*).

Figura 7. *Il negozio Lussy in via Venini 54 (PL17)*

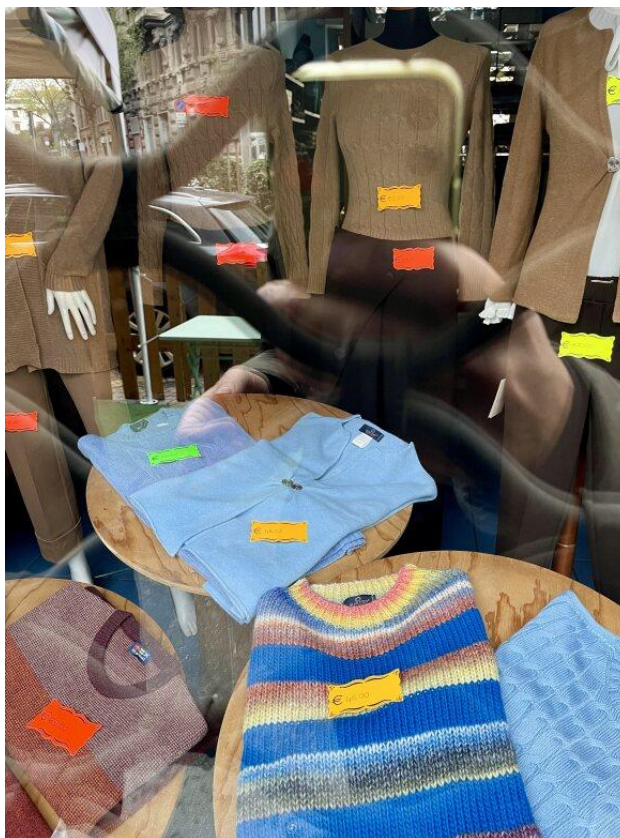


Questa abbondanza terminologica mette in evidenza una caratteristica bipartizione interna ai sotto-*corpora*: vi sono da un lato i negozi di livello più alto, che appaiono più propensi a dettagliare le parole della moda; dall'altro i negozi di livello medio e basso, che invece ne fanno un uso molto parco, talvolta rinunciandovi del tutto. Non sono infatti infrequenti i casi di accumuli pressoché indistinti di merce (vd. Figura 8) o nei quali ci si limita alle sole indicazioni dei prezzi che, alligati direttamente sul capo cui si riferiscono, aggirano il problema di specificarne il nome (vd. Figura 9).

Figura 8. *Le merci sono semplicemente esposte da Sanpedro total Look in viale Padova 93 (PL17)*



Figura 9. Da Ellegiovane in viale Monza 4 i cartellini indicano i soli prezzi (PL22)



Considerando comparativamente i sotto-*corpora* raccolti nel 2017 e nel 2022 emerge che vi sia stato un certo incremento quantitativo delle parole della moda. Un dato di continuità è rappresentato dalla forte tenuta della lingua italiana, niente affatto scontata in riferimento sia all'ambito settoriale della moda, storicamente votato all'esterofilia (Sergio, 2016b), sia al luogo in cui sono stati prelevati i campioni, ovvero quella NoLo a forte connotazione multi-etnica, multiculturale e multilinguistica di cui s'è detto *supra*, § 3. In quanto lingua ospite e lingua di più immediata comprensibilità rispetto alle altre due lingue "canoniche" per la moda, cioè il francese e l'inglese, l'italiano mostra una solida tenuta nel comparto delle voci più comuni e tradizionali. Si vedano le seguenti voci, attestate sia in PL17 sia in PL22: *abito, borsa, bottone, calzature, camicia, cappello, cappotto, cerniera, collo (di camicia), confezioni, fodera, gamba (dei pantaloni), giacca, giaccone, giubbotto, gonna, intimo, lampo, lupetto, maglia, manica, orecchini, orlo, pantalone/i, pelle, piumino, risvolto, scarpe, toppa, vestito*.

Oltre a questa tenuta, l'italiano appare vitale nella formazione delle parole, ambito in cui si possono inventariare alcuni prefissati (da PL17: *ecopelliccia*¹⁹, *sottotoppa*; da PL22: *eco pelliccia, ecopelle, soprabito, sotto guanti, Sottotoppa*) e altri suffissati che danno luogo ad alterati, per lo più diminutivi (da PL17: *camicietta, cappottino, giubbino, maglione, spacchetto, stivaletto*; sia in PL17 sia in PL22: *giaccone, giubbotto*). La facoltà di accrescere il lessico attraverso meccanismi interni alla lingua è dimostrata anche da alcuni caratteristici composti (da PL17: *cerniera lampo, collo anello, pantapareo* [composto ibrido], *scaldacollo*; da PL22: *coprispalle*,

¹⁹ Sia PL17 sia PL22 presentano inoltre *eco* "ecologico" come aggettivo (per es. *pelliccia eco*). In PL22 compare anche il prefisso sostantivato *mini* "minigonna".

giaccavento, salvascarpe)²⁰ e da qualche locuzione formata da Nome + Preposizione + Nome, dove il sintagma preposizionale ha funzione di aggettivo (da PL17: *abito su misura, asola a macchina, giacca a vento, orlo a macchina*; da PL22: *capi su misura, confezioni su misura, indumenti da lavoro, orlo a mano, pantalone da uomo, tuta da moto*). I ridotti spazi disponibili e la conseguente necessità di sintesi giustificano la presenza di accorciamenti (da PL17: *pant.*, da PL22: *pant*) e di sintagmi in cui cadono gli elementi semanticamente più deboli (nel caso in specie le preposizioni o le preposizioni articolate), senza che ciò precluda la comprensione del significato, come nei seguenti casi: *confezioni uomo e donna, gambe pantaloni, lampo giacca, maglia uomo, manica camicia, manica giacca, orlo macchina, orlo mano* (da PL17); *camicia cotone, cerniera giubbotto, cerniera gonna, cerniera pantalone, collo camicia, felpa tie, felpa zip, fodera giacca, fodera gonna, fodera cappotti, fodera pantaloni, maglia collo alto, pant velluto, ricamo maschere di stoffa, riparazione abito, riparazioni scarpe, sciarpa vari colori, Sottotoppa Asole, vestito donna* (da PL22). Simili giustapposizioni potrebbero sembrare una manifestazione di quell'italiano etnico e semplificato tipico di comunità, come quella cinese, particolarmente attive nel settore delle lavanderie e delle sartorie, senonché tali giustapposizioni, ricorrenti sia nella lingua della moda sia in quella della pubblicità, non sono confinate agli esercizi gestiti da cinesi.

A essere giustapposte possono essere anche più di due voci (*orlo macchina pantaloni* “orlo [fatto] a macchina per pantaloni”, da PL22) oppure la giustapposizione può essere lessicalizzata, come nel caso di *lana alpaca* (“lana di alpaca”), sempre da PL22. È peraltro nel campo degli alterati e dei composti che si rintraccia la più alta concentrazione di parole nuove, siano esse attestate da relativamente poco in italiano (come *ecopelliccia* dal 1989, *ecopelle* dal 1993 o *scaldacollo* dal 1992) oppure non registrate, almeno per il momento, in lessicografia (come *pantapareo* o *salvascarpe*)²¹.

L'esemplificazione fin qui allegata basta a rendersi conto di come le parole della moda reperite per le vie di NoLo presentino un debole statuto tecnico. Oltre a trattarsi di parole di uso comune, la loro comprensibilità viene facilitata dal fatto che si trovino nello stesso contesto fisico del referente a cui si riferiscono. Un maggiore e seppur relativo settorialismo è mostrato da alcune parole in lingue diverse dall'italiano, comunque infrequenti. Non stupisce più di tanto che fra queste lingue prevalga l'inglese, da considerare sempre più *globish* o *global english* anche nell'ambito della moda. Gli anglismi montano negli anni in parallelo all'apertura di nuovi negozi di tendenza, insieme causa e conseguenza della gentrificazione di NoLo. Sia PL17 sia PL22 presentano *cardigan, golf, jeans* e *pull*; solo in PL17 si ritrovano invece l'aggettivo *double* e i nomi commerciali *lurex* e *zip*, avvertiti però, comunemente, come anglismi. Più ricco il contingente, come si diceva, di PL22: *aviation pant* (sul cartellino di un paio di pantaloni), *beanie* (sorta di cappellino a cuffia), *bomber* (falso anglicismo, abbreviazione di *bomber jacket*), *corporate banking* (tipo di *tailleur* da uomo), *Made in Italy*, (*orecchini*) *Made in Sicily*, *roll top* (modello di zaino), *Taylor made clothes* (abiti sartoriali), *Teddy Coat* (cappotto di pelo sintetico e morbido), *Tee, top*, (*zaino*) *classic* e i composti ibridi *felpa tie* (felpa con cappuccio e legacci del cappuccio stesso) e *felpa zip* (felpa con zip). Protagonista, almeno dalla metà del secolo scorso, nella lingua della moda, l'apporto inglese è stato molto studiato nella letteratura sul PL (vd. Gorter, Cenoz, 2023: 252-309, e Vettorel, Franceschi, 2013, per il contesto italiano). Fin dalle origini di questo campo di studi, sono comuni le indagini sulla sua presenza e sulle sue funzioni, che hanno mostrato come l'inglese si faccia generalmente vettore di modernità e progresso, mentre le lingue diverse dall'inglese siano più spesso correlate a stereotipi

²⁰ Prende il nome del capolavoro di Fellini del 1960 *il dolcivita* (PL22), indossato, nel film, dall'eccentrico personaggio di Pierone.

²¹ I riscontri lessicografici sono stati effettuati sul *GRADIT*, che registra il lessico in uso nel Novecento, e lo *Zingarelli 2024*, che, aggiornato annualmente, permette di tastare il polso della lingua contemporanea.

etnici, come la raffinatezza e l'eleganza per il francese o l'allegria e la predisposizione alla convivialità per l'italiano e per lo spagnolo²².

Nel nostro corpus “nolese” le tracce di lingue diverse dall'inglese sono davvero esigue: per lo spagnolo riusciamo a inventariare le voci *merinos* (PL17), *alpaca* e *cargo* (modello di pantaloni con grosse tasche sui lati) (PL22), ben acclimatate in italiano; per il portoghese l'adattamento *bamboo* (PL22), attestato in italiano fin dalla fine del Cinquecento²³. Anche il francese – cioè la lingua straniera a cui l'italiano della moda ha più tradizionalmente attinto e a cui, nei contesti più alti, continua ad attingere (Sergio, 2015a) – apporta solo alcune voci, come *lamé*, *plissé* (da PL17) o *Foulard-Pareo*, *pochette* (da PL22). Proprio perché i lasciti francesi sono di più antica data, possono comparire in forma adattata: si incontrano così l'ottocentesco *moair* (PL22, dal fr. *moire*, che viene dall'ingl. *mobair*, a sua volta derivato dall'arabo *muhayyar*) e lo sfiziosissimo *romanteau* ricreato a partire dalla voce fr. *robe-manteau*, un composto che propriamente indica il “vestito mantello” e che è attestato in italiano dal 1970; più che di adattamento, si può parlare di scarsa attenzione per i casi del settecentesco *gile'*, con apostrofo (PL17, dal fr. *gilet*), e di *colant*, con una sola *l*, attestato in italiano da inizio Novecento (PL17).

Sono invece assenti le denominazioni di capi tradizionali di determinate culture, come l'*hijab* (Ferrari, 2020: 99-103), così come le tracce di una delle lingue storiche di Milano, il dialetto milanese. Quest'ultimo riaffiora piuttosto, seppur episodicamente e non attraverso parole “di moda”, nel più spontaneo contesto del mercato di NoLo, cui si è accennato *supra* alla nota 16, dove si sono incontrati cartelli che invitavano a *ravanare* (cioè, nella fattispecie, a frugare nelle pile di abiti ammassati) oppure, sempre in un banco di abbigliamento, ad affrettarsi all'acquisto perché *CHI CIAPA... CIAPA!*, letteralmente “chi prende... prende!”, sottintendendo “prima e meglio degli altri”²⁴.

Se nel campo delle parole della moda il PL di NoLo permette di raccogliere un numero limitato di forestierismi, in più di un caso le lingue straniere – in generale, e dunque non limitatamente alla componente “di moda” – si riaffacciano nelle insegne e nelle vetrine dei negozi, che possono selezionare o invitare determinate comunità a entrare nei negozi stessi o magari disincentivarne altre a fare altrettanto. Anche considerando le sole insegne, la lingua straniera più presente è ancora l'inglese, per l'aura di internazionalità di cui s'è detto (cfr. *Spazio Nolo concept store*, *Dergano Outlet* o *Share*, come viene denominato un negozio di abiti usati in via Padova), ma anche perché lingua cappello oramai neutra,

²² Fra i primi studi dedicati al tema, vd. Piller (2003), che prende in considerazione un *corpus* di pubblicità tedesche, e Kelly-Holmes (2005), che studia gli impieghi dell'inglese in pubblicità di Paesi non anglofoni. Aurorali sono anche le interrogazioni su quante e quali lingue vengano impiegate nel PL e sulla loro reciproca interazione: oltre al seminale Landry, Bourhis (1997), si può vedere, per il contesto italiano e specificamente romano, Bagna, Barni, Vedovelli (2007: 354-358), dove vengono distinti ben 15 livelli di possibili combinazioni linguistiche all'interno di uno stesso testo (per esempio, “lingua immigrata”, “lingua immigrata + italiano”, “lingua immigrata + inglese + italiano”, per citare le tre combinazioni più frequenti nel quartiere Esquilino preso a campione).

²³ Il portoghese *bambù* è a sua volta derivato dall'indiano *bambū*: vd. Zingarelli 2024, s.v.

²⁴ Sulla presenza dei dialetti nel PL italiano si possono vedere i saggi raccolti da Bernini, Guerini, Iannaccaro (2021). L'area semantica in cui i dialetti mostrano una maggiore persistenza nel PL italiano è, come non stupisce, quella enogastronomica. Relativamente al PL siciliano, a simili conclusioni giunge anche Alfonzetti (2021: 171-183), che per l'ambito dell'abbigliamento porta ad esempio i casi di *vestu* (“io mi vesto”), nome di un negozio di abbigliamento per uomo, e alcune scritte impresse sulle magliette, come il mantra *futtitinni* (“fregatene”). Da una ricerca concentrata sul PL di corso San Gottardo, nella zona centro-meridionale di Milano, risulta che il milanese sia «statistically insignificant» poiché, si continua, «Milanese, like most other regional languages in Italy, is not protected and the great majority of its remaining speakers can hardly read or write it», potendo inoltre contare su un prestigio sociolinguistico inferiore rispetto all'italiano e, notabilmente, all'inglese, che non a caso si contendono lo spazio linguistico anche nella zona considerata (Coluzzi, 2019: 308).

capace di attrarre una clientela varia (e questo sembrerebbe il caso di negozi a gestione cinese come *Small World* o *International Shop*). A parte i casi, infrequenti, in cui l'identità cinese venga a manifestarsi nelle insegne (vd. *supra*, § 4), talvolta sono microspie linguistiche a lasciar sospettare che la gestione di un determinato esercizio sia cinese: per fare un esempio, si pensi alla mancata coerenza nel numero grammaticale in un'insegna come *HJH Casalingshi Parrucca Pelletteria*. Relativamente ai negozi di moda appaiono invece ben più rilevati, significativamente, gli ammiccamenti alle comunità ispanofone o lusofone, cui sono rivolti alcuni negozi come il succitato *Ima Sumac* (vd. *supra*, Figura 4), oppure *Sanpedro total Look* (Figura 8) o ancora *Carla Brasil Abbigliamento e accessori*, che in vetrina espone capi di abbigliamento molto provocanti, *sex toys* e altri accessori per intrattenimenti galanti (vd. Figura 10). Pur limitatamente ai negozi di moda, si ben evince come in questi casi le comunità latine appaiano assenti dal PL, ma ben presenti in quello semiotico.

Figura 10. *Abbigliamento ed erotismo si incontrano in viale Padova 40 da Carla Brasil (PL22)*



Come abbiamo annotato *supra*, § 3, la bipartizione del *corpus* ha permesso di verificare se e come la pandemia da Covid-19 abbia impresso il PL preso a campione. Le tracce di questo avvenimento che nel 2020 ha segnato le nostre esistenze in modo tanto profondo – trasformando le abitudini di vita soprattutto rispetto alla socialità e a quell'atto primariamente sociale che è l'abbigliarsi – non possono dirsi assenti, anche se appaiono residuali. All'alba del novembre 2022, della pandemia resistono alcuni reperti della stratificazione scalare del PL esposti, significativamente, da esercizi di proprietà o gestiti da cinesi. Alla porta di ingresso del negozio *Kelly* già menzionato (vd. *supra*, § 4, e Figura 6) permane l'obsoleta richiesta del *greenpass*; in una sartoria a gestione cinese si trova un cartello con la richiesta di distanziamento rafforzato dal seguente, ulteriore invito: «Si prega di no[n] inserirne più di uno», da decrittare nel senso di “si prega di entrare uno alla volta” (evidentemente si tratta di un messaggio, di marca decisamente *bottom-up*, redatto da una persona di madrelingua non italiana: Figura 11); in un'altra sartoria di viale Monza si legge invece, in una calligrafia tipica dei cinesi che scrivono in caratteri romani:

«Emergenza Covid 19 / Si prega gentilmente di lavare / gli indumenti prima di portarli in / sartoria. / Grazie!», seguita da una serie di regole in vigore durante la pandemia. Ancora, il negozio *Songshijiayuan* [cioè “famiglia Song”] *Abbigliamento* di via Padova presenta ben cinque segni riconducibili al Covid: si richiede obbligatoriamente chi entra nel negozio di «usare i guanti monouso», di «indossare la mascherina», di «mantenere la distanza minima di 1 metro», di entrare nel negozio in massimo due alla volta e di «igienizzare le mani». Le mascherine, che sono sicuramente l'accessorio *lato sensu* di moda più rappresentativo della pandemia, compaiono infine solo in un negozio in via Padova. Come si vede (Figura 12), l'insegna appare coperta, mentre in PL17 recava scritto, unicamente in caratteri cinesi, *Gloria e splendore*, assecondando una consuetudine tipica degli esercizi commerciali cinesi a «contenere riferimenti culturali o geografici al mondo cinese, oppure caratteri che esprimono concetti augurali, quali prosperità, successo e lunga durata per l'attività» (Desoutter, Gottardo, 2016: 215).

Figura 11. *Italiano tentativo in viale Monza* Figura 12. *Insegna muta in viale Padova 10 (PL2022)*
53 (PL22)



Nel suo complesso il PL milanese, almeno nella zona di NoLo qui considerata, ha restituito una lingua della moda piuttosto povera sia quantitativamente, nel numero dei *types* e dei *tokens* reperiti, sia qualitativamente, cioè nello spessore tecnico delle voci. Le ragioni possono risiedere nella volontà di raggiungere un *target* popolare o immigrato e quindi, presumibilmente, linguisticamente poco attrezzato, oppure nella consapevolezza che la presenza dei referenti cui le parole si riferiscono rendano superflue ulteriori specificazioni. In questo settore la lingua utilizzata è in netta prevalenza quella italiana, concedendo alcuni spiragli a voci inglesi che, per la loro diffusione, possono essere considerati internazionalismi. Ancor meno rappresentate sono le altre lingue, come l'arabo o lo spagnolo, proprie delle comunità che vivificano il quartiere di NoLo, soprattutto nella zona orientale versata verso via Padova. Questo dato apparirebbe conforme a quanto notato per il PL milanese considerato su più larga scala, nel quale l'italiano e, secondariamente, l'inglese risultano le lingue più rappresentate, seguite, con

una sorta di specializzazione merceologica, dal cinese (per negozi di elettronica, parrucchieri e ristoranti), dall'arabo (per macellerie e pizzerie), dallo spagnolo (per ristoranti e negozi di alimentari) e poi, in maniera più puntiforme, dal francese, dal tedesco, dal portoghese, dal bengalese, dal giapponese e dall'hindi, spesso in combinazione con i predominanti italiano e inglese (Calvi, 2015: 472 sgg.).

Qualora non si rinunci del tutto a nominare i capi di moda, l'italiano sembrerebbe la scelta più ovvia sia perché l'italiano è la lingua ospite sia perché esso si configura come lingua trans-comunitaria, ma non è da escludere che dall'impiego dell'italiano – nell'ambito della moda e per i consumatori di provenienza straniera – emani un certo prestigio. L'alta componente della imprenditorialità immigrata nel settore moda non ha un corrispettivo linguistico né in termini di frequenza né in quelli di prominenza, emergendo semmai, come abbiamo appena visto, nel paesaggio semiotico. A differenza che in altri settori merceologici e *in primis* in quello gastronomico, dove l'impiego delle lingue immigrate può farsi molto frequente, prominente e persino spavaldo (Calvi, 2017; Calvi, Uberti-Bona, 2020), in quello della moda si rinuncia a una differenziazione commerciale in termini culturali ed etnici e dunque anche linguistici.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Alfonzetti G. (2023), *Vuciata kitchen market. Il dialetto nel paesaggio linguistico siciliano*, Centro di studi filologici e linguistici siciliani, Palermo.
- Altissimi E. (2023), *Che colore è l'incarnato?*, Accademia della Crusca, Firenze:
<https://accademiadellacrusca.it/it/consulenza/che-colore-%C3%A8-lincarnato/27346>.
- Bagna C., Barni M. (2007), "The Italian Language in Global Public/Social Communication", in *Studi italiani di linguistica teorica e applicata*, XXXV, 3, pp. 529-553.
- Bagna C., Barni M., Vedovelli M. (2007), "Lingue immigrate in contatto con lo spazio linguistico italiano: il caso di Roma", in *Studi italiani di linguistica teorica e applicata*, XXXVI, 2, pp. 333-364.
- Barthes R. (1970), *Sistema della moda. La moda nei giornali femminili: un'analisi strutturale*, Einaudi, Torino [ed. orig.: Editions du Seuil, Paris 1967].
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Ben-Raphael E., Shohamy E., Muhammad Hasan Amara, Trumper-Hecht N. (2006), "Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 7-30.
- Bernini G., Guerini F., Iannaccaro G. (2021), *La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico. Ricerche e riflessioni*, Bergamo University Press, Bergamo.
- Bolocan Goldstein M., Caprarella L. (2002), "Moda e trasformazione della città", in Bucci (2002), pp. 256-269.
- Bovone L. (2007), "Le culture della moda a Milano", in Codeluppi, Ferraresi (2007), pp. 73-80.
- Brentari O. (1991 [1900]), *Le vie di Milano e l'origine dei loro nomi*, Arnaldo Forni Editore, [Sala Bolognese]; riproduzione anastatica dell'ed. G. Agnelli – Unione Cooperativa, Milano.

- Brunelli P. P. (2007), “Aspetti estetico-comunicativi della moda in vetrina”, in Codeluppi, Ferraresi (2007), pp. 99-115.
- Bucci A. (a cura di) (2002), *Moda a Milano. Stile e impresa nella città che cambia*, Abitare Segesta, Milano.
- Calefato P. (2016), *Paesaggi di moda. Corpo rivestito e flussi culturali*, Lupetti, Milano.
- Calvi M. V. (2015), “Orizzonti multiculturali nel paesaggio linguistico milanese”, in Ead., Perassi (2015), pp. 467-475.
- Calvi M. V. (2017), “Cibo e identità nel paesaggio linguistico milanese”, in Bajini I., Calvi M. V., Garzone G., Sergio G. (a cura di), *Parole per mangiare: discorsi e culture del cibo*, LED, Milano, pp. 215-237.
- Calvi M. V., Perassi E. (a cura di) (2015), *Milano Città delle culture*, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma.
- Calvi M. V., Uberti-Bona M. (2020), “Negotiating Languages, Identities and Space in Hispanic Linguistic Landscape in Milan”, in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 41, 1, pp. 25-44.
- Cenoz J., Gorter D. (2006), “Linguistic Landscape and Minority Languages”, in Gorter D. (ed.), *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon-Buffalo-Toronto, pp. 67-80.
- Codeluppi V. (2021), *Vetrinizzazione. Individui e società in scena*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Codeluppi V., Ferraresi M. (a cura di) (2007), *La moda e la città*, Carocci, Roma.
- Coluzzi P. (2009), “The Italian linguistic landscape: the cases of Milan and Udine”, in *International Journal of Multilingualism*, VI, 3, pp. 298-312.
- D’Achille P., Grossmann M. (2023), “Storia dei termini di colore italiani nell’area ROSA”, in *Globe: A Journal of Language, Culture and Communication*, 17, pp. 12-20.
- Desoutter C., Gottardo M. (2016), “Il paesaggio linguistico delle Chinatown di Milano e Parigi: non solo i cinesi scrivono in cinese”, in *Mondi migranti*, 2, pp. 203-222.
- Fabris G. (2002), *Milano e la moda*, in Bucci (2002), pp. 216-220.
- Ferrari J. (2020), “Migratismi di moda”, in *Lingue culture mediazioni / Languages Cultures Mediation*, VII, 2, pp. 91-111:
<https://www.ledonline.it/index.php/LCM-Journal/article/view/2161>.
- Galimberti B., Orsini M. (2019), “Strategie di esclusione urbana a Milano: spazi pubblici autoreferenziali”, in *Annali d’italianistica*, 37, pp. 289-320.
- Garvin R. T. (2010), “Responses to the linguistic landscape in Memphis, Tennessee: An urban space in transition”, in Shohamy E. G., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.), *Linguistic landscape in the city*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 252-271.
- Gorter D. (2021), “Prefazione”, in Bellinzona (2021), pp. 11-23.
- Gorter D., Cenoz J. (2023), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Multilingual Matters, Bristol.
- GRADIT = *Grande dizionario italiano dell’uso*, 8 voll., ideato e diretto da Tullio De Mauro, UTET, Torino, 2000-2007.
- Huebner T. (2009), “A Framework for the Linguistic Analysis of Linguistic Landscape”, in Shohamy E., Gorter D. (eds.), pp. 70-87.
- Jaworski A., Thurlow C. (eds.) (2010), *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*, Continuum, London-New York.
- Kelly-Holmes H. (2005), *Advertising as multilingual communication*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Kuruvilla G. (2012), *Milano, fin qui tutto bene*, Laterza, Roma-Bari.
- Landry R., Bourhis R. (1997), “Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study”, in *Journal of Language and Social Psychology*, 16, pp. 23-49.

- Lauta G. (2006), *I ragazzi di via Monte Napoleone. Il linguaggio giovanile negli anni Cinquanta nei reportages e nei romanzi di Renzo Barbieri*, FrancoAngeli, Milano.
- Linguistic Landscape: An International Journal*. 2015: <https://benjamins.com/catalog/ll>.
- Malinowski D. (2009), “Authorship in the linguistic landscape: A multimodal-performative view”, in Shohamy E., Gorter D. (eds.), pp. 107-125.
- Masciariello A. (2016), “Milano, un set per gli stilisti. Il quadrilatero della moda e l’immagine del prêt-à-porter degli anni ottanta”, in Vaccari A. (a cura di), *Moda, città e immaginari*, Mimesis, Milano, pp. 238-249.
- Merida R. (2024), “Il commento linguistico nei giornali italiani di primo Ottocento”, in Merida R., Ruggiano F., Schwarze S. (a cura di), *Tradizioni del discorso sulla lingua nella stampa periodica italiana dal Settecento a oggi*, Peter Lang, Berlin, pp. 121-133.
- Migliorini P. (1997), *Le vie di Milano. Passeggiata illustrata per le 4300 strade della città*, La Vita Felice, Milano.
- Milani T. M. (2014), “Sexed Signs – Queering the Scenery”, in *International Journal of the Sociology of Language*, 228, pp. 201-225.
- Morgana S. (2010), “Milano, italiano di”, in Simone R. (dir.), *Enciclopedia dell’italiano*, vol. I, Istituto della Enciclopedia Italiana, Roma, pp. 885-888: [https://www.treccani.it/enciclopedia/italiano-di-milano_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/italiano-di-milano_(Enciclopedia-dell'Italiano)/).
- Morgana S. (2012), *Storia linguistica di Milano*, Carocci, Roma.
- Morone A. (2007), “Gli spazi della moda: dal negozio-vetrina ai concept book”, in Codeluppi, Ferraresi (2007), pp. 51-72.
- Morone A., Filippini A. (2007), “Il linguaggio della moda nella città ‘comunicativa’”, in Codeluppi, Ferraresi (2007), pp. 217-244.
- NoLo (2021), *NoLo. Milano*, Gedi, Roma (Pubblicazione in abbinamento al quotidiano *La Repubblica*).
- Nove A. (2010⁷ [2004]), *Milano non è Milano*, Laterza, Roma-Bari.
- Pennycook A. (2019), “Linguistic Landscapes and Semiotic Assemblages”, in Pütz M., Mundt N. (eds.), *Expanding the Linguistic Landscape. Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*, Blue Ridge Summit – Multilingual Matters, Bristol, pp. 75-88.
- Radice V. (2002), “Il ‘quadrilatero a Milano’: uno sguardo da Londra”, in Bucci (2002): 163-166.
- Sergio G. (2015a), “Dal *marabù* al *bodysuit*. «Vogue Italia» e la lingua della moda”, in *Memoria e Ricerca*, 50, pp. 97-114.
- Sergio G. (2015b), “Milano, città alla moda. Un itinerario dal XIII al XVIII secolo”, in Calvi, Perassi (2015), pp. 183-192.
- Sergio G. (2016a), “Italianismi di moda nelle lingue del mondo”, in D’Achille P., Patota G. (a cura di), *L’italiano e la creatività: marchi e costumi, moda e design*, Accademia della Crusca, Firenze, pp. 55-68.
- Sergio G. (2016b), “Le parole della moda”, in Biffi M., Cartago G., Sergio G., *Arte, design e moda: il mondo parla italiano*, Gruppo Editoriale L’Espresso, Roma, pp. 73-102.
- Sergio G. (2016c), “La lingua della pubblicità”, in Bonomi I., Morgana S. (a cura di), *La lingua italiana e i mass media*, Carocci, Roma, pp. 291-331, con un’appendice online di testi commentati, pp. 65-81.
- Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, New York.
- Spolsky B., Cooper R. L. (1991), *The Languages of Jerusalem*, Clarendon, Oxford.

- Trifone P. (2012), “Le città, capitali della varietà linguistica”, in Marazzini C. (a cura di), *Italia dei territori e Italia del futuro. Varietà e mutamento nello spazio linguistico italiano*, Le Lettere, Firenze, pp. 151-176.
- Trifone P. (a cura di) (2014), *Città italiane, storie di lingue e culture*, Carocci, Roma.
- Uberti-Bona M. (2016), “Esempi di eteroglossia nel paesaggio linguistico milanese”, in *Lingue Culture Mediazioni / Languages Cultures Mediation*, III, 1, pp. 151-166.
- Uberti-Bona M. (2021), “Il progetto *Paesaggi e Lingua*: criteri, applicazioni e sfide nello studio del Paesaggio Linguistico”, in *Italiano LinguaDue*, XIII, 1, pp. 537-561: <https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15899>.
- Vedovelli M., Barni M. (2014), “Nuovi panorami linguistici urbani, lingue immigrate, nuovi processi di italianizzazione”, in Banfi E., Maraschio N. (a cura di), *Città d'Italia. Dinamiche linguistiche postunitarie*, Atti del convegno per i 50 anni della *Storia linguistica dell'Italia unita* di Tullio De Mauro, Firenze, 18-19 aprile 2013, Accademia della Crusca, Firenze, pp. 193-208.
- Vettorel P., Franceschi V. (2013), “English and Lexical Inventiveness in the Italian Linguistic Landscape”, in *English Text Construction*, 6, 2, pp. 238-270.
- Zarantonello L. (2007), “L’analisi quantitativa delle vetrine”, in Codeluppi, Ferraresi (2007), pp. 133-146.
- Zingarelli 2024 = *Lo Zingarelli 2024. Vocabolario della lingua italiana*, a cura di Cannella M., Lazzarini B., Zaninello A., Zanichelli, Bologna.
- Zotero (2021), *Linguistic Landscape Bibliography*: https://www.zotero.org/groups/216092/linguistic_landscape_bibliography.

IL BANCO DELLE LINGUE: IL PAESAGGIO LINGUISTICO DEL MERCATO DI S. LORENZO (FI) COME SPECCHIO DI UNA CITTÀ-MUSEO

Lorenzo Cambi¹

1. INTRODUZIONE

Gli studi sul paesaggio linguistico (PL), convenzionalmente, ma in parte impropriamente, fatti iniziare con la definizione di *linguistic landscape* data da Landry, Bourhis (1997)² e sviluppatasi prima prediligendo un approccio quantitativo/distributivo (Gorter, 2006; Backhaus, 2007), poi qualitativo/etnografico (Jaworski, Thurlow, 2010; Blommaert, 2013; Blommaert, Maly, 2015), per arrivare a quello che potremmo definire un metodo misto (Malinowski, Tufi, 2020)³, hanno sempre cercato, tramite l'analisi della lingua scritta – ma non solo⁴ – presente nello spazio pubblico, di comprendere la realtà sociolinguistica di una determinata area geografica o di un luogo specifico.

Agli albori degli studi sul paesaggio linguistico, le zone interessate dalle ricerche erano prevalentemente caratterizzate da una situazione sociolinguistica quantomeno di bilinguismo, ufficiale o non (per es. Canada, Paesi Baschi, Israele), zone di contatto, e quindi di conflitto linguistico (Nelde, 1987); tuttavia, con il progredire degli studi, e con l'introduzione del concetto sociologico di *superdiversity* da parte dell'antropologo Vertovec (2007)⁵, si sono moltiplicate le ricerche su vie, quartieri e intere città anche in paesi “monolingui”.

In questo filone si inseriscono gli studi sul paesaggio linguistico condotti in Italia⁶. Le indagini che hanno interessato la Penisola si sono per lo più incentrate sullo spazio rappresentativo riservato alle lingue immigrate, specialmente all'interno di quei quartieri

¹ Università degli Studi di Firenze.

² Si dice in parte impropriamente perché è sufficiente leggere il contributo per rendersi conto di come studi sul PL fossero iniziati già da almeno due decenni; nello stesso testo del 1997, infatti, si trovano dei riferimenti bibliografici a ricerche che avevano trattato lo stesso argomento: Verdoot (1979), Corbeil (1980), Monnier (1986; 1989). Altri studi antecedenti al 1997 sono quelli condotti in Israele, tra cui si cita Rosebaum *et al.* (1977) e Spolsky, Cooper (1991); dello stesso anno della ricerca di Landry e Bourhis è il lavoro di Solé, Romani (1997), nel quale è presente il sintagma *païsatge lingüístic* (la lingua della pubblicazione è il catalano).

³ Come affermato in Gorter, Cenoz (2024), è però improprio parlare di fasi, con svolte e cambiamenti radicali. Questo principalmente perché in nessun momento un tipo di approccio ha soppiantato *in toto* quello precedente e perché i temi dibattuti sono pressoché gli stessi dalle origini fino ai giorni d'oggi.

⁴ Rispetto alla prima definizione «public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings» (Landry, Bourhis, 1997: 25), si è avuto un progressivo allargamento del repertorio di segni considerati parte del PL, fino ad arrivare a includere anche testimonianze non scritte: da qui, per esempio, gli studi sul *soundscape* e sullo *smellscape*.

⁵ Cfr. Vertovec (2007: 1025): «it is not enough to see diversity only in terms of ethnicity, [...] differential immigration statuses and their concomitant entitlements and restrictions of rights, divergent labour market experiences, discrete gender and age profiles, patterns of spatial distribution, and mixed local area responses by service providers and residents. [...] The interplay of these factors is what is meant here [...] by the notion of 'super-diversity'». Il concetto di *superdiversity* viene ripreso e approfondito in Vertovec (2023).

⁶ Per un resoconto di questi si rimanda al volume *Linguistic Landscape* di Bellinzona (2021).

che potremmo definire *superdiversi*, cioè, interessati da fenomeni migratori complessi e stratificati nel tempo: si vedano, tra i vari, i lavori di Barni, Bagna (2010), di Calvi (2018a) sulla città di Milano, di Minuz, Forconi (2018) sul quartiere Bolognina (BO)⁷ e di Mariottini, Oricchio (2021) su Roma. Tuttavia, questo non è stato l'unico tema preso in considerazione; infatti, si è sviluppato anche un filone di ricerca sulla presenza dei dialetti nel PL⁸: dove compaiono? Con quale funzione? Come si possono interpretare gli usi del dialetto nel paesaggio linguistico in relazione alla loro vitalità?

L'Italia, come sappiamo, è un paese considerato monolingue – con alcune eccezioni e con tutte le controversie che questa etichetta porta con sé –, tuttavia, a causa dei flussi migratori che si sono susseguiti nel tempo e dei fenomeni sociali, prevalentemente legati al turismo, che stanno interessando le principali città della Penisola, i paesaggi linguistici sono tutt'altro che monolingui. Sempre più frequentemente si incontrano quartieri nei quali la presenza di comunità immigrate risulta particolarmente evidente, e questa evidenza è spesso testimoniata proprio dal PL.

In questo contesto si inserisce il presente contributo, che intende indagare il paesaggio linguistico del mercato centrale di Firenze (S. Lorenzo). Si è scelto questo luogo come sito di indagine non solo per la sua collocazione geografica – si trova in una delle aree del centro città più interessate nel tempo da vari flussi migratori – ma anche per ciò che un mercato rappresenta per un contesto urbano; infatti, come sostenuto da Landry e Wood (2008: 148):

...the market [...] is central to any understanding of intercultural exchange. [...] the urge to seek profit and novelty through trade is the primary motivation for people of different ethnicities to seek each other out and establish meaningful contact.

Pertanto, si è ritenuto che il mercato, con il suo PL, potesse essere un luogo di indagine perfetto per comprendere le dinamiche sociali che stanno interessando il capoluogo toscano; infatti, altro aspetto da tenere in considerazione è l'importanza che il cibo sta ricoprendo negli ultimi anni nell'ambito del turismo.

Il contributo si strutturerà come di seguito: una riflessione sugli approcci e sulle metodologie adottati; una contestualizzazione geografica e sociale del mercato, accompagnata da una panoramica sui cambiamenti sociodemografici che stanno interessando l'intera città; l'analisi dei dati raccolti; una riflessione più specifica sulle scelte linguistiche tenendo in considerazione il concetto sociolinguistico di scala (Blommaert, 2010 e Vandenbroucke, 2015); le conclusioni, cioè quali tendenze si sono riscontrate e quali potrebbero essere ulteriori sviluppi per la ricerca.

2. METODOLOGIA

Come accennato in precedenza, negli studi sul paesaggio linguistico si sono susseguite varie tipologie di approccio. In un primo momento si sono realizzati studi prevalentemente quantitativi: si raccoglievano più testimonianze possibili del PL di un determinato luogo e, tramite dati numerici, si traevano delle conclusioni sullo spazio rappresentativo riservato alle varie lingue. All'interno di questo filone, particolare

⁷ Questi ultimi due contributi fanno parte di un volume interamente dedicato al *Paesaggio Linguistico della Migrazione* a cura di Ariolfo, Mariottini (2018).

⁸ Tra gli altri, si vedano Bernini, Guerini, Iannàccaro (2021) e Alfonzetti (2023).

importanza era riservata al confronto tra ciò che avveniva nei segni pubblici/istituzionali (*top-down*) e ciò che invece accadeva in quelli privati (*bottom-up*).

Col progredire delle ricerche, ci si è resi conto di come una descrizione prettamente quantitativa non fosse sufficiente per comprendere a pieno la situazione (socio)linguistica di una determinata area e, anche per via del complicarsi delle dinamiche sociodemografiche, si è diffuso un metodo prevalentemente qualitativo/etnografico: si raccolgono meno testimonianze ma si indagano anche i contesti di produzione e ricezione del PL. Di pari passo col cambio di metodologia⁹, in alcuni casi si modifica anche il tipo di approccio allo studio dei segni: se in principio questi venivano studiati prevalentemente in relazione al loro contenuto multilingue, o non-multilingue, adesso si analizzano per lo più da un punto di vista generalmente semiotico (da qui il *Semiotic Landscape* di Jaworski, Thurlow, 2010).

Giungendo alle ricerche più recenti, la preferenza è quella di applicare una metodologia mista: si comincia con una raccolta la più ampia possibile di dati e in seguito, tramite inchieste etnografiche e/o questionari, si investigano quali sono le cause e gli effetti di un determinato paesaggio linguistico.

Particolarmente interessante risulta la proposta metodologica avanzata da Gorter (2021) e applicata in Gorter, Cenoz, van der Worp (2022) proprio per lo studio di un mercato (quello di S. Martín, nella città di Donostia-San Sebastián). Il modello proposto, *Multilingual inequalities in public spaces* (MIPS), prevede l'indagine di cinque componenti: in via preliminare, le politiche linguistiche dell'area (1) e il processo di produzione dei segni (2); in secondo luogo, l'uso delle lingue nello spazio urbano, quindi il PL così come appare (3); in conclusione, ciò che le persone leggono, quindi ciò che notano (4), e le loro eventuali reazioni (5) (Gorter, 2021: 9). In questo quadro, importanti risultano le inchieste finali sulla percezione del pubblico¹⁰, poiché questa può influenzare la futura progettazione e creazione del PL stesso. Infatti, il modello suggerito è circolare: le percezioni e le reazioni al paesaggio linguistico possono influenzare le politiche linguistiche e il conseguente processo di costruzione del PL, e così via.

Perciò si è scelto questo modello di analisi per lo studio del paesaggio linguistico del mercato di S. Lorenzo e di come questo testimoni i cambiamenti sociali che sono avvenuti e che stanno avvenendo in città; tuttavia, è bene specificare che nel presente contributo la componente etnografica necessita di essere approfondita.

Per l'analisi del PL del mercato, si sono indagate le eventuali politiche linguistiche adottate a Firenze e si sono raccolte le testimonianze fotografiche di tutti i segni presenti nella struttura¹¹. Come criterio di raccolta si è scelto di fotografare tutti quei segni che risultassero leggibili dai corridoi del mercato, escludendo quelli comprensibili solo entrando nelle botteghe. Inoltre, sono stati esclusi nomi e marche presenti sulle confezioni dei prodotti in esposizione, poiché le scelte linguistiche in tale sede non sono strettamente riconducibili alla volontà di alcun frequentatore del mercato.

La catalogazione delle foto è avvenuta tramite l'applicazione per dispositivi mobili *Lingscape*¹². In merito, è risultata complessa la definizione di un criterio per organizzare le fotografie scattate e identificare ciò che costituisce un "segno". La questione è stata, ed è, una delle più dibattute nella comunità scientifica in merito agli studi sul paesaggio linguistico e la definizione ad aver ottenuto più consensi è quella data da Backhaus (2006: 55) «A sign was considered to be any piece of written text within a spatially definable frame». Tuttavia, se avessimo seguito strettamente questo criterio, avremmo ottenuto

⁹ Per una panoramica sulla questione metodologica, cfr. Barni, Bagna (2015) e Gorter, Cenoz (2024).

¹⁰ Per esempio, quelle condotte da Ariolfo (2017) in merito al PL in spagnolo di tre quartieri genovesi.

¹¹ La raccolta fotografica è stata svolta dal 17/10/2022 al 15/11/2022.

¹² <https://lingscape.uni.lu/>.

un'esplosione di dati, rendendo l'analisi più complessa senza apportare alcun beneficio evidente (si pensi a quante etichette possono comparire in un mercato). Per questo motivo, si è scelto come criterio quello di raggruppare sotto un unico “segno” tutte quelle testimonianze che, comparando in modo chiaro in un'unica foto, presentassero le stesse caratteristiche: in primo luogo, linguistiche, cioè lo stesso numero di lingue, gli stessi alfabeti e lo stesso rapporto di traduzione, e tipologiche¹³, cioè che avessero la stessa funzione; in secondo luogo, materiali, cioè se fossero scritte a mano, stampate, ecc.; infine, quelle “legali”, se fossero cioè autorizzate o trasgressive.

Figura 1. *Questa foto è stata catalogata come un unico segno, presentando tutti i cartellini le stesse caratteristiche*



La selezione di questo criterio si è fatta anche in funzione di quella che si è designata come unità di analisi per trarre delle conclusioni di tipo quantitativo; infatti, seguendo il modello proposto dapprima in Gorter (2006) e poi riproposto in veste ampliata in Calvi (2018a), si è optato per analizzare i dati del PL raggruppandoli in base al supposto autore¹⁴, cioè, sostanzialmente, in base ai vari banchi del mercato. Si è fatta questa scelta perché si ritiene che gli usi linguistici dei vari “attori” del paesaggio linguistico siano da considerare, e acquistino significato, nel loro insieme: è dalle scelte complessive che si può capire più chiaramente a chi questi attori si intendano rivolgere e come.

3. IL MERCATO DI S. LORENZO

3.1. *Il mercato tra storia e presente*

Il mercato di S. Lorenzo, inaugurato nel 1874, rientrò nelle opere di ammodernamento urbano e riqualificazione che interessarono Firenze a seguito della nomina a capitale del Regno d'Italia. La struttura riprende il modello delle Halles parigine e si presenta in maniera analoga a molti edifici che ricoprono la stessa funzione in varie città europee (Panattoni, 2021). L'edificio, che sorge al posto di quelli che furono i Camaldoli di S. Lorenzo, cioè uno dei quartieri più popolari e degradati della città, è situato in pieno centro

¹³ Sono state riscontrate queste tipologie di segni: cartellini dei prodotti, menù esposti, insegne dei negozi, indicazioni interne al mercato, divieti e in generale segni normativi, targhe commemorative, sticker e graffiti, cartelli provvisori, poster di eventi/associazioni culturali e religiose.

¹⁴ Per autore non si intende necessariamente chi ha prodotto il segno, ma piuttosto chi ha scelto di esporlo.

cittadino. Amministrativamente la zona del mercato fa parte del Q1 del municipio di Firenze, tuttavia, costituendo solo una parte di questo – il Q1 comprende l'intero centro storico –, non sono reperibili dati sociodemografici specifici.

Dopo vari cambiamenti intercorsi negli anni, attualmente il mercato è suddiviso in due piani gestiti separatamente: al piano terra si trova il mercato tradizionale, nel quale si vendono carne, frutta e verdura, pesce, ecc., con l'aggiunta di alcune attività dedite alla preparazione di piatti pronti (su tutti, il tipico lampredotto); il primo piano, invece, è dedicato alla ristorazione, con due sole eccezioni costituite da una scuola di cucina e da un piccolo market di prodotti italiani. A livello organizzativo, il piano terra è gestito da un consorzio¹⁵ che raggruppa un buon numero degli esercenti presenti, con i restanti che si gestiscono autonomamente; il piano superiore invece è interamente coordinato da una sola S.r.l.¹⁶.

Questa organizzazione degli spazi del mercato di S. Lorenzo si ha dall'anno 2014, cioè da quando il comune di Firenze ha affidato alla società *Mercato Centrale* la gestione del piano superiore. L'intento dell'amministrazione locale era quello di riqualificare la struttura e renderla nuovamente attrattiva, tuttavia il progetto faceva presagire una spaccatura tra i due piani del mercato – poi avvenuta –, confinando il piano terra a uno «spazio pubblico di resistenza» e rendendo il piano superiore uno degli ennesimi fattori che indirizzano la città verso una funzione turistica (Loda, 2013).

3.2. *Il contesto cittadino*

Proprio in merito alla riconversione delle attività cittadine a una funzione prevalentemente turistica, è opportuna una riflessione su quali cambiamenti sociali stiano avvenendo nel centro di Firenze, poiché questi influenzano, più o meno direttamente, anche il mercato. Nel corso degli ultimi decenni, il centro storico ha subito un progressivo calo del numero di residenti e una rifunzionalizzazione delle abitazioni per la ricezione dei visitatori (*airbnbization*); da ciò è derivato un cambiamento delle attività commerciali presenti nella zona che, dapprima incentrate sulla soddisfazione dei bisogni dei residenti, adesso si concentrano sui servizi da offrire ai turisti. Tutto l'insieme di questi processi è stato definito con il concetto di *touristification*, il quale non riguarda esclusivamente Firenze, ma che qui ha trovato terreno fertile anche per un'analisi con la prospettiva della *foodification* (Loda, Bonati, Puttilli, 2020 e RGI, CXXIX, fasc. 4, 2022), cioè considerando i processi che stanno convertendo gli spazi di molte città in luoghi dedicati alla ristorazione.

Ciò risulta particolarmente interessante nello studio del PL del mercato perché ha evidenziato un altro aspetto di questo fenomeno, stavolta tipico del capoluogo toscano, per il quale è stato coniato il termine di *meatification* (Puttilli, Bonati, Portinaro, 2020); con questo concetto si intende rappresentare la sovrabbondante presenza nello spazio semiotico urbano della bistecca alla fiorentina, ormai ostentata in gran parte delle vetrine dei ristoranti. Ciò ha un riflesso nella storia del mercato e nella costruzione dell'idea di luogo di resistenza culturale; infatti, le macellerie, oltre a essere le attività più presenti all'interno del mercato, sono anche collocate in contesti particolarmente rilevanti (per esempio, nella “piazza centrale” del mercato, tre dei quattro banchi presenti sono macellerie).

Il mercato quindi, sia per la sua funzione di luogo incentrato sull'enogastronomia, sia per la sua collocazione geografica, si trova a essere, allo stesso tempo, vittima e promotore

¹⁵ <http://www.storicomercatocentrale.it/>.

¹⁶ <https://www.mercatocentrale.it/firenze/>.

dei cambiamenti sociali che stanno interessando la città, e di conseguenza si presenta come un testimone perfetto per un'analisi su ciò che sta avvenendo nell'intero centro storico.

3.2.1. *Le politiche linguistiche in città*

In merito alle politiche linguistiche della città, per ciò che riguarda la normativa sulle insegne, troviamo un articolo del *Regolamento sulle esposizioni pubblicitarie*¹⁷ – aggiornato al 20/03/2023 – che riporta quanto segue:

Nelle insegne sono ammesse scritte in lingua straniera, purché affiancate dalla traduzione in italiano. Fanno eccezione i vocaboli stranieri di uso corrente. Le dimensioni del testo straniero non dovranno essere più grandi della traduzione italiana. (art. 22, comma 7)

Di questa legge, simile a quella del comune di Prato¹⁸, sarebbe interessante valutarne gli effetti e le eventuali incongruenze (per esempio, quanto è di «uso corrente» il nome *hair stylist* che ha ormai quasi sostituito il più tradizionale, e forse meno modaiolo, *parrucchiere*?). Nello specifico contesto del mercato, sembra che questa legge venga rispettata, più o meno consapevolmente, con l'unica eccezione dell'insegna della *Bodega Peruana* (Figura 2), sicuramente intellegibile da un italofono ma altrettanto sicuramente non parte dell'uso corrente, ammesso che sia chiaro che cosa si intenda.

Figura 2. L'insegna/bandiera della "Bodega"



4. RISULTATI

Dalle 2.092 foto scattate, delle quali 1.735 del piano terra e 357 del primo piano, sono risultati 2.474 “segni” sull'applicazione *Lingscape*, così distribuiti: 2.115 per il pianterreno e 359 per quello superiore. Considerando che le superfici dei due piani sono pressoché identiche, risalta la diversa densità semiotica dei due spazi.

¹⁷ https://servizi.comune.fi.it/sites/www.comune.fi.it/files/regolamento_sulle_esposizioni_pubblicitarie.pdf.

¹⁸ Dove le insegne «devono essere in lingua italiana e possono avere la corrispondente traduzione in lingua straniera» (*Regolamento per il commercio nella Città di Prato: attività di vendita in sede fissa*, art. 32, punto 3), come riportato in Barni, Bagna (2010).

Questa riflessione richiama, in parte, la distinzione fatta da Trinch, Snajdr (2017) tra segni *Old School Vernacular* e *Distinction-making*; si dice in parte per due motivi: il primo è che i due studiosi si riferivano a segni presi nella loro singolarità, il secondo, invece, è che lo studio si riferisce alla realtà di Brooklyn, quindi culturalmente distante dall'Italia. Nonostante ciò, rilevante rimane la distinzione tra una segnaletica più semioticamente ricca, più “democratica” (*Old School Vernacular*, nel nostro caso rappresentata dal piano terra del mercato), e una che mira all'essenzialità, più elitaria, tipica di ambienti riqualificati e/o di tendenza (*Distinction-making*, nel nostro caso testimoniata dal primo piano).

4.1. Considerazioni generali

Facendo delle considerazioni generali: sebbene il mercato si presenti come uno spazio dinamico, in cui le attività cambiano piuttosto in fretta, e sebbene sia di per sé un contesto in cui alcuni segni tendono a cambiare molto rapidamente, dimostra una certa uniformità per quanto riguarda le scelte degli “attori” del PL.

All'interno del mercato non è difficile riscontrare delle tendenze piuttosto fisse nell'analisi delle unità, cioè dei banchi del mercato. Le principali di cui parleremo sono:

- l'uso dell'italiano e del dialetto;
- la presenza di lingue di comunità di “nuovo” insediamento nel quartiere;
- gli usi “turistici” di alcune lingue, su tutte inglese e lingue asiatiche.

Prima di parlare dei casi specifici è bene specificare che le scelte dei vari attori non sono mai neutre, poiché il paesaggio linguistico non è uno spazio neutrale, ma piuttosto un'arena per la negoziazione e l'affermazione di sé, oltre che uno spazio per la manifestazione del potere. Particolarmente interessante in merito è l'approccio sociologico presente in Ben-Rafael *et al.* (2006) e Ben-Rafael (2009), il quale suggerisce che le scelte che stanno dietro alla creazione del PL sono motivate da quattro principi: la presentazione di sé, come bisogno dell'individuo di affermare la propria identità e la propria unicità; la prospettiva delle “buone ragioni”, cioè quale codice conviene scegliere in base al potenziale pubblico; il fatto che i segni sono marcatori di identità collettiva, quindi si possono esporre particolari segni per generare un sentimento comunitario in un determinato gruppo (per es. la scritta *La ciccía d'un tempo* presente nelle etichette di una macelleria, oppure le bandiere sudamericane esposte nella *Bodega Peruana*); infine, il fatto che all'interno del PL, in quanto componente dello spazio sociale, vi sono delle relazioni di potere da rispettare o contrastare (per es. al primo piano, nonostante una sostanziale autonomia dei singoli esercenti, alcune illustrazioni fanno parte di un piano unitario “imposto” dall'alto, dal gestore).

4.2. L'italiano e il dialetto nel paesaggio linguistico del mercato¹⁹

È opportuno aprire questa sezione sull'uso dell'italiano specificando che, ovviamente, all'interno del mercato questa è la lingua nettamente più utilizzata, sia perché è la lingua ufficiale della nazione, sia perché è usata come lingua franca anche tra le varie comunità immigrate. Tuttavia, non in tutti i banchi all'italiano è riservato lo stesso trattamento: ve ne sono alcuni che lo eleggono come unico codice, senza alternative (con l'eccezione di

¹⁹ Le analisi e gli esempi si riferiranno al piano inferiore della struttura, finora analizzato più approfonditamente. Inoltre, il piano terra è quello linguisticamente più diverso (19 lingue, contro le 6 del primo piano).

alcune forme in dialetto); altri che, partendo da questo, lo traducono cercando nuovi clienti; vi sono altri banchi ancora che ricorrono sistematicamente all'italiano, però come lingua "straniera", avendo cioè come L1 un altro codice (e ciò si identifica piuttosto chiaramente dagli errori di ortografia); infine, vi sono le attività in cui l'italiano è confinato ai nomi dei prodotti, più o meno intraducibili, nelle quali a prevalere è la lingua inglese.

Per quanto riguarda il primo caso, cioè quello dell'uso esclusivo dell'italiano, a optare per questa scelta sono quelle attività che si rivolgono principalmente a un pubblico residente; ci stiamo riferendo alle macellerie, alle pescherie, agli ortofrutta, agli alimentari, ai rivenditori di prodotti da forno, ecc. Con l'eccezione del latino per il nome delle specie ittiche nelle pescherie, obbligatorio per legge, questi banchi presentano una cartellonistica compattamente italiana. L'allontanamento più netto dallo standard si ha per la presenza di numerosi geosinonimi e per via di eventuali usi dialettali.

Nel secondo dei casi, invece, in cui si parte chiaramente dall'italiano e si arriva a una segnaletica spiccatamente multilingue, è evidente che l'intento sia quello di raggiungere un pubblico il più ampio possibile e per fare questo si ricorre a varie lingue, su tutte l'inglese, la seconda lingua più presente nel mercato, seguita da alcune lingue asiatiche²⁰, tra cui il coreano (36 segni), il giapponese (34) e, stranamente terza per numero di attestazioni, il cinese mandarino (26).

Terzo e quarto caso, invece, si riferiscono rispettivamente: alle attività gestite da proprietari stranieri, i quali chiaramente partono dalla loro lingua di origine e poi traducono in italiano (è questo il caso, ancora, della *Bodega*, ma non della *Macelleria Islamica*, per esempio); a quei banchi che invece dimostrano un'attenzione rivolta quasi in modo esclusivo al turista, utilizzando l'italianità, anche linguistica, esclusivamente come attrattiva commerciale.

4.2.1. *E il dialetto?*

Codice che merita attenzione all'interno del mercato è il dialetto, specialmente quello fiorentino. Come detto precedentemente, lo studio sugli usi dialettali nel PL è stato uno dei due filoni principali della ricerca in Italia; dai vari studi realizzati in diversi contesti della Penisola²¹ è emerso in modo chiaro come il dialetto nel paesaggio linguistico non svolga mai una funzione informativa, ma piuttosto ne assume una simbolica. Nei segni in dialetto, spesso, non è tanto importante il contenuto semantico della parola, ma proprio il fatto che questa sia scritta in questa specifica varietà. Questo codice nel contesto sociale contemporaneo, e specialmente in quello turistico, porta con sé i valori di tradizione, autenticità, vicinanza; in modo particolare nel settore dell'enogastronomia, il dialetto sta assumendo un ruolo via via crescente, quantomeno a livello di numero di attestazioni²².

All'interno del paesaggio linguistico del mercato, gli usi del dialetto sono di vario tipo, tenendo ovviamente sempre in considerazione la particolare situazione sociolinguistica di Firenze, città nella quale dialetto e italiano standard non sono percepiti come due codici nettamente contrapposti:

- usi consapevolmente dialettali, come le insegne *i' cicciaio* 'il macellaio', *i' pesciaio* 'il pescivendolo', *i' panaio* 'il panettiere';

²⁰ La terza lingua del mercato sarebbe lo spagnolo (58 segni), tuttavia analizzando il PL per unità si scopre che 41 dei 58 segni in lingua spagnola compaiono nei due banchi della *Bodega peruana*.

²¹ Nel solo volume a cura di Bernini, Guerini e Iannàccaro (2021) si spazia da Sicilia a Salento, da Sardegna a Toscana, da Liguria a Lombardia.

²² Se a questo livello superficiale poi corrisponda una ripresa più "profonda", nell'uso effettivo, è una questione complessa. Sul fenomeno delle "risorgenze" dialettali cfr. Berruto (2006).

- usi totalmente inconsapevoli, come per esempio l’agg. *nostrale*, frequentissimo nei banchi del mercato e mai presente nella sua veste “italiana” ‘nostrano’;
- infine, si hanno numerosi geosinonimi tipici dell’area toscano/fiorentina, come per esempio *diosperi/loti* ‘kaki’, *popone* ‘melone’, i tagli di carne *scamerita*, *scannello*, *lucertolo*, ecc.

Particolarmente interessanti sono i segni del primo gruppo (Figura 3), nei quali il dialetto è consapevolmente utilizzato in alternativa a una possibile e conosciuta forma italiana. Le attività commerciali che ricorrono a questa tipologia di insegne sono quelle che incentrano le loro vendite sui compratori stabili, residenti, e pertanto si ritiene che in questi casi il dialetto venga usato come un vero e proprio *we code*, col fine di costruirsi una piccola rete sociale, ossia una clientela fissa, locale.

Figura 3. Un caso di uso marcato del dialetto in un’insegna di una macelleria



Considerato il contesto, si ritiene che i significati simbolici veicolati da questo tipo di insegne siano quelli della *località*, della *tradizione* e, soprattutto, della *fiducia*; l’*autenticità* è già trasmessa dalla collocazione “geografica” dell’attività all’interno di un mercato centrale, ed eventualmente rinforzata dalle etichette dei prodotti con il ricorso, per esempio, all’aggettivo *nostrale*. In questi casi, ci sembra che il messaggio che si vuole veicolare sia “io sono un vero macellaio/pescivendolo/panettiere fiorentino, su di me puoi contare”. Nella fase in un cui sarà realizzata l’inchiesta etnografica più approfondita, ciò sarà uno dei temi da investigare con maggior attenzione.

4.3. Le lingue immigrate e il mercato

Come detto nella breve presentazione del mercato, questo si trova in un quartiere che nel tempo è stato interessato più volte dall’arrivo di nuove comunità immigrate, le quali lo hanno reso una delle zone più complesse della città dal punto di vista sociodemografico; ciò ha inevitabilmente influenzato anche il mercato stesso, con alcune attività che adesso sono gestite da appartenenti alle comunità “neo-arrivate”: così abbiamo due *Bodega Peruana*, un *Asian Market*, una macelleria islamica, un alimentari rumeno e altre attività gestite da persone immigrate, le quali però non sempre mostrano questa evidenza a livello di PL. Ovviamente queste persone portano con sé, come simboli culturali, oltre ai prodotti tipici dei loro luoghi di provenienza (Calvi, 2017), anche la propria lingua. È interessante, all’interno del mercato, osservare come le diverse comunità scelgano di ricorrere alla propria lingua madre: in che misura? In quali segni?

Si hanno comunità, come quella peruviana, che non si fanno alcun problema a esporre una cartellonistica totalmente bilingue, in questo caso italo-spagnola, o forse più propriamente ispano-italiana; ciò si può sicuramente spiegare con la vicinanza tra i due codici in oggetto, ma anche con l’accettazione tutto sommato non conflittuale di questa comunità all’interno del tessuto sociale fiorentino.

Un caso analogo è il piccolo alimentari rumeno, nel quale si ricorre tranquillamente alla lingua balcanica (Figura 4). Rispetto al caso precedente, si hanno molti più segni monolingui privi di traduzione in italiano (quasi tutti), e ciò, inevitabilmente, sembra implicare una chiusura maggiore rispetto alla comunità italiana e un intento piuttosto chiaro di funzionare da punto di riferimento per la comunità rumena locale.

Figura 4. Come si può vedere, i cartellini sono tutti in lingua rumena (nonostante il nome dei prodotti sulle confezioni sia già in questa lingua)



In altri casi, invece, sembra che vi sia una sorta di timore nel sottolineare la propria presenza come comunità, anche attraverso la lingua. È questo il caso dei due piccoli negozi di prodotti asiatici, nei quali eventuali lingue di appartenenza sono confinate esclusivamente, e inevitabilmente, alle confezioni dei prodotti in vendita, senza che vi sia alcun testo di produzione dei commercianti nella loro lingua madre.

Una riflessione particolare la merita la *Macelleria Islamica*. In questo esercizio tutte le scritte di carattere informativo/commerciale sono in italiano – in alcuni casi con interferenze²³ – e gli unici testi in arabo che compaiono, su poster appesi a lato della bottega, sono di carattere culturale-religioso. In merito si ritiene interessante citare il concetto di *enoughness* utilizzato da Blommaert, Variis (2015), poi ripreso da Calvi (2017):

Administering the right amount of specific semiotic features is at the core of authenticity: being an authentic someone requires orientations towards certain resources that index a particular desired identity, and [...] the dose of resources can be minimal, almost homeopathic. The dose can be small, but the only thing that is required is that it is *enough* (Blommaert, Variis, 2015: 10; corsivo nell'originale).

Evidentemente i proprietari della macelleria hanno pensato che, per sottolineare la propria appartenenza culturale, e quindi anche linguistica, oltre alla parola “islamica”

²³ La più frequente è un'interferenza tra l'italiano e la prassi scrittoria araba: la parola ‘fegato’ è scritta ripetutamente come *fegto*.

nell'insegna, fossero sufficienti i versetti del Corano, senza la necessità di esibire altri segni in lingua araba. Un altro aspetto che può aver influito è la non totalmente pacifica accettazione della comunità islamica da parte della società fiorentina, e più generale italiana, la quale può aver suscitato certa reticenza nell'espone la propria lingua madre.

4.3.1. *Il paesaggio linguistico silenzioso: come parlare di sé senza “dire” niente*

Un caso particolare del PL del mercato è quello di questa insegna (Figura 5):

Figura 5. *L'insegna del “civaiolo”*



Apparentemente, non cogliamo niente di particolarmente rilevante, se non che una parte è stata oscurata e che compare un dialettismo (*civaie* ‘legumi secchi e cereali’). Anche osservando i restanti segni del negozio, non si nota niente di anomalo e il PL si presenta compattamente in italiano. Tuttavia, consultando il sito del consorzio del mercato centrale²⁴, si scopre che questo negozio non appartiene più a tale Marcello:

Figura 6. *Schermata dal sito del consorzio “Storico Mercato Centrale” (22/06/2023)*



Alimentari Ital Bangla

Conoscevo il proprietario del mio attuale banco già da un po' di tempo e quando ho saputo che avrebbe dovuto abbandonare l'attività ho deciso di prenderla in gestione lo per continuare a tramandare la tradizione.

Come possiamo vedere (Figura 6), il nome dell'attività attualmente è *Alimentari Ital Bangla* e quel *bangla*, presente online ma non nello spazio fisico, è l'unica testimonianza dell'appartenenza culturale del nuovo proprietario.

Venendo all'insegna, questa trasmette un forte senso di tradizione, sia per la fattura materiale, che per lo stile, che per il testo²⁵. Pensando a cosa avrebbe potuto riportare tra

²⁴ La presa in considerazione della sfera virtuale si ritiene fondamentale per la comprensione del PL.

²⁵ Siamo di fronte a un'insegna che Trinch, Snajdr (2017) avrebbero definito *Old School Vernacular*.

“civaie” e “formaggi”, e considerando il tipo di attività tradizionale a Firenze (*pizzicagnolo*), è venuto spontaneo pensare che mancassero i “salumi”; pertanto, si è chiesto alla persona che al momento della raccolta fotografica stava lavorando lì (il proprietario) se a essere oscurata fosse quella parola e la risposta è stata: «sì, c’era scritto salumi... sono musulmano». Ecco che abbiamo un’altra testimonianza dell’appartenenza culturale del nuovo proprietario, anche questa indiretta. Da qui il concetto di PL silenzioso²⁶, cioè di un paesaggio linguistico che riesce a comunicare anche cancellando.

Nel caso di questa attività, inoltre, risalta in modo piuttosto evidente l’importanza che la tradizione ha assunto nelle dinamiche commerciali contemporanee: pur di non cambiare insegna – operazione, tra l’altro, gravosa economicamente –, si è deciso di oscurarne una parte, e anche online la retorica è quella di «continuare a tramandare la tradizione».

4.4. Le lingue “turistiche” nel mercato di S. Lorenzo

Subito dopo l’italiano, le lingue più attestate nel PL del mercato sono quelle che abbiamo chiamato “turistiche”: si è scelta questa etichetta poiché i cartelli esposti in queste lingue non sono rivolti a comunità di nuovo insediamento in città, ma stanno lì per catturare l’attenzione dei numerosi turisti che passano per il mercato²⁷.

Tra queste lingue, come prevedibile, a spiccare è l’inglese, utilizzato all’interno del mercato quasi esclusivamente con una funzione informativo/referenziale, quindi non tanto portatore dei valori simbolici quali modernità, successo economico, ecc. (Shohamy, 2007: 129) che solitamente veicola. L’inglese è la seconda lingua più attestata all’interno del mercato – al piano superiore, di fatto, è l’unica lingua a contendere lo spazio all’italiano – e addirittura la prima in quei banchi che hanno un’impronta più chiaramente turistica. Su tutti i prodotti del mercato, il tartufo è decisamente il più tradotto, tant’è che è molto più facile imbattersi in una scritta *truffle* piuttosto che in una *tartufo*. Altro testo che compare frequentemente in inglese è quello che si riferisce all’offerta di servizi di sottovuoto (*vacuum*) e/o di spedizione (Figura 7), evidentemente rivolti a persone non residenti.

Figura 7. Tipici segni interamente in inglese all’interno del mercato



²⁶ Il silenzio, l’assenza, è un aspetto importante del PL tanto quanto la presenza. Pavlenko, Mullen (2015), nel suggerire un approccio diacronico allo studio del paesaggio linguistico, invitano a considerare il “silenzio” come una ricca fonte di informazioni sul contesto sociale. Inoltre, la questione del silenzio nel PL si è manifestata prepotentemente durante la pandemia da Covid-19, cfr. Bagna, Bellinzona (2023).

²⁷ All’interno del mercato si realizzano dei veri e propri tour turistici.

Altre lingue che compaiono nel PL del mercato sono quelle dei paesi confinanti o comunque vicini, dai quali giunge a Firenze un gran numero di turisti; quindi, abbiamo lo spagnolo (58), il francese (27) e il tedesco (22), spesso cooccorrenti negli stessi segni multilingui²⁸ (Figura 8):

Figura 8. *Un avviso multilingue del mercato*



In merito alle lingue europee, spicca la quasi totale assenza del russo (6), considerando che il turismo da paesi russofoni a Firenze è sempre stato numericamente importante, quantomeno prima della pandemia e del conflitto in Ucraina.

Particolare attenzione, in conclusione, la meritano le lingue asiatiche: coreano, giapponese e cinese. Queste lingue non stanno nel mercato a rappresentare eventuali comunità di nuovo insediamento, ma sono presenti nel mercato esclusivamente per venire incontro alle esigenze dei turisti, tant'è che il cinese, quella con più parlanti residenti in Toscana e in città, è quella con meno attestazioni.

4.4.1. *Un segno o molti segni? Una lingua o una bandiera?*

In merito alle lingue appena citate, ma non solo, una riflessione approfondita la merita un particolare tipo di segno riscontrato in due banchi del mercato (Figura 9).

Figura 9. *Due (?) segni multilingui del mercato*



²⁸ I segni che presentano questi testi multilingui sono spesso di carattere normativo e/o informativo.



Questi segni sono costituiti da post-it scritti dai clienti e da quello che si è potuto capire tramite *Google Lens* e dalle testimonianze dei rivenditori, ci troviamo di fronte a una serie di recensioni: di fatto, i proprietari dei banchi permettono a chi compra la loro merce di scrivere uno di questi post-it, facendosi così promozione in più lingue utilizzando le voci autentiche e genuine dei clienti²⁹.

Osservando queste fotografie sorgono spontanee due domande: a quanti segni ci troviamo di fronte, uno o molti? Che valore hanno le lingue qui esposte?

²⁹ Avviene un qualcosa di analogo a quanto riportato da Calvi (2019) e Calvi, Suau-Jiménez (2023) in merito al turismo digitale contemporaneo: infatti, sempre più piattaforme includono, nella presentazione di una meta turistica, di un alloggio, ecc., le recensioni di chi ci è stato, col fine di rafforzare la loro credibilità.

In merito alla prima questione, il dibattito sull'identificazione di cosa costituisca un segno del PL è uno dei più accesi della ricerca sul paesaggio linguistico. La definizione ad aver riscontrato maggior consenso è quella di Backhaus (2006 e 2007), tuttavia vi sono dei casi in cui questa risulta di difficile applicazione, come nella Figura 9: ha senso qui catalogare post-it per post-it? Hanno senso questi testi presi singolarmente?

Innanzitutto è bene precisare che le risposte a queste domande dipendono dalla prospettiva del ricercatore e dal tipo di analisi condotta, tuttavia si ritiene che una possibile interpretazione sia che questi “segni” sono allo stesso tempo un unico segno, globale, e tanti piccoli segni. La distinzione dipende dal punto di vista che si assume: se prendiamo quello dei proprietari dei banchi, ci troviamo di fronte a un unico progetto che prevede la creazione di uno spazio semiotico attraverso questi post-it, quasi del tutto indipendente dalle lingue esposte e dal contenuto dei testi (per lo più sconosciuto³⁰), pertanto da interpretare come un unico segno, con un unico significato; se invece assumiamo la prospettiva di chi quei post-it li ha scritti, ovviamente questi contano nella loro singolarità, sia perché la scelta di alcune parole, di alcune lingue, anziché altre è significativa, sia perché il contenuto è indipendente da quello degli altri.

Questa interpretazione anticipa la risposta alla seconda domanda, quella su quale valore linguistico abbiano questi segni. Ancora, dipende dalla prospettiva: se assumiamo quella dei rivenditori, il contenuto linguistico dei vari post-it è di relativa importanza, ma le varie lingue esposte funzionano piuttosto come tante piccole bandiere, le quali hanno la finalità di stimolare la fiducia nel potenziale nuovo cliente che conosce quella lingua³¹; se, invece, prendiamo il punto di vista di chi i post-it li ha scritti, ecco che linguisticamente i segni diventano “pieni”: se viene scelta una parola piuttosto che un'altra c'è un motivo, se si crea un testo multilingue, ugualmente, e così via.

In conclusione, se si considera quanto detto secondo la teoria della *polifonia* (Ducrot, 1984) – la quale, già ripresa in Calvi (2018b: 33), distingue tra la figura del *locutore*, il responsabile di ciò che è “detto”, e quella dell'*enunciatore*, il responsabile del contenuto dell'enunciato –, l'interpretazione sia semiotica che linguistica di questi segni cambia a seconda di quale delle due prospettive assumiamo. Infatti, se consideriamo il punto di vista dei *locutori*, in questo caso i proprietari dei banchi, ci troviamo di fronte a un unico grande segno caratterizzato da un uso della lingua simbolico; invece, se consideriamo quello degli *enunciatori*, cioè i clienti che hanno scritto i post-it, abbiamo tanti piccoli segni, ognuno caratterizzato da un uso denotativo della lingua.

5. IL CONCETTO DI SCALARITÀ: UNA PROSPETTIVA DI ANALISI

Una prospettiva interessante per analizzare il PL è quella offerta dal concetto di scala sociolinguistica. Tale nozione, proveniente dagli studi geografici, è necessaria per descrivere la natura intrinsecamente stratificata dello spazio – tema sempre più centrale nelle scienze sociali contemporanee. Prima di spiegare meglio il concetto di scala, però, si ritiene opportuno una breve precisazione su quello di spazio.

Negli ultimi decenni si è consolidata la convinzione che la dimensione dello spazio e quella del tempo siano necessariamente intrecciate e impossibili da scindere, come dimostrato dall'idea di *cronotopo* (Bakhtin, 1981) e da quella di *TimeSpace* (Wallerstein, 1997),

³⁰ A un esercente è stato chiesto se comprendesse il contenuto linguistico dei post-it e la risposta è stata negativa.

³¹ Lo stesso rivenditore, dopo la risposta negativa sulla conoscenza del contenuto dei post-it, afferma: «Sai, i clienti, soprattutto quelli asiatici, sono molto diffidenti... Così si fidano! Vedono che c'è stato qualcuno [di loro]. C'è chi mette uno di loro a lavorare al banco [...], io lascio questi».

le quali hanno la funzione di racchiudere in un unico termine, e quindi in un unico concetto, le due dimensioni. Lo spazio, nella sua accezione sociale, non è comprensibile a pieno se non tenendo in considerazione la sua natura inevitabilmente anche temporale.

Pertanto lo spazio sociale, in quanto contesto in cui sono coinvolti diversi poteri, richiede necessariamente, al fine di comprenderne la gerarchia, la presa in considerazione dei processi storici che l'hanno generato, e qui entra in gioco il concetto di scala, utile a descriverne la natura verticalmente stratificata (Blommaert, 2010: 34) tenendo in considerazione sia l'aspetto temporale che quello più strettamente spaziale. In sociolinguistica questa nozione risulta funzionale per comprendere il perché le lingue – che, nell'epoca della globalizzazione e della *superdiversità* più che mai, sono risorse mobili e non statiche – si presentino nei vari contesti con valori sociali distinti e gerarchizzati. Le valutazioni e gli usi che i parlanti fanno delle varietà linguistiche sono sempre condizionati dal contesto fisico e dalla storia del luogo in cui vengono realizzati, e così vale anche per il paesaggio linguistico.

Il PL, infatti, come oggetto di studio è più *sincronizzato* che sincronico, poiché se è vero che i dati sono frutto del qui e ora, lo è altrettanto che la loro creazione e la loro percezione da parte del pubblico sono necessariamente influenzate da processi diacronici: che valore ha una varietà in un determinato contesto? Perché, e con quali funzioni, compare la lingua inglese? Perché alcune varietà non sono rappresentate oppure compaiono solo in contesti trasgressivi? Per rispondere in modo soddisfacente a queste domande non è possibile adottare una prospettiva strettamente sincronica, perché le risposte stanno nella storia dei luoghi (tempo e spazio), e il contesto, per quanto sicuramente sincronico, non si può che valutarlo come risultato di un processo diacronico.

Riassumendo: le varietà linguistiche sono interpretabili in relazione a scale che sono al contempo spaziali e temporali³². Tramite tali strumenti, quindi, si può arrivare a una comprensione più approfondita della gerarchia linguistica in un determinato contesto, comprendendo la portata temporale e spaziale, e quindi sociale, delle varietà presenti.

Venendo al mercato, e considerando le lingue di cui si è discusso nel paragrafo precedente, daremo un'interpretazione secondo la prospettiva della scalarità appena presentata. In particolare, discuteremo nuovamente di lingua italiana, di dialetto, di lingue immigrate e di quelle “turistiche”.

5.1. *L'italiano e il dialetto*

La lingua italiana presente all'interno del mercato sembra agire su due scale distinte. L'uso come lingua franca si spiega con la sua collocazione spaziale nella nazione italiana, la quale è caratterizzata da una politica linguistica sostanzialmente monolingue (sicuramente è così in Toscana); tale varietà, pertanto, agisce su una scala che è geograficamente nazionale e storicamente legata all'idea di unità politica e linguistica.

Tuttavia, dell'italiano se ne ha anche un altro uso, cioè quello in cui compare quasi esclusivamente nelle etichette dei prodotti tipici in vendita presso banchi che sembrano prediligere come lingua della comunicazione l'inglese. In questo caso, i nomi esposti volutamente senza traduzione o spiegazione sembrano veicolare un forte messaggio simbolico di *italianità*, non necessario se il destinatario presupposto fosse un italiano: evidentemente, l'intento è quello di rivolgersi a un gruppo di persone diverse, molto

³² Per esempio, l'uso sempre più diffuso della lingua inglese è spiegabile riferendosi al processo della globalizzazione, il quale è storicamente piuttosto recente e “geograficamente” di diffusione globale, come dice il nome stesso.

probabilmente ai turisti. Tali usi di parole italiane in contesti dove a prevalere è la lingua inglese sembrano riferirsi a una scala che è decisamente più globale che nazionale e temporalmente piuttosto recente, quale è quella del turismo di massa; certi usi sarebbero stati sicuramente meno presenti alcuni decenni fa, mentre adesso sembrano in espansione (anche a detta degli esercenti del mercato).

Un'altra varietà interessante da analizzare secondo la prospettiva della scalarità è il dialetto, specialmente quello degli usi più marcati. Questa lingua sembra, nel contesto del mercato contemporaneo, agire contemporaneamente su livelli di scala apparentemente molto distanti. Per quanto possa sembrare scontato, anche se giusto, associare l'uso del dialetto a un contesto geografico di prossimità e a una temporalità piuttosto dilatata, quale è quella associata all'idea di tradizione, non è l'unica possibilità per un'interpretazione di questa lingua. Infatti, certi impieghi volontari (per es. l'insegna *i cicciao*, Figura 3) sono piuttosto caratteristici degli ultimi anni e sembrano collegati a un fenomeno geograficamente molto esteso quale è, ancora una volta, quello della globalizzazione. Si ritiene questo poiché certi usi che insistono sul *localizzare* la propria attività, i propri prodotti (e anche la propria persona), sembrano, più che usi totalmente genuini, delle risposte alle delocalizzazioni tipiche del mondo globalizzato: nel mondo pre-globalizzazione avrebbe avuto poco senso, se non nessuno, ribadire l'appartenenza propria e dei prodotti al territorio. Anche l'idea di autenticità, che spesso si cela dietro a questi usi, è un prodotto della società e del turismo di massa, a causa dei quali le lingue minoritarie finiscono per essere commercializzate (Gorter, Cenoz, 2024: 218-221).

5.2. *Le lingue immigrate*

Delle lingue che sono fortemente legate allo spazio, e quindi anche al tempo, sono senz'altro quelle delle comunità immigrate. Come abbiamo visto, le scelte linguistiche non sono le stesse da parte di tutte le comunità: si va da chi espone la propria lingua senza alcun problema, a chi quasi sembra nascondere la propria provenienza, passando per chi testimonia la propria appartenenza culturale attraverso pochi, ma emblematici, segni.

Ogni comunità, e quindi ogni lingua, necessariamente fa riferimento a una scala spazio-temporale distinta, e proprio per via dei diversi livelli di scalarità, certe scelte risultano maggiormente comprensibili. I valori sono inevitabilmente diversi perché distinti sono i paesi di origine e quindi differenti sono anche i rapporti culturali, politici, religiosi e linguistici tra le società di partenza e quella italiana. Inoltre, diverse sono anche le coordinate temporali: alcune comunità sono arrivate in Italia e a Firenze ormai da qualche decennio (per es. quella rumena), altre sono immigrate in anni più recenti.

La combinazione di questi fattori, come detto, permette un'analisi più chiara delle scelte fatte dai commercianti. Non stupisce, infatti, che un proprietario rumeno esponga senza problemi una cartellonistica interamente monolingue rumena, dati la tutta sommato relativa vicinanza culturale tra Italia e Romania e gli ormai numerosi anni di presenza sul territorio, i quali hanno attenuato i conflitti con la società fiorentina e più generalmente italiana. Sempre in riferimento a una certa prossimità culturale si può spiegare l'uso esteso della lingua spagnola, anche se in questo caso accompagnata praticamente sempre dall'italiano e talvolta dall'inglese, da parte della *Bodega Peruana*. Diverso, evidentemente, è il caso delle comunità "islamiche"³³, che sebbene siano ormai presenti da diversi anni sul

³³ Utilizziamo questa etichetta per riferirci a comunità provenienti da paesi molto distanti tra loro, quindi inevitabilmente semplificando. Per citare i paesi di provenienza con più persone sul territorio fiorentino, secondo un'indagine del 2023 abbiamo Bangladesh, Marocco, Egitto, Senegal: https://sociale.comune.fi.it/system/files/2023-12/report_migranti_2023.pdf.

territorio fiorentino, per via della distanza culturale e, spesso, degli scontri che a questa sono dovuti, mostrano una maggior reticenza nell'espone la propria lingua.

5.3. *L'inglese e le lingue "turistiche"*

Concludiamo l'analisi secondo la prospettiva della scalarità prendendo in considerazione quelle lingue che abbiamo definito turistiche: l'inglese e alcune lingue asiatiche su tutte. La valutazione scalare di queste varietà, soprattutto per quanto riguarda la lingua inglese, è piuttosto chiara dal punto di vista sia temporale che spaziale: ci troviamo, ancora una volta, di fronte a degli utilizzi strettamente connessi con il fenomeno della globalizzazione (Vandenbrouke, 2015: 174) e della "turistificazione".

Più interessante è il caso delle lingue asiatiche come il coreano e il giapponese, le quali evidenziano una particolarità del turismo nella città di Firenze, e quindi una scala spazialmente distinta rispetto a quella, più generalizzata, che riguarda la presenza della lingua inglese, la quale è diffusa praticamente in tutto il mondo. Ancor più interessante, però, sempre in ambito di lingue asiatiche, è il caso del numero non elevato di attestazioni della lingua cinese³⁴, ciò, adottando la prospettiva della scalarità, è facilmente spiegabile considerando le coordinate temporali, infatti in epoca post-Covid 19 il numero di turisti cinesi è crollato vistosamente, se non si è azzerato del tutto.

Questa breve analisi secondo la prospettiva della scalarità ci mostra come la stratificazione degli usi linguistici nel PL sia fortemente connessa a una dimensione che è, al tempo stesso, sia spaziale che temporale. Per comprendere a fondo il significato e la portata di certi utilizzi non è sufficiente analizzare il contesto in una prospettiva sincronica, ma è necessario interpretarlo anche come il risultato di un processo diacronico che ha plasmato gli usi e le ideologie esistenti al giorno d'oggi.

6. CONCLUSIONI

Concludendo, si può affermare che il paesaggio linguistico del mercato sia effettivamente un ottimo testimone delle dinamiche sociali che stanno interessando la città di Firenze, con tutte le implicazioni linguistiche del caso. Il continuo calo demografico che sta affliggendo il centro storico sta portando a una riconversione delle attività a una funzione prevalentemente turistica, rendendo gli esercizi commerciali storici ancora presenti degli spazi di resistenza culturale. Ugualmente, all'interno del mercato, aumentano i banchi che mirano a una clientela turistica ricorrendo sempre più frequentemente alla lingua inglese³⁵, a discapito delle attività storiche che vendono prodotti per i residenti e lottano per il mantenimento della tradizione, anche linguistica (per es. con il ricorso a parole dialettali).

Più specificamente in merito al paesaggio linguistico del mercato, si intuisce come l'analisi per unità risulti significativa, poiché è considerando le scelte di ogni commerciante (*locutore*) che si possono intuire le tendenze circa gli usi linguistici, non tanto dall'analisi segno per segno. All'interno delle varie tipologie di unità, infatti, si riscontrano delle tendenze piuttosto uniformi: le attività tradizionali, che vendono ai residenti, ricorrono esclusivamente all'italiano, con qualche occorrenza in dialetto; le attività "turistiche"

³⁴ La comunità cinese, secondo il rapporto precedentemente citato, è la seconda comunità straniera di Firenze (11% dei residenti stranieri), seconda solamente a quella rumena (13%).

³⁵ In 544 dei 2.115 (25,72%) segni del LL del piano terra del mercato compare la lingua inglese; di questi, 206 sono monolingui (9,74% del totale).

insistono sull'inglese e sulle lingue delle comunità di visitatori più numerose; i banchi appartenenti a proprietari immigrati, invece, mostrano un'oscillazione che sembra dipendere dal grado di integrazione e di accettazione all'interno della realtà fiorentina/italiana, infatti si ha chi presenta una segnaletica totalmente bilingue e chi limita le occorrenze nella propria lingua a pochi segni culturalmente significativi, se non la nasconde del tutto.

Un altro aspetto importante per l'analisi del PL del mercato è stato quello di considerarlo come frutto di processi storici geograficamente situati: è solo tenendo presente la sua natura sia temporale che spaziale che si possono comprendere al meglio i valori delle lingue all'interno di un determinato contesto. Da un'analisi tramite il concetto sociolinguistico di scala, che unisce appunto l'aspetto temporale a quello spaziale, si è potuto intuire, ancora una volta, come il PL all'interno del mercato sia profondamente influenzato dai fenomeni della globalizzazione e della "turistificazione".

Per concludere, lo studio del paesaggio linguistico, accompagnato da un approfondimento etnografico, ci permette di capire che le lingue presenti nello spazio pubblico non veicolano semplicemente il contenuto del testo scritto, ma si portano con sé tutta una serie di valori e significati intuibili solamente dallo studio del contesto in cui compaiono, che, ricordiamolo, è certamente sincronico, ma frutto di un processo diacronico.

6.1. *Prospettive future*

Uno studio di questo tipo troverebbe manforte in un'analisi etnografica estesa – in corso di svolgimento – e in un eventuale studio futuro sullo stesso soggetto, così da valutare se effettivamente le tendenze riscontrate si confermano, oppure se si hanno dei cambiamenti. Altrettanto interessante potrebbe essere un confronto con il PL dell'altro mercato cittadino, quello di S. Ambrogio, ad oggi percepito dai fiorentini come il "vero" mercato per i residenti del centro città, anche per via della sua collocazione fuori dagli itinerari turistici che lo rende maggiormente "autentico".

Infine, una menzione la merita lo studio del paesaggio linguistico virtuale (Ivkovic, Lotherington, 2009). A prescindere dalla concettualizzazione che di questo viene fatta, si ritiene che una presa in considerazione dello spazio virtuale sia necessaria per una comprensione più approfondita di un luogo contemporaneo e trascurare questo aspetto renderebbe qualsiasi analisi piuttosto parziale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Alfonzetti G. (2023), *Vuciata kitchen market, Il dialetto nel paesaggio linguistico siciliano*, Centro di studi filologici e linguistici siciliani, Palermo.
- Ariolfo R., Mariottini L. (a cura di) (2018), *Paisajes lingüísticos de la migración. Contextos mediáticos, urbanos y formativos*, in *Lingue e Linguaggi*, 25 (numero monografico).
- Ariolfo R. (2017), "Visibilidad y percepción del español en el paisaje lingüístico genovés", in *Lingue e Linguaggi*, 21, pp. 7-25.
- Backhaus P. (2006), "Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape", in Gorter D., *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, Buffalo, Toronto, pp. 52-66.

- Backhaus P. (2007), *Linguistic Landscape: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Clevedon, Buffalo, Toronto.
- Bagna C., Bellinzona (2023), “‘Everything will be all right (?)’: Discourses on COVID-19 in the Italian linguistic landscape”, in *Frontiers in Communication*, 8: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcomm.2023.1085455/full>.
- Bakhtin M. M. (1981), *The Dialogic Imagination* (a cura di Holquist M.), University of Texas Press, Austin.
- Barni M., Bagna C. (2010), “Linguistic Landscape and Language Vitality”, in Shohamy E., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.), *Linguistic Landscape in the City*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 3-18.
- Barni M., Bagna C. (2015), “The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL”, in *Linguistic Landscape*, 1, 1, pp. 6-18.
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic Landscape: Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Ben-Rafael E. (2009), “A sociological approach to the study of Linguistic Landscapes”, in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic Landscapes. Expanding the Scenery*, Routledge, New York, London, pp. 40-54.
- Ben-Rafael E., Shohamy E., Amara M. H., Trumper-Hecht N. (2006), “Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel”, in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, Buffalo, Toronto, pp. 7-30.
- Bernini G., Guerini F., Iannàccaro G. (a cura di) (2021), *La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico. Ricerche e riflessioni*, Bergamo University Press, Sestante Edizioni, Bergamo.
- Berruto G. (2006), “Quale dialetto per l’Italia del Duemila? Aspetti dell’italianizzazione e ‘risorgenze’ dialettali in Piemonte (e altrove)”, in Sobrero A. A., Miglietta A. (a cura di), *Lingua e dialetto nell’Italia del Duemila*, Congedo Editore, Galatina, pp. 101-123.
- Blommaert J., Maly I. (2015), “Ethnographic Linguistic Landscape Analysis and Social Change: A Case Study”, in Arnaut K., Blommaert J., Rampton B., Spott M. (eds.), *Language and Superdiversity*, Tilburg University, Routledge, New York, pp. 207-227.
- Blommaert J., Variis P. (2015), “Enoughness, accent and light communities: Essays on contemporary identities”, in *Tilburg Papers in Culture Studies*, 139: https://pure.uvt.nl/ws/portalfiles/portal/30482406/TPCS_139_Blommaert_Variis.pdf.
- Blommaert J. (2010), *The Sociolinguistics of Globalization*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Blommaert J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*, Multilingual Matters, Bristol.
- Calvi M. V., Suau-Jiménez F. (2023), “La negociación de la autenticidad en el lenguaje dialógico del turismo digital”, in *Spanish in context*, 20, 1, pp. 130-153.
- Calvi M. V. (2017), *Cibo e identità nel paesaggio linguistico milanese*, doi: <http://dx.doi.org/10.7359/818-2017-calv>.
- Calvi M. V. (2018a), “Español e italiano en el paisaje lingüístico de Milán. ¿Traducción, mediación o translanguaging?”, in *Lingue e Linguaggi*, 25, pp. 145-172.
- Calvi M. V. (2018b), “Paisajes lingüísticos hispánicos: panorama de estudios y nuevas perspectivas”, in *LynX. Panorámica de Estudios Lingüísticos*, 17, pp. 5-58.
- Calvi M. V. (2019), “Oralización y polifonía en la lengua del turismo 2.0: el caso de las plataformas de reserva hotelera”, in *Normas*, 9, pp. 1-16.
- Corbeil J. C. (1980), *L’aménagement linguistique du Québec*, Guérin, Montreal.

- Ducrot O. (1984), *Le dire et le dit*, Les éditions de minuit, Paris.
- Gorter D. (ed.) (2006), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, Buffalo, Toronto.
- Gorter D. (2021), “Multilingual Inequality in Public Spaces: Towards an Inclusive Model of Linguistic Landscapes”, in Blackwood R., Deidre D. (eds.), *Multilingualism in the Public Space: Empowering and Transforming Communities*, Bloomsbury, London, pp. 13-30.
- Gorter D., Cenoz J. (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Multilingual Matters, Bristol, Jackson.
- Gorter D., Cenoz J., van der Worp K. (2022), “Global and Local Forces in Multilingual Landscapes: A Study of a Local Market”, in Blackwood R., Røyneland U. (eds.), *Spaces of Multilingualism*, Routledge, New York, London, pp. 188-211.
- Ivkovic D., Lotherington H. (2009), “Multilingualism in Cyberspace: Conceptualizing the Virtual Linguistic Landscape”, in *International Journal of Multilingualism*, 6, 1, pp. 17-36.
- Jaworski A., Thurlow C. (2010), *Semiotic landscapes: Language, image, space*, Bloomsbury Publishing, London.
- Landry C., Wood P. (2008), *The Intercultural City: Planning for Diversity Advantage*, Earthscan Publications, London.
- Landry R., Bourhis R. (1997), “Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study”, in *Journal of language and social psychology*, XVI, 1, pp. 23-49.
- Loda M. (2013), “Espacios públicos, una aproximación desde la geografía urbana: i mercati storici”, in *ABACO*, 75, pp. 33-40.
- Loda M., Bonati S., Puttilli M. (2020), “History to eat. The foodification of the historic centre of Florence”, in *Cities*, 103.
- Malinowski D., Tufi S. (eds.) (2020), *Reterritorializing linguistic landscapes: Questioning boundaries and opening spaces*, Bloomsbury Publishing, London.
- Mariottini L., Oricchio A. (2021), “Paesaggi e Lingua Roma. Desarrollo de una plataforma geolocalizada como herramienta para el estudio del paisaje lingüístico del español migrante en Roma”, in *CUADERNOS AISPI*, 18, 2, pp. 257-280.
- Minuz F., Forconi G. (2018), “La percezione del panorama linguistico in un’area della città di Bologna”, in *Lingue e Linguaggi*, 25, pp. 253-275.
- Monnier D. (1986), *La perception de la situation linguistique par les Québécois: Analyse des résultats d’un sondage effectué en octobre 1985*, Conseil de la langue française, Montreal.
- Monnier D. (1989), *Langue d’accueil et langue de service dans les commerces à Montréal*, Conseil de la langue française, Montreal.
- Nelde P. H. (1987), “Language contact means language conflict”, in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 8, 1-2, pp. 33-42.
- Panattoni R. (2021), *I mercati coperti di Giuseppe Mengoni. Architettura, ingegneria e urbanistica per Firenze Capitale*, Firenze University Press, Firenze.
- Pavlenko A., Mullen A. (2015), “Why diachronicity matters in the study of linguistic landscapes”, in *Linguistic Landscape*, I, 1, pp. 114-132.
- Puttilli M., Bonati S., Portinaro L. (2020), “Urban meatification. Esplorazioni visuali tra tutela e consumo del patrimonio culturale nel centro storico di Firenze”, in *GEOTEMA*, 62, pp. 61-71.
- RGI = *Rivista Geografica Italiana*, FrancoAngeli, Milano.
- Rosenbaum Y., Nadel E., Cooper R. L., Fishman J. A. (1977), “English on KerenKayemet Street”, in Fishman J. A., Cooper R. L., Conrad A. W. (eds.), *The Spread of English: The Sociology of English as an Additional Language*, Newbury House, Rowley (MA), pp. 179-196.

- Shohamy E. (2007), “Reinterpreting globalization in multilingual contexts”, in *International Multilingual Research Journal*, 1/2, pp. 127-133.
- Solé Camardons J., Romaní J. (1997), “Els usos lingüístics en l’activitat comercial”, in *Llengua i ús: revista tècnica de política lingüística*, 9, pp. 58-61.
- Spolsky B., Cooper R. L. (1991), *The Languages of Jerusalem*, Clarendon, Oxford.
- Trinch S., Snajdr E. (2017), “What the signs say: Gentrification and the disappearance of *capitalism without distinction* in Brooklyn”, in *Journal of Sociolinguistics*, 21, 1, pp. 64-89.
- Vandenbrouke M. (2015), “Language visibility, functionality and meaning across various TimeSpace scales in Brussels’ multilingual landscapes”, in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 36, 2, pp. 163-181:
<https://doi.org/10.1080/01434632.2014.909442>.
- Verdoodt A. (1979), *La protection des droits de l’homme dans les états plurilingues*, Fernand Nattan, Paris.
- Vertovec S. (2007), “Super-diversity and its implications”, in *Ethnic and Racial Studies*, 30, 6, pp. 1024-1054.
- Vertovec S. (2023), *Superdiversity. Migration and Social Complexity*, Routledge, London-New York.
- Wallerstein I. (1997), “The Time of Space and the Space of Time: The Future of Social Science”, in *Political Geography*, 17, 1, pp. 71-82: [https://doi.org/10.1016/S0962-6298\(96\)00097-2](https://doi.org/10.1016/S0962-6298(96)00097-2).

PAESAGGIO LINGUISTICO ED EPISTEMOLOGIE INDIGENE. CONSIDERAZIONI TEORICHE E PROSPETTIVE DI STUDIO

*Simone Ferrari*¹

1. INTRODUZIONE

Nel suo celebre saggio sulle traiettorie storico-culturali dell'indigenismo, Henri Favre presenta la stagione di auge del dipinto indigenista di inizio XX secolo evidenziandone i tratti di continuità con alcune pratiche artistiche tradizionali amerindie (cfr. Hirsch, 2019). Nella sua analisi dell'opera di Diego Rivera, Favre rileva che il muralista messicano è stato capace di

restaurar, renovándola, la tradición de la pintura mural que se remonta al arte rupestre de la prehistoria y cuyo transcurrir continuo a lo largo de los siglos y de los milenios sólo ha sido interrumpido por las exigencias de la estética burguesa (Favre, 1998: 76).

I riferimenti all'egemonia continentale dell'estetica borghese rimandano alle gerarchie culturali imposte nell'America Ispanica dall'istituzione della cosiddetta *Ciudad letrada*², le cui implicazioni hanno determinato, nelle loro ripercussioni contemporanee, percezioni dissonanti nei confronti delle forme non egemoniche di produzione artistica, letteraria e culturale nel continente latino-americano (Rama, 1998). Tale impianto ideologico ha condizionato le approssimazioni allo studio delle culture indigene latino-americane, tradizionalmente associate all'esclusiva dimensione dell'oralità, senza tenere conto di forme non alfabetiche di scrittura nei processi di conservazione e produzione del sapere e dell'arte (Vivas Hurtado, 2009; Guesse, 2011), tra cui i petroglifi, il tessuto, l'oreficeria tra gli altri (Rocha Vivas, 2016; Vargas-Pardo, 2020). La relegazione "museale" di tali forme di scrittura a eredità di interesse etnografico delle tradizioni ancestrali amerindie ha limitato le possibilità di riflessione epistemologica su pratiche, forme e supporti non egemonici di costruzione e cristallizzazione della conoscenza (Rocha Vivas, 2016; Yataco, Córdova Hernández, 2016).

In questo ordine di idee, l'azione contemporanea di "scrivere" lo spazio pubblico – attraverso murali, graffiti o altre forme di intervento artistico e/o simbolico sul territorio – è collocabile, in diverse società indigene d'America, in un più ampio spettro di teorie e pratiche di significazione del territorio (Basso, 1988; Rappaport, 2004; Santos-Granero,

¹ Università degli Studi di Milano.

² Nel testo canonico *Ciudad Letrada*, Ángel Rama ripercorre alcuni momenti costitutivi dei processi di formazione di un'egemonia economica e culturale spagnola nelle colonie americane. In questo contesto, Rama definisce la *Ciudad Letrada* come un apparato di dominazione culturale legato all'imposizione della scrittura alfabetica e parallelo alla dimensione materiale e visibile della struttura urbana: «dentro de ella siempre hubo otra ciudad, no menos amurallada ni menos sino más agresiva y redentorista, que la rigió y la condujo. Es la que creo debemos llamar la ciudad letrada, porque su acción se cumplió en el prioritario orden de los signos y porque su implícita calidad sacerdotal, contribuyó a dotarlos de un aspecto sagrado» (Rama, 1998: 32).

2004). Tali riflessioni/azioni, mutate da tradizioni artistico-rituali secolari, assumono oggi rinnovati sensi di conservazione del sapere proprio, rivendicazione etnolinguistica e resistenza culturale (Rojas-Sotelo, 2023). Attraverso l'approfondimento di una serie di nozioni proprie di alcune *cosmovisioni* indigene, analizzate nella loro dimensione "futurale" contemporanea (Dreidemie, 2022) e con particolare riferimento all'area culturale delle Ande settentrionali, il saggio propone uno spazio di integrazione tra le prospettive di studio sul paesaggio linguistico latino-americano e le epistemologie amerindie contemporanee.

2. IL PAESAGGIO LINGUISTICO IN CONTESTI AMERINDIANI. APPROCCI E PROSPETTIVE

Strutturatasi nell'ambito disciplinare della sociolinguistica sul finire del secolo XX, la nozione di Paesaggio Linguistico (PL) ha ricalibrato sguardi analitici e approcci teorico-metodologici allo studio della parola scritta nello spazio pubblico. L'intuizione di includere l'eterogeneo complesso delle forme di intervento "alfabetico" nel territorio (graffiti, insegne di negozi, nomenclature di vie, messaggi governativi, ecc.) in una stessa prospettiva semiotica di analisi (Landry, Bourhis, 1997) ha permesso lo sviluppo di un'estesa molteplicità di studi dedicati alle traiettorie di relazione tra lingua scritta, società e spazio pubblico. Una parte rilevante di tali ricerche ha diretto il proprio interesse verso lo studio del PL come spazio di tensioni culturali tra forme contrastanti di "pensare" il mondo. In questa direzione, il PL è stato analizzato in quanto arena di conflitti, ribellioni ed esclusioni (Shoamy, Gorter, 2008; Rubdy, 2015), luogo di negoziazione di identità comunitarie (Ben Said, Shegan, 2013), spazio di dominazione ideologica (Delgado, 2011), veicolo di rivendicazioni linguistiche, politiche ed etnoculturali (Leizaola, Egaña, 2012).

Nel contesto latino-americano, gli studi sul PL hanno visto l'affermazione di due filoni di ricerca maggioritari³. Il primo è vincolato alla relazione tra fenomeni migratori, identità linguistico-culturali e spazio pubblico. Pur non paragonabili alla produttiva mole di studi dedicati al PL ispano-americano migrante negli Stati Uniti (cfr. Hassa, Krajcik, 2016; Pastor, 2021; Spier, Ruano, 2021) o in alcuni paesi europei (Rodríguez, 2011; Ariolfo, 2017; Mariottini, 2019; Calvi, 2021), le ricerche in contesti geoculturali latino-americani offrono molteplici sguardi analitici sulla questione: dalle stratificazioni storiche e le negoziazioni linguistico-identitarie nel PL legato alla migrazione italiana in Argentina (Hipperdinger, 2018; Calvi *et al.*, 2021) alle riconfigurazioni linguistiche nel PL connesso con alcuni fenomeni migratori intracontinentali contemporanei – si vedano i casi dei migranti venezuelani (Rebollo Couto *et al.*, 2019) o boliviani (Gonzalo Zambrano, 2020) in Brasile.

Una seconda linea di ricerca si delinea nel campo di studio della questione indigena nel continente, in relazione ai temi della rappresentazione, diffusione e tutela delle lingue amerindiane⁴. Si pensi, in ambito messicano, alle ricerche sull'uso del totonaco nel PL di Huehuetla (Ruiz Velasco, 2021), del nahua a Città del Messico (Del Valle Núñez, 2020), del cuicateco a San Juan Bautista Cuicatlán (San Giacomo e Mendoza, 2021) o, in contesto ecuadoriano, agli studi sul kichwa nel PL di San Pedro de Cayambe (Imbago Ortiz, 2022) o di Otavalo (Puma Ninacuri e Narváez, 2021), tra gli altri. I saggi spaziano dallo studio

³ Tra gli altri ambiti di ricerca sul PL latino-americano, segnaliamo i recenti interessi accademici per lo studio del discorso politico nello spazio pubblico durante proteste sociali (cfr. Cárdenas-Neira, Pérez-Arredondo, 2021; Martín Rojo, 2022), per i discorsi di genere e discriminatori nel PL dello spazio pubblico (Farias y Clavijo Olarte, 2017).

⁴ Ad oggi, si stima l'esistenza di circa 560 lingue indigene in America Latina, parlate da circa trenta milioni di persone (FILAC, 2020).

del PL come luogo di rivendicazione di diritti linguistici (Del Valle Núñez, 2020) all'approfondimento delle relazioni tra spagnolo e lingue indigene nel PL di attività commerciali (Ruiz Velasco, 2021). Alcune ricerche sono dedicate alle percezioni dell'uso delle lingue amerindiane nel PL urbano, come nel caso dello studio di Sima Lozano sul maya yucateco a Mérida. Altre analizzano il valore pedagogico (Benton Zavala, 2017), turistico-promozionale (Niehues Gasparin *et al.*, 2021; Yataco, Córdova-Hernandez, 2016), politico-propagandistico (Kubiak, 2019) o di resistenza territoriale in contesti di conflitto (Ferrari, 2020a) delle lingue indigene nei rispettivi PL.

Infine, due lavori di sintesi sulla questione del 'PL indigeno' in America Latina sono offerti da Córdova-Hernandez, Yataco (2019) e da Córdova-Hernandez, López-Gopar, Sughrua (2017). Nel primo caso, le due studiose offrono una panoramica analitica di una serie di progetti istituzionali di implementazione delle lingue autoctone nel PL di alcuni paesi latino-americani, segnalando, allo stesso tempo, problematiche e tensioni culturali vincolate alla circolazione, alla visibilità e alle differenti percezioni di alfabetismo in determinati contesti etno-sociali. Nel secondo caso, a partire da un'analisi del PL indigeno messicano, gli autori riflettono sulla transizione da *linguistic landscape* a *semiotic landscape* come prospettiva concettuale necessaria per lo studio del dialogo strutturale tra codici alfabetici e iconografici proprio della trasmissione del sapere in ambiti culturali indigeni.

Tra gli studi menzionati si distinguono alcune proposte metodologiche che configurano la possibilità di integrazione di nozioni proprie delle epistemologie amerindie alle metodologie della sociolinguistica. Nel suo articolo dedicato all'utilizzo di *quechuisimos* nei cartelloni di propaganda politica di Cuzco, Ewa Kubiak (2019) apre uno spazio di dialogo tra le attribuzioni di dinamicità/volatilità temporale proprie del PL e una prospettiva di ciclicità associabile alle visioni del tempo andine. Nello specifico, Kubiak rileva marcate specularità tra i cicli rituali-religiosi e politici della regione di Cusco e i cambiamenti del PL locale (Kubiak, 2019). In altri termini, la questione è affrontata in Córdova-Hernández *et al.* (2017), la cui analisi del PL ixcalteco nello stato messicano di Oaxaca determina la centralità delle forme rappresentative del tempo nei processi di rivitalizzazione culturale della lingua ixcalteca. Nel saggio, la raffigurazione nello spazio pubblico di un calendario tradizionale ixcalteco – basato su un ciclo agrario di tre stagioni – ibridato con forme scritte in lingua spagnola, è analizzata in quanto strumento funzionale a “praticare la conoscenza” (Córdova-Hernández *et al.*, 2017: 18) e i valori simbolici comunitari attraverso l'intervento nel PL locale. In uno stesso ordine di idee, ma in relazione alla dimensione spaziale, il saggio *Escribirse en las piedras* mette in luce la transizione dei petroglifi tradizionali della comunità indigena nasa in un veicolo di insorgenza pacifica, attraverso l'intervento nel PL, contro la presenza di gruppi armati nel territorio (Ferrari, 2020a).

Ulteriori spunti di riflessione sulla questione sorgono dall'analisi di forme di adattamento, circolazione e ricezione delle lingue indigene nella sfera della comunicazione alfabetica (cfr. Sima Lozano, 2023). In molteplici contesti di area indigena i deboli livelli di alfabetismo e la ridotta abitudine all'uso della scrittura alfabetica nella trasmissione delle lingue amerindie depotenziano l'impatto educativo di questa tipologia di interventi nel PL: tali scritture, spesso realizzate da persone o istituzioni non indigene, acquisiscono un significativo valore politico di posizionamento sociale, cui si accompagnano però ridotte funzioni pedagogiche. In questo senso, Córdova-Hernández *et al.* (2017) segnalano il maggiore impatto simbolico di gruppi di segni che coniugano codici alfabetici e iconografici. Gli autori evidenziano che tale concezione estesa di “paesaggio semiotico” può divenire veicolo di attivazione di processi di rivitalizzazione culturale maggiormente integrati alle dinamiche di trasmissione dei saperi comunitari, in quanto il *semiotic landscape*

democratizes the visual discourses of a community and, especially if reproduced in different spaces, works to prevent the fading of the people's linguistic and cultural memory. The SL can also be an instrument for teaching indigenous languages in a socially dynamic and relevant manner based on communicative interactions rather than imposed writing practices (Córdova-Hernández *et al.*, 2017: 20).

Il richiamo all'orizzontalità dei discorsi visuali nello spazio pubblico latino-americano, fondata sulla messa in atto nel PL della concezione di *multiliteracies* (Kress, 2000), dialoga con la proposta interpretativa di alcune produzioni letterarie amerindie contemporanee attraverso la nozione di *testualità oralitigrafiche* (Rocha Vivas, 2016). La categoria ambisce a inglobare le interrelazioni tra codici (orale, alfabetico, tessile, iconografico, tra gli altri) proprie di diverse realizzazioni indigene contemporanee, le quali, pur includendo pratiche di scrittura alfabetica, trascendono la categoria di letteratura. Allo stesso tempo, tali realizzazioni si distinguono per le diverse possibilità di concrezione in supporti fisici: le *oralitigrafie* possono apparire in libri, ma anche in tessuti, nelle pareti di edifici, in luoghi del territorio, nello spazio pubblico (Rocha Vivas, 2016).

In questo senso, si propone nelle seguenti pagine un'interpretazione della nozione di PL nella dimensione delle *multiliteracies*, a partire dalle molteplici forme di costruzione e significazione del segno che la scrittura in contesti indigeni integra e include. Il dialogo tra scritture alfabetiche e tessili, tra la narrazione orale e iconografica, è concepito come rete inscindibile di relazioni tra codici che compongono, nel loro insieme, le scritture indigene contemporanee, anche nello spazio pubblico. La prospettiva proposta costituisce uno sforzo di ripensamento del PL in aree indigene attraverso un dialogo epistemico con le categorie di territorio, di tempo, di parola e di scrittura proposte nelle cosmovisioni indigene contemporanee, con il proposito di integrare tali nozioni alle grammatiche analitiche della sociolinguistica nello studio del PL latino-americano. Le riflessioni proposte dialogheranno con alcune immagini che rappresentano interventi sul PL di alcune comunità indigene nord-andine. Le immagini, utilizzate in quanto spazi semiotici significativi per lo svolgimento delle argomentazioni e non presentate come corpus strutturato di studio, alternano alcune fotografie realizzate dall'autore durante una serie di viaggi di ricerca presso i territori indigeni di Pioyá e Toribío (Colombia), effettuati tra il 2018 e il 2023, con una serie di fotografie reperite in rete, relative a specifici atti di intervento di membri di comunità indigene sul PL metropolitano di Bogotá. Nello studio degli elementi del PL raffigurati in tali immagini si adotteranno le categorie di unità, sottounità e segno, proposte da Calvi (2018) come strumento analitico di suddivisione in livelli degli interventi nel PL dello spazio pubblico⁵.

3. IL TERRITORIO COME LIBRO. ALCUNE PROSPETTIVE INDIGENE

L'esplorazione della nozione di territorio nei contesti culturali amerindiani, e delle implicazioni legate agli interventi di significazione dello spazio pubblico attraverso scritture e immagini, convoca visioni del mondo e relazioni con lo spazio in cui i processi storico-politici e le dimensioni simbolico-rituali si intessono in cosmovisioni integrali di

⁵ Calvi (2018) definisce l'unità del PL come una «porción de PL atribuible al mismo actor, dentro de un marco espacial definido, de una categoría o de un contexto (comercio, restaurante, evento público, etc.)»; la subunità come «cada una de las unidades menores, como los escaparates de una tienda»; il segno come «cada uno de los elementos reconocibles en el ámbito de la misma unidad (letrero, cartel, menú, etc.) o expuestos de forma autónoma en soportes independientes (como los anuncios personales en los postes de la luz)» (Calvi, 2018: 21).

matrice territoriale e comunitaria (Osorio Calvo, 2017; Ferrari, 2020b). Le innegabili differenze culturali, sociali e politiche tra le oltre ottocento⁶ popolazioni indigene che abitano il continente americano impongono la necessità metodologica di delimitare con chiarezza le aree geoculturali di riferimento – nei casi che saranno presi in analisi, la regione sud-continentale delle Ande settentrionali, nel sud-occidente colombiano (cfr. Rappaport, Cummins, 2016). Allo stesso tempo, le plurisecolari relazioni epistemologiche tra le società amerindiane restituiscono una cartografia dei saperi con marcate proporzioni di contiguità culturale di cui tenere conto. Elementi condivisi a livello continentale, quali la relazione spirituale e biunivoca tra le comunità e il territorio circostante, si rendono evidenti già nei gentilizzi: dalle popolazioni mapuche del Cile centromeridionale ai koreguaje del Caquetá colombiano, sono comuni in molteplici latitudini le denominazioni in lingue autoctone di popolazioni locali che traducono l'espressione “gente della terra” (Albizú, 2006; Vargas Polanía *et al.*, 2022). Tale relazione implica, da un lato, una generalizzata percezione di sacralità del territorio nella sua integralità: le visioni spirituali indigene tendono a escludere l'esistenza di spazi profani, concependo ogni luogo come dotato di una determinata densità spirituale (Estermann, 2014). D'altra parte, la connotazione politica delle azioni contemporanee in difesa della proprietà collettiva del territorio, le cui marcate continuità con le vicende di epoca coloniale irradiano le rivendicazioni contemporanee di autonomia sociale e culturale di diverse società amerindie (Arvelo-Jiménez, 2014), agisce in interrelazione con prospettive ecologiste, anticoloniali e, in certi casi, anticapitaliste, che prevedono il recupero delle terre ancestrali come primo passo per la costituzione di un modello di società fondato su principi e orizzonti afferenti al bagaglio culturale delle epistemologie proprie (Rodríguez Mir, 2008).

Su queste basi, le percezioni del territorio e delle sue significazioni sono filtrate da una prospettiva al contempo spirituale e politica. Nella prima matrice, “sentire” il territorio come parte inscindibile della collettività, dei suoi modi di vivere e delle sue corporalità, implica la produzione di segni e significati territoriali attraverso cui preservare lo spazio, affinché esso possa, simbioticamente, preservare la cultura comunitaria (Basso, 1988). È una condizione rilevata, tra gli altri, da Fernando Santos-Granero in relazione alle società yanesha dell'Amazzonia peruviana. Lo studioso segnala come, oltre ai tradizionali meccanismi mnemonici propri delle comunità che non utilizzano la scrittura alfabetica (pratiche rituali, narrazioni orali e performance corporali), le comunità yanesha incorporino forme di “scrittura” e “lettura” del territorio, attraverso l'arte orale, che prevedono l'iscrizione nello spazio pubblico della storia propria (Santos-Granero, 2004). Tale visione è vincolata a una concezione alternativa di alfabetismo, propria di alcune proposte epistemiche amerindiane, per cui la capacità di decodificare i segni del territorio sarebbe equivalente, nelle società prive di scrittura alfabetica, alla capacità di leggere testi scritti nelle civiltà occidentali⁷ (cfr. Jamióy Juagibioy, 2010).

Ortogonalmente, in una prospettiva politica, gli interventi nel PL dei territori indigeni⁸, così come le rivendicazioni delle società indigene nel PL di contesti urbani o non etnicamente caratterizzati, sono solite conformarsi nel principio di una riconfigurazione simbolica dello spazio in quanto strumento di autoaffermazione culturale ed emancipazione comunitaria (cfr. Offen, 2009; Tallè, 2021). Se, come messo a fuoco dalle

⁶ Il dato è fornito dall'UNESCO (2023).

⁷ Rivelatrice, in questo senso, la poesia dello scrittore kamëntšá Hugo Jamióy: «A quién llaman analfabetas/¿a los que no saben leer/los libros o la naturaleza?/Unos y otros/algo y mucho saben./Durante el día/a mi abuelo le entregaron/un libro:/le dijeron que no sabía nada./Por las noches/se sentaba junto al fogón,/en sus manos/giraba una hoja de coca/y sus manos iban diciendo/lo que en ella miraba» (Jamióy Juagibioy, 2010: 179).

⁸ Si includono in questa definizione istituzioni rette da statuto speciale autonomo quali i *resguardos* colombiani e le *comarcas* panamensi.

società ikoots di Oaxaca, «nombrar la tierra es defender los territorios» (Tallè, 2021: 1), l'azione di ridenominare il territorio, con nuove cartografie che includono rielaborazioni toponimiche e interventi nel PL, risulta un «acto de empoderamiento de la memoria colectiva del territorio» (ivi: 17). L'analisi dei legami tra la nozione di PL ed epistemologie misak ci permetterà di tornare sulla questione, vincolata ad alcune recenti rinegoziazioni delle concezioni di scrittura e di difesa nel territorio nelle società nord-andine. Più in generale, è bene considerare che nel contesto nazionale preso in analisi, il caso colombiano, quando si parla di rivendicazioni amerindie si fa riferimento, attualmente, a 115 etnie, ad oltre 65 lingue e a circa 2 milioni di persone che si riconoscono come membri di comunità indigene (DANE, 2019). Le diversità geoculturali tra le popolazioni di area amazzonica, andina, caraibica, delle coste pacifiche o delle pianure dell'Orinoco hanno trovato punti di convergenza nella conformazione di organizzazioni autonome quali la ONIC⁹ o il CRIC¹⁰ che, in linea con la fase storica continentale dell' "emersione indigena" (Bengoa, 2009), a partire dagli anni Novanta hanno elaborato strategie di riappropriazione di spazi culturali, politici e spirituali. Nelle prossime pagine si analizzano i casi di due comunità di area andina del Sud-Occidente colombiano, entrambe riconosciute per le loro secolari battaglie in difesa dell'autonomia territoriale, del diritto alla vita e alla pace nella regione del Cauca: il popolo nasa e il popolo misak.

3.1. *Nasa: leggere e scrivere il territorio in minga*

Nel settembre del 2022, durante un viaggio nel territorio di Pioyá¹¹, villaggio situato nella Cordigliera Centrale delle Ande colombiane, ho raccolto alcune testimonianze relative a una serie di recenti fatti violenti sofferti dalla comunità indigena nasa locale. Da alcuni decenni, la popolazione nasa si oppone alla presenza di attori armati illegali e di coltivazioni di coca e marijuana ad uso illecito nel territorio. Una delle persone con cui ho conversato, Jhon, mi ha raccontato della morte di suo fratello Eider Campo, ucciso nel 2018 da alcuni membri del gruppo armato Dagoberto Ramos¹², che controlla parte del territorio. Nel restituire la sua testimonianza, Jhon intesseva le memorie delle vicende violente con racconti cosmogonici tradizionali del popolo nasa. La sua narrazione, svoltasi durante una camminata tra i pendii della Cordigliera, si sviluppava attraverso un dialogo costante con gli spazi del territorio incontrati: pietre sacre, fiumi, vette di monti, ma anche incisioni, graffiti o murali, innestavano l'apertura di nuove diegesi nel suo racconto orale. La sua parola era evocata parallelamente al suo camminare, insieme alle progressive e contingenti letture del territorio. In una dimensione esclusivamente orale, senza il contatto fisico e spirituale con gli spazi territoriali, tali racconti non sarebbero stati attuabili, ovvero, sarebbero rimasti in una condizione di "potenza".

⁹ Organizzazione Nazionale Indigena della Colombia.

¹⁰ Consiglio Regionale Indigeno del Cauca (Colombia).

¹¹ La ricerca presentata si colloca nell'ambito disciplinare delle epistemologie indigene. Lo svolgimento di questo e altri progetti di investigazione hanno previsto una serie di viaggi di ricerca presso le comunità nasa e misak nel Nord delle Ande. In questo processo, tra il 2018 e il 2023 ho realizzato sette viaggi nei territori nasa e misak del Cauca, raccogliendo testimonianze, immagini e memorie delle popolazioni locali, approfondendo la dimensione orale delle culture nasa e misak, attraverso momenti di apprendimento e dialogo con *mayores* e *mayoras* locali. Le fotografie presentate in questa sezione sono state prodotte durante alcuni dei viaggi menzionati.

¹² Il Fronte Dagoberto Ramos è parte delle Dissidenze delle FARC-EP (cfr. nota 16).

In effetti, la concezione territoriale e dinamica della parola secondo le cosmovisioni nasa, sintetizzabile nella nozione di *palabrandar*¹³ (Almendra, 2017; Ferrari, 2020b), o “camminare della parola”¹⁴, si riflette sulle modalità – tradizionali e contemporanee – di conservazione e trasmissione del sapere collettivo. Oltre che mezzo di connessione con le entità spirituali (Perdomo, 2013), il territorio è infatti concepito, nelle cosmovisioni nasa, come vero e proprio libro sacro delle culture caucane (Faust, 2001). Le “pagine” allegoriche di tale testualità sono composte da spazi concreti del territorio, dotati di potere enunciativo, i quali conservano nella loro geografia una serie di narrazioni storiche. In questo senso, l’antropologa Joanne Rappaport sostiene l’esistenza di «relaciones visuales» (Rappaport, 2004: 178) tra diversi luoghi di memoria che, pur non associati da vicinanza cronologica dei fatti evocati, nel loro accostamento spaziale generano connessioni tra memorie, racconti e miti comunitari. Come nel caso delle società yanesha peruviane, «los elementos del paisaje actúan como mecanismos mnemónicos o memorísticos que permiten recordar eventos o procesos históricos, particularmente aquellos en que la dimensión espacial es central» (Santos-Granero, 2004: 190). Tale prospettiva implica una visione della storia non lineare che «confiere al pasado inmediatez, tangibilidad y aplicabilidad a preocupaciones contemporáneas» (Rappaport, 2004: 182), convertendo il territorio nell’archivio storico della comunità (cfr. Rappaport, 2004; Mavisoy Muchavisoy, 2018). In questo ordine di idee, lo spazio pubblico diviene soggetto di enunciazione della storia e contenitore di memorie collettive. Tale enunciazione è generalmente soggetta a un processo di codificazione e decodificazione, vincolate a una duplice dinamica di generazione di segni nello spazio pubblico (Ferrari, 2022). Da una parte, il territorio può comunicare di per sé, con le storie orali ad esso associate o con la propria morfologia: è il caso, per esempio, di alcune pietre che, nell’interpretazione dei medici tradizionali nasa, riproducono con la loro forma alcune cartografie della regione o figure antropomorfe. Dall’altra, più comunemente, luoghi dello spazio pubblico sono “scritti” o “iscritti” (Santos-Granero, 2004), attraverso varie modalità, per dare spazio a una successiva decodificazione o lettura, tradizionalmente incaricata ai medici tradizionali (*the wala*) della comunità nasa.

Tali scritture erano associate negli scorsi secoli ai petroglifi – si pensi al caso del *sath finxi kive* o ‘terra scritta dai cacicchi’, termine utilizzato per riferirsi a una grande pietra incisa con diversi petroglifi nell’area di Las Delicias (Cauca). La pietra è considerata tuttora uno spazio spiritualmente denso, in cui regolarmente i medici tradizionali accompagnano membri della comunità per “leggere” insieme le testualità in essa contenute. In epoca contemporanea, un ruolo paragonabile è affidato ai graffiti che compongono l’attuale PL dei territori nasa, nel Cauca colombiano. L’attivazione e la diffusione di tali interventi scritti nella comunità è stato condizionato dall’urgenza sociale del conflitto armato interno colombiano. La progressiva apparizione di firme collettive dei gruppi armati che agiscono nel territorio ha convinto membri della comunità nasa a condurre azioni di riappropriazione simbolica della relazione di esclusività epistemica con il territorio, cancellando i graffiti dei gruppi armati ed intervenendo con segni multimodali, di carattere oralitografico, volti a ristabilire le tradizionali relazioni di codificazione con l’ambiente circostante, associando ad esse nuove memorie storiche di resistenza.

¹³ La scrittrice di etnia nasa-misak Vilma Almendra definisce il *palabrandar* come una forma relazionale tra parola e azione comunitaria funzionale al beneficio collettivo (2017). Sui caratteri epistemologici del *palabrandar*, cfr. Ferrari (2020b).

¹⁴ Concezione parzialmente comparabile ai “sentieri di parole” (Tallè, 2016) attraverso cui conformano la relazione tra spazio, movimento e toponimia gli indigeni ikoots di San Mateo del Mar (Messico).

Figura 1. Muro di contenimento lungo la strada El Palo-Toribío. Municipio di Toribío, 15 settembre 2022. (Fotografia dell'autore)



La Figura 1 restituisce un esempio del conflitto visuale tra i gruppi armati di matrice guerrigliera presenti nel territorio di Toribío (Cauca) e i membri della comunità nasa locale. L'unità del PL presa in analisi è caratterizzata da decine di segni, ascrivibili ad almeno due attori enunciativi: i gruppi armati presenti nel territorio e l'organizzazione comunitaria locale della Guardia Indígena¹⁵. Le sovrapposizioni tra le firme collettive degli attori armati (FARC o FARC-EP¹⁶, MB¹⁷, Columna Movil Dagoberto Ramos¹⁸) – atte a intimorire la popolazione locale con testualità che certificano la loro presenza attiva nel territorio – e gli interventi di membri della comunità nasa trasformano lo spazio pubblico in un luogo di disputa testuale che sintetizza le tensioni sociali legate al conflitto armato interno nella regione. In una prospettiva nasa, tali interventi sono diretti a una riappropriazione simbolica del valore spirituale e storiografico del territorio. Le unità di PL realizzate da membri della comunità nasa conformano una scrittura oralittegrafica, in cui convivono il linguaggio tessile del *chumbe*¹⁹, la scrittura alfabetica bilingue nasa yuwe-spagnolo (*kive thegnas/guerreros milenarios/cxacxa*²⁰) e rimandi all'oralità, attraverso la citazione «porque por cada indio muerto otros miles nacerán», verso dell'inno della Guardia Indígena. La multimodalità di codici si coniuga a una comunicazione bilingue (spagnolo e nasa yuwe). Nell'ottica della “messa in cammino” della parola di fronte alle

¹⁵ La guardia indígena è un'organizzazione disarmata che agisce in tutela del mantenimento dell'armonia nei territori nasa.

¹⁶ Acronimo di *Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Ejército del Pueblo*, grupo guerrigliero fondato nel 1964. In seguito agli accordi di pace ratificati nel 2016 tra FARC-EP e governo colombiano, sono rimaste attive in Colombia alcune sezioni dissidenti delle FARC-EP che hanno rifiutato di firmare gli accordi o che, in seguito al mancato rispetto da parte del governo colombiano di alcuni punti dell'accordo, hanno deciso di tornare alle armi.

¹⁷ Acronimo di *Movimiento Bolivariano*, sezione politica clandestina delle FARC-EP e, successivamente agli accordi di pace del 2016, delle Dissidenze delle FARC-EP.

¹⁸ Gruppo dissidente delle FARC-EP attivo nella regione del Nordoriente del Cauca.

¹⁹ Il *chumbe* è un tessuto tradizionale delle culture nord-andine. In forma rettangolare, generalmente ha una larghezza di pochi centimetri e una lunghezza di circa due metri. Nelle società nasa il *chumbe* ha due funzioni: la prima è quella di contribuire alla crescita dei neonati spesso caricati sulle spalle dalla madre attraverso la fascia del *chumbe*, cui si attribuiscono capacità di correzione di problematiche di postura dei bambini. La seconda è quella di propagare la storia comunitaria attraverso le simbologie proprie del linguaggio tessile. Uno dei simboli più frequenti è il rombo, o 'occhio di topo', che rappresenta i quattro poteri originari della comunità. È il caso del *chumbe* rappresentato nel murale della Figura 1.

²⁰ Le tre espressioni si traducono come: Guardia Indígena/Guerrieri millenari/Forza.

urgenze locali (Rocha Vivas, 2016; Ferrari, 2020b), la comunità restituisce allo spazio pubblico un messaggio di matrice collettiva, ad opera di membri della Guardia Indigena, di carattere bidirezionale: se i segni in lingua spagnola sono diretti principalmente agli attori che occupano illegalmente il territorio (gruppi armati), i segni in lingua nasa yuwe non sono riservati esclusivamente agli abitanti della comunità che leggono la lingua autoctona; l'attribuzione allo spazio pubblico della lingua ancestrale nasa vuole esplicitare e performare gli sforzi per il ristabilimento delle relazioni culturali, politiche e spirituali tra la comunità e il proprio territorio.

Figura 2. *Cimitero di Toribío, 28 aprile 2019. Fotografia dell'autore*



Figura 3. *Cimitero di Toribío, 7 settembre 2022. Fotografia dell'autore*



Le dispute nel PL della regione di Toribío sono caratterizzate da molteplici sovrapposizioni tra segni attribuibili a differenti attori sociali. In uno sguardo diacronico, tali cambiamenti restituiscono una traccia storica delle diverse fasi dei processi di resistenza territoriale della comunità nasa: nell'ottica della ciclicità del tempo andino, diversi pensatori nasa interpretano la storia locale a partire da cicli di resistenza di maggiore o minore intensità, a seconda del grado di organizzazione di processi di autotutela dalle invasioni armate raggiunti in un determinato momento storico (Almendra, 2017). Tali fasi sono conservate nei cambiamenti di determinate unità del PL dei territori nasa nel corso degli anni. Le Figure 2 e 3 rappresentano la facciata d'ingresso del cimitero di Toribío. Nella prima immagine, scattata nell'aprile del 2019, l'unità del PL è caratterizzata da due voci: quella del gruppo armato dell'EPL²¹, attivo nel territorio fino al 2019, in rosso, e quella delle Guardie Indigene, le quali si firmano con i colori della bandiera dei popoli indigeni del Cauca (rosso-verde) e con un'espressione in lingua nasa yuwe, *Kive Thegnas*, traduzione di 'guardia indigena' in lingua nasa yuwe (letteralmente, 'guardiani della terra'). Al contempo, alcuni segni realizzati dalla comunità nasa modificano le firme del gruppo armato EPL per rendere meno riconoscibile il loro acronimo. Se l'alterazione del segno tracciato dal gruppo guerrigliero vuole delegittimare la presenza di organizzazioni armate nel territorio, l'uso del nasa yuwe restituisce legittimità culturale alla comunità, di fronte ai tentativi di imposizione violenta di un controllo militare esterno.

La disputa attraverso il PL assume maggiore densità simbolica alla luce dello spazio scelto per la generazione di segni: l'entrata del cimitero del villaggio di Toribío, epicentro delle memorie comunitarie relative alle vittime civili del conflitto armato interno colombiano (Ferrari, 2020a). Nello stesso contesto geografico, l'immagine del 2022 restituisce un quadro differente e sintomatico di un altro momento nel ciclo della resistenza nasa. A partire dall'agosto del 2019, infatti, l'intensificazione dell'attività militare delle Dissidenze delle FARC-EP nella regione si è tradotta in una persecuzione sistematica delle Guardie Indigene nel territorio. Minacce, ferimenti ed omicidi di Guardie Indigene durante lo svolgimento delle loro attività di controllo territoriale hanno limitato la loro possibilità di azione comunitaria, in particolare dopo il tragico episodio del Massacro di La Luz, nel municipio di Toribío, il 29 ottobre 2019. Nell'occasione, membri del fronte Dagoberto Ramos delle Dissidenze delle FARC hanno ucciso a colpi di fucile la governatrice indigena Cristina Bautista e quattro guardie indigene di Toribío. Alla strage di La Luz ha fatto seguito un silenziamento simbolico dell'organizzazione comunitaria della Guardia Indigena, tradottasi in una diminuzione delle loro significazioni nel PL del territorio, in cui appaiono con maggiore frequenza le firme delle Dissidenze delle FARC-EP, a restituire il doloroso ciclo di debilitamento della resistenza territoriale comunitaria nasa a Toribío.

Altre unità del PL sono caratterizzate da un maggiore grado di istituzionalizzazione comunicativa da parte della comunità nasa. In alcune aree della regione, gli interventi nel PL sono strutturati in progetti organizzati volti a ripristinare l'autodeterminazione culturale nel territorio. È il caso delle cosiddette *mingas muralistas*: eventi che riuniscono artisti di diversa provenienza per cancellare le tracce di attori armati e raffigurare, nelle pareti dello spazio pubblico (pareti di case, istituzioni educative, organizzazioni politiche) di diversi villaggi del Cauca, immagini e testi legati alla cultura nasa. È il caso del murale rappresentato nella Figura 4, realizzato presso il centro di educazione interculturale CECIDIC durante una delle *mingas muralistas* di Toribío, le quali si svolgono con cadenza

²¹ È l'acronimo di *Ejército Popular de Liberación*, gruppo guerrigliero di matrice maoista attivo dal 1965. A partire dagli accordi di pace del 2016, si contende con le Dissidenze delle FARC il controllo militare di alcune regioni del Cauca ad alta presenza di coltivazioni di coca e marijuana ad uso illecito.

irregolare a partire dal 2013. L'immagine raffigura due guardie indigene uccise da gruppi armati organizzati durante un'azione di controllo territoriale. Il disegno è accompagnato dalla scritta *Kime Thegnas*, da una rappresentazione iconografica della visione spirale del tempo nasa e da due immagini che intessono la dimensione spirituale e politica del processo di difesa del territorio nasa: il sole, elemento di alto valore spirituale nelle cosmogonie tradizionali, e una *vara de mando*, bastone utilizzato dalle autorità indigene locali che simbolizza la connessione tra persone e territorio. Infine, ai margini inferiori dell'immagine appaiono due rappresentazioni del linguaggio tessile del *chumbe*, in una forma romboidale che richiama i quattro spiriti protagonisti delle cosmogonie nasa.

Anche in questo caso, l'unità del PL dà spazio a una disputa visiva: nel bordo inferiore del copricapo indossato dalla Guardia Indigena raffigurata nella parte destra del murale, appare in bianco la scritta "Dagoberto R": la denominazione, incompleta, del fronte delle Dissidenze delle FARC-EP attivo nel territorio. L'operazione di delegittimazione della resistenza comunitaria agisce con un intervento scritto che profana il processo di costituzione di una memoria territoriale della Guardia Indigena, riaffermando al contempo la rivendicazione della presenza militare in un luogo di pace (una scuola). Al di là dell'intervento delle Dissidenze, l'unità del PL analizzata permette, nella prospettiva enunciativa della comunità nasa, un dialogo semiotico tra le cosmogonie proprie (simbologie del sole, bastone e del *chumbe*) e l'esperienza politica collettiva della Guardia Indigena, consegnando allo spazio pubblico un atto di memoria che rileva l'eredità territoriale del sacrificio. In questi termini, gli interventi della *minga muralista* nel PL conformano una pratica bidirezionale *da e verso* la collettività. Lo stesso utilizzo dell'espressione *mingas* rimanda a un'ulteriore integrazione, nelle riflessioni relative agli interventi di matrice linguistico-semiotica nello spazio pubblico nasa, di un concetto proprio delle cosmovisioni centroandine: la *minka*, o *minga*, nozione ereditata dalle culture quechua che traduce, nell'attualità, un'azione collettiva realizzata per il beneficio della comunità (Escobar, 2011), rimarcando il carattere collaborativo e performativo della generazione di significati nel PL attraverso graffiti e murales nelle società nasa.

Figura 4. Parete dell'istituto educativo CECIDIC (Toribío), 16 settembre 2022. (Fotografia realizzata dall'autore)



3.2. Misak: scrivere per sanare lo spazio pubblico

In una concezione parzialmente assimilabile alle proposte epistemiche nasa, le cosmovisioni delle contigue società nordandine dei misak, che trovano nel *resguardo* di Silvia il loro epicentro culturale, propongono una visione dell'atto comunicativo come un'azione di *desenrollo*, o 'srotolamento' simbolico, della figura spirale con cui è rappresentata la temporalità propria (Arcia-Grajales, 2021). Tale srotolamento implica una prospettiva *de caracol*²² della storia, in cui le vicende passate si posizionano in una dimensione di "futurità" (Dreidemie, 2022), e viceversa il futuro contiene, nella propria consistenza ontologica, i crismi dei miti cosmogonici, delle figure politiche di riferimento della storia misak e delle vicende di resistenza avvenute in epoche anteriori. A questa visione spirale della storia e delle temporalità sono collegate le prospettive comunicative, narrative ed estetiche della comunità misak. Come nel caso delle cosmovisioni nasa, l'azione di raccontare corrisponde a un cammino permanente lungo il territorio, in cui la parola orale esercita la sua funzione di decodificazione dei luoghi sacri dello spazio pubblico (Santos-Granero, 2004). Nelle "cosmo-vivenze" misak, l'espressione orale in lingua *namuy wam*²³ permette l'attivazione costante di un legame triangolato tra parola, corpo e territorio (Arcia-Grajales, 2021; Gallego Cortés, 2018), garantendo così la sopravvivenza culturale della società misak, in una relazione biunivoca di *linchap*, o reciprocità, con lo spazio circostante (Zapata Salcedo, Popayán Jaramillo, 2008). Nell'ottica di una dimensione orale capace di assumere i flussi e le multiformità spirali della storia, per cui «caminar es recordar» (Gallego Cortés, 2018: 1396), secondo i misak l'azione di scrivere alfabeticamente, lineare e univoca, corrisponde tradizionalmente a una forma di "andare al contrario" (Obando Villota, 2019) rispetto al corso della realtà.

Negli ultimi due decenni, tuttavia, le tradizionali prospettive misak sulla storia e sulla comunicazione proprie hanno subito una serie di processi di riconfigurazione (Pisso Concha, 2022), trainati da proposte culturali e politiche spirituali innovative, integrali ed inclusive, spesso messe in atto dalle nuove generazioni misak (Rojas Sotelo, 2023: 77). Tali percorsi sociali sono stati elaborati per fare fronte alle urgenze sociali contemporanee del conflitto armato, dello sfruttamento dei propri territori da parte di gruppi multinazionali del settore minerario, dell'esclusione dei modelli di società proposti dalle comunità indigene andine dai progetti di sviluppo dello Stato colombiano (Acosta, 2007; Arcia-Grajales, 2021). Il rinnovamento della concezione di resistenza politica della comunità misak è sintetizzabile nel motto associato alla saggezza popolare guambiana: «recuperar la tierra para recuperarlo todo» (Arcia-Grajales, 2021), inizialmente condizionato ai processi di occupazione e recupero di terre ancestrali nel corso degli anni Ottanta. Negli anni successivi, la nozione ha acquisito una dimensione interlocale (Escobar, 2011), valicando i confini dei *resguardos* misak per proporre una lotta politica, culturale e comunicativa di orizzonte nazionale e continentale. L'azione di recupero della terra assume, in questa chiave, un valore di riappropriazione simbolica dei cosiddetti «territorios del imaginario» (Almendra, 2017: 202): "recuperarlo todo" implica un'operazione di decolonizzazione degli immaginari, storici e politici, in un percorso di riappropriazione etnica delle rappresentazioni epistemiche negate: un processo di decolonizzazione del territorio (Mavisoy Muchavisoy, 2018: 239) che passa in primo luogo dal recupero semantico dello spazio (ivi: 245). In questo cammino, al contempo etnico e interculturale, le nuove dinamiche di significazione del territorio passano anche dalla

²² Letteralmente: in forma di chiocciola, o di guscio di lumaca.

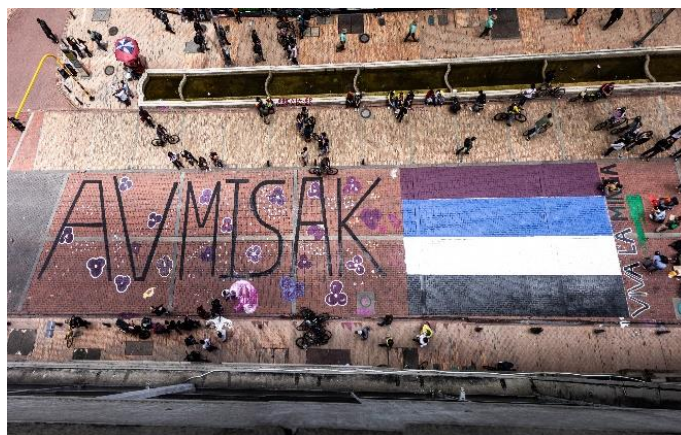
²³ Lingua parlata dalla popolazione misak o guambiana.

scrittura alfabetica, integrata come «apuesta para que los jóvenes misak sepan interpretar el pensamiento propio desde la escritura» (Aranda Jambo, 2023).

In questo ordine di idee, ovvero nell'ottica di «restaurar el interrumpido hilo histórico de la existencia» (Gallego Cortés, 2018: 1396), è possibile inquadrare le azioni di abbattimento di statue di conquistatori da parte della comunità misak. La rimozione nel settembre 2020 della statua equestre di Sebastián Belalcazar²⁴ a Popayán, situata sulla vetta del Morro de Tulcán, piramide precolombina e luogo sacro per le società indigene locali, è stato seguito da un giudizio simbolico di condanna della figura del conquistatore spagnolo realizzato da alcuni membri dell'AISO²⁵. L'anno successivo, durante le proteste massive contro il governo di Iván Duque di aprile e maggio 2021, alcuni indigeni misak, coadiuvati da manifestanti urbani, abbattono le statue di Sebastián Belalcazar a Cali e di Gonzalo Jiménez de Quesada a Bogotá. Le azioni della comunità misak aprono spazio a un intenso dibattito critico sulle relazioni tra memoria, immaginari storici e occupazione del territorio, tanto negli spazi accademici come nell'opinione pubblica (cfr. Vargas Álvarez, 2022; Rojas Sotelo, 2023).

Sebbene si collochino in dialogo esplicito con la stagione internazionale dell'iconoclastia dei monumenti e con la trasformazione, durante le mobilitazioni del 2021, degli spazi urbani colombiani in città performative (Vargas Álvarez, 2022: 24), le azioni contro i monumenti della comunità misak sono configurabili parallelamente nell'ambito delle rinnovate percezioni epistemiche della propria posizione sociale, spirituale e comunicativa nel territorio nazionale. L'approccio di orizzontalità radicale (Rojas Sotelo, 2023) sotteso a tali pratiche riproduce una prospettiva di recupero dello spazio ontologico di esistenza e di possibilità enunciative della parola propria: il 'territorio dell'immaginario' (Almendra, 2017). Nel principio del *recuperar la tierra para recuperarlo todo*, gli interventi sul PL realizzati da gruppi misak in seguito, o parallelamente, alle azioni iconoclaste, condensano la svolta epistemologica di tali proposte comunicative. Si prendano ad esempio i fatti di Bogotá, nel maggio del 2021. In seguito all'abbattimento della statua di Gonzalo Jiménez de Quesada, un gruppo di indigeni misak, accompagnati da membri di collettivi urbani e organizzazioni universitarie, ha realizzato una serie di operazioni di ridenominazione toponimica di alcuni spazi della capitale colombiana. Attraverso alcuni interventi eclatanti nel PL della via limitrofa (e omonima) alla statua, l'Avenida Jiménez è stata ribattezzata simbolicamente "Avenida Misak".

Figura 5. (Crediti: Daniel Camargo)



²⁴ Conquistatore spagnolo, fondatore della Popayán coloniale.

²⁵ Autoridades Indígenas del Sur Occidente.

Figura 6. (Da: *CartelUrbano.com*)



Figura 7. (Crediti: *FLD*)



Figura 8. (Crediti: *Tensaradio*)



Gli interventi nel PL proposti dalle comunità misak nei giorni delle mobilitazioni sociali di maggio 2021, cui faranno seguito esercizi simili in altre zone di Bogotá e Cali, si coniugano, in prima istanza, come forme di comunicazione insorgente nel contesto delle categorie normative proprie del PL urbano. Il nuovo nome attribuito alla via, apportato sopra la dicitura “Avenida Jiménez” con colori e caratteri tipici della tipografia dei segnali nome-strada (Figura 6), è riportato anche in altri spazi: in un esteso murale realizzato sulla carreggiata della via, accompagnato dalla bandiera del popolo guambiano, dai colori rossoverdi delle società indigene del Cauca e dalla dicitura “viva la minga” (Figura 5), realizzato in un esercizio interculturale di collaborazione tra artisti urbani e membri della comunità misak; in alcune piastrelle di edifici che affacciano sulla via, insieme a un’immagine propria del linguaggio tessile tradizionale misak (Figura 7); a ridosso della base della statua di Jiménez de Quesada, con una scritta “Avenida Misak” apportata su una superficie in cartone e una donna misak che si sostituisce, simbolicamente, alla figura del conquistatore (Figura 8).

Nella capitale del Paese, le rivendicazioni territoriali e politiche misak assumono una dimensione storica attraverso l’appropriazione dello strumento della scrittura alfabetica, dove la lingua dominante (spagnolo) è accompagnata in una proposta oralitigrafica da una rappresentazione iconografica di un tessuto romboidale tradizionale misak (Figura 5). In una messa in atto delle cosmovisioni proprie, la pratica della scrittura diviene *desenrollo* o “srotolamento” lineare del sapere proprio, oltre che esercizio di collettività in *minga*. I significati tradizionali attribuiti alla scrittura alfabetica nelle culture misak, ovvero l’implicazione di “andare al contrario”, acquisiscono il significato di sfida e decostruzione delle narrative storiche egemoniche in Colombia. Secondo un principio comune a diverse cosmovisioni andine, la prospettiva spirale dello svolgersi del tempo, applicata all’intervento scritto nello spazio pubblico, permette una seconda possibilità della storia (Cornejo Polar, 2003) e una ridefinizione degli immaginari nazionali, nei cui simboli tradizionali l’esistenza delle società indigene è stata storicamente negata. In questo ordine di idee, l’intervento nel PL urbano diviene forma di riappropriazione del corso della storia e di riaffermazione della dignità culturale. Allo stesso tempo, tali azioni assumono una dimensione rituale di cura. Come segnalato dall’artista indigeno caucano Edinson Quiñones (2023), «la palabra ‘arte’ en las lenguas indígenas no existe: lo que se hace es sanación». Complementarmente, secondo le comunità indigene muisca e diversi popoli indigeni colombiani la terra bogotana «clama por remedio» (Francis, 2000) e nello spazio metropolitano di Bogotá convergono tensioni e contraddizioni della società colombiana contemporanea. In questa chiave, l’intervento misak nel PL metropolitano si configura in un più ampio spettro di azioni che traducono intenzioni spirituali di ‘cura’ della città: l’azione misak offre un rimedio simbolico al deterioramento dei tessuti sociali urbani, con l’obiettivo di ristabilire il carattere simbiotico della relazione ‘gente-terra’, nell’ottica del *recuperar la tierra para recuperarlo todo*. In questo senso, un’immagine offerta dalle proteste del 2021 a Bogotá restituisce una sintesi figurata della concezione terapeutica della significazione del territorio secondo i misak: il 20 giugno 2021, alcuni esponenti della comunità indigena muisca di Bogotá realizzano una cerimonia funeraria in onore della statua di Jiménez de Quesada, abbattuta alcune settimane prima dalla comunità misak. Nei pressi della sede municipale della Candelaria, in un gesto sostanzialmente inedito, esponenti del Cabildo muisca realizzano un rituale tradizionale di armonizzazione spirituale che permette il perdono, la degna sepoltura e la riconciliazione, armonica e sanatrice, del conquistatore Jiménez de Quesada con il territorio di Bogotá (Langebaek, 2023).

4. CONSIDERAZIONI FINALI

Il nascente interesse della sociolinguistica per lo studio del PL in aree geoculturali amerindiane impone l'apertura di uno spazio di dialogo disciplinare con le epistemologie indigene contemporanee. I processi di produzione di significato nel territorio attraverso interventi scritti nello spazio pubblico, nelle prospettive e cosmovisioni di diverse società indigene, implicano la necessità di mettere in discussione le nozioni egemoniche di territorio, temporalità e scrittura. In questo senso, le considerazioni teorico-metodologiche suggerite nel saggio propongono una ricalibratura degli approcci di studio al PL indigeno contemporaneo, assumendo come punto di partenza l'analisi del valore epistemico della scrittura "fuori dal testo" nelle cosmovisioni amerindiane di riferimento. In secondo luogo, la proposta di integrazione delle categorie analitiche di *oralitigrafie* e *multiliteracies* ambisce a definire una maggiore orizzontalità metodologica nello studio delle diverse tipologie di scrittura in atto nei segni del PL realizzati da membri di comunità indigene.

I valori spirituali, comunicativi, storici e politici degli interventi di codificazione e lettura del territorio rappresentano nel loro complesso un prisma analitico imprescindibile per determinare punti di contatto tra le epistemologie indigene contemporanee e gli studi sul PL. Nel contesto della tensione epistemica tra le attuali rivendicazioni politiche di autonomia culturale e le secolari pratiche di conservazione di forme di trasmissione del sapere tradizionali, risulta altresì necessario evitare essenzialismi etnico-culturalisti, i quali rischiano di appiattire luoghi di enunciazione e di produzione di segni nel PL eterogenei e caratterizzati, talvolta, da una dimensione profondamente interculturale.

In questa chiave, nel caso delle culture prese in analisi (nasa e misak), è stata approfondita la relazione tra cosmovisioni proprie e scrittura nel territorio, prendendo in analisi alcuni casi recenti di intervento nel PL da parte di membri delle rispettive comunità. Per ciò che concerne le società nasa, è stata delineata la relazione tra spazio e trasmissione dei saperi, nel quadro del valore archivistico, enunciativo e narrativo del territorio. Nello stesso ordine di idee, e nel contesto sociale del conflitto armato interno colombiano, sono stati rilevati i valori di resistenza culturale, di riappropriazione simbolica e di enunciazione collettiva vincolati agli interventi nel PL del territorio nasa, interpretati come messa in atto del principio epistemico della 'parola incamminata'. Nel caso delle azioni misak, è stato messo in luce il significato politico, culturale e spirituale dei recenti interventi della comunità nel PL di Bogotá, durante le mobilitazioni sociali del maggio 2021, a partire da un approfondimento delle concezioni di storia, scrittura e comunicazione nelle cosmovisioni guambiane. Allo stesso modo, è stato rilevato il valore del PL in quanto spazio di impulso a un rinnovamento delle forme tradizionali di conservazione del sapere, nuovo territorio di rivendicazioni storiche, possibilità di riscrittura, in una chiave spazio-temporale andina, degli immaginari e delle simbologie del territorio nazionale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Acosta G. (2007), «Participación de la mujer guambiana en el plan integral de vida, Guambia, Colombia», in Donato L. M. *et al.* (a cura di), *Mujeres indígenas, territorialidad y biodiversidad en el contexto latinoamericano*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Albizú F. (2006), "Nombrar al "Otro"", in *Babel*, 13, pp. 161-192.

- Almendra V. (2017), *Entre la emancipación y la captura. Memorias y caminos desde la lucha Nasa en Colombia*, Grietas Editores, Messico.
- Aranda Jambo J. M. (2023), intervento nel panel: «Educación propia e intercultural para la sanación» del *Primer Encuentro de Pueblos Originarios*, 11 agosto 2023, Centro Nacional de las Artes Delia Zapata Olivella, Teatro Colón, Bogotá.
- Arcia-Grajales J. H. (2021), “Pensamiento situado en ‘Recuperar la tierra para recuperarlo todo’ en el pueblo originario Misak (Cauca), Colombia”, in *HiSTOReLo. Revista de Historia Regional y Local*, 13, 26, pp. 14-36.
- Ariolfo R. (2017), “Visibilidad y percepción del español en el paisaje lingüístico genovés”, in *Lingue e linguaggi*, 21, pp. 7-25.
- Arvelo-Jiménez N. (2014), “Movimientos etnopolíticos contemporáneos y sus raíces organizacionales en el Sistema de Interdependencia Regional del Orinoco”, in *Anuario Antropológico*, 39, 2, pp. 133-160.
- Basso K. H. (1988), “«Speaking with Names»: Language and Landscape among the Western Apache”, in *Cultural Anthropology*, 3, 2, pp. 99-130.
- Ben Said S., Shegar C. (2013), “Compliance, Negotiation, and Resistance in Teachers’ Spatial Construction of Professional Identities”, in Ben Said S., Jun Zhang L. (eds.), *Language Teachers and Teaching: Global Perspectives, Local Initiatives*, Routledge, London.
- Bengoa J. (2009), “Una segunda etapa de la Emergencia Indígena en América Latina?”, in *Cuadernos de Antropología Social*, 29, pp. 7-22.
- Benton Zavala A. M. (2017), “Paisaje Lingüístico en Tosepan Kalnemachtilyan: ‘lecturas’ sobre educación intercultural y revitalización”, in *Proceedings of the conference “XIV Congreso Nacional de Investigación Educativa”*, San Luis, Potosí, Mexico, 20-24 November 2017.
- Calvi M. V. (2018), “Paisajes lingüísticos hispánicos: panorama de estudios y nuevas perspectivas”, in *Lynx. Panorámica de Estudios Lingüísticos*, 17, pp. 5-60.
- Calvi M. V. (2021), “The act of naming in the Hispanic linguistic landscape of Milan”, in Gubitosi P., Ramos Pellicia M. F. (eds.), *Linguistic Landscape in the Spanish-speaking World*, John Benjamins, Amsterdam-Philadelphia, pp. 215-238.
- Calvi M. V., Ferrari S., Pontrandolfo G. (2021), “Lo italiano en el paisaje lingüístico de Buenos Aires. Lengua, cultura, inmigración”, in *Confluente*, 13, 2, pp. 428-474.
- Cárdenas-Neira C., Pérez-Arredondo C. (2021), “Prácticas discursivas insurgentes y ocupación de espacios urbanos: análisis de los paisajes semióticos creados en dos ciudades de Chile durante la revuelta social (2019–2020)”, in *Hispanic Studies and Researches on Spain, Portugal and Latin America*, 98, pp. 1165-1190.
- Córdova-Hernández L., Yataco M. (2019), “Paisaje en lenguas indígenas latinoamericanas: representaciones, reivindicaciones y consumo”, in *Signo y Seña*, 35, pp. 89-106.
- Córdova-Hernández L., López-Gopar M., Sughrua W. (2017), “From Linguistic Landscape to Semiotic Landscape: Indigenous Language Revitalization and Literacy”, in *Studie z aplikovane lingvistiky*, 2, pp. 7-21.
- Cornejo Polar A. (2003), *Escribir en el aire*, Centro de Estudios Literarios Antonio Cornejo Polar - CELACP, Lima.
- DANE = Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Gobierno de Colombia, (2019), *Población Indígena de Colombia. Resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda de 2018*.
- Del Valle Núñez E. (2020), “El paisaje lingüístico Nahua en Santa Ana lacotenco, Ciudad de México: El ejercicio de un derecho indígena”, in *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, 12, pp. 163-178.
- Delgado M. (2011), *El espacio público como ideología*, Catarata, Madrid.

- Dreidemie P. (2022), “Habitar diversos mundos: el hacer artesanal en la comunalización indígena”, in *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, 171, <https://doi.org/10.18682/cdc.vi171.7111ESTERMAN>.
- Escobar A. (2011), “Una minga para el posdesarrollo”, in *Signo y pensamiento*, 30, 58, pp. 278-284.
- Estermann J. (2014), *Cruz y Coca: hacia la descolonización de la religión y la teología*, Abya Yala, Quito.
- Farias M., Clavijo Olarte A. (2017), “Análisis exploratorio de discurso homofóbico multimodal en Santiago de Chile y Bogotá”, in *Discurso y sociedad*, 11, 1, pp. 47-69.
- Faust F. (2001), “Cauca indígena”, in Barona G., Gnecco C. (eds.), *Territorios posibles-historia, geografía y cultura del Cauca*, Universidad del Cauca, Popayán.
- Favre H. (1998), *El indigenismo*, FCE, México.
- Ferrari S. (2020a), “Escribirse en el territorio, resistir en las piedras: conflicto armado y luchas indígenas en el Cauca Nasa (Colombia)”, in Cattarulla C. (coord.), *Imaginario Testimoniales Latinoamericanos en contextos de violencia: sueños, lugares, actores*, Nova Delphi S.R.L., Roma, pp. 57-73.
- Ferrari S. (2020b), “Wilma Almendra y el Palabrandar Indígena: hacia una integración de saberes desde la Abya Yala”, in Perassi E., Guadarrama González P. (eds.), *Integración en la globalización*, Penguin Random House, Bogotá, pp. 195-223.
- Ferrari S. (2022), “Palabrandar el mito: el relato fundacional nasa de Juan Tama en la versión oralitegráfica de Gustavo Yonda”, in *Orillas*, 11, pp. 149-170.
- FILAC (2020), *Revitalización de Lenguas Indígenas. INFORME REGIONAL. Pueblos e idiomas indígenas en América Latina y el Caribe: situación actual y perspectivas*, La Paz.
- Francis J. M. (2000), “«La tierra clama por remedio»: la conquista espiritual del territorio muisca, in *Fronteras De La Historia*, 5, pp. 93-118: <https://doi.org/10.22380/20274688.718>.
- Gallego Cortés C. (2018), “Educación Permanente en el fogón. Conductas-contraconductas del pueblo originario Misak”, relazione presentata nella III Biental Latinoamericana y Caribeña de Infancias y Juventudes. Desigualdades, Desafíos a las Democracias, Memorias y Re-existencias, 30 de julio – 3 de agosto, Manizales, Caldas, Colombia.
- Gonzalo Zambrano C. E. (2020), “Español como lengua de migración en Roraima y las nuevas políticas lingüísticas horizontales y verticales”, in *ANAIS XI congresso brasileiro de hispanistas*, Realize Editora, Campina Grande, PB: https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/hispanistas/2020/5ff6dfe48f2e_e_07012021071812.pdf.
- Guesse É. B. (2011), “Da oralidade à escrita: os mitos e a literatura indígena no Brasil”, in *Anais do SILEL*, 2, 2, pp. 1-11.
- Hassa S., Krajcik C. (2016), “«Un peso, mamil». Linguistic landscape and transnationalism discourses in Washington Heights, New York City”, in *Linguistic Landscape. An international journal*, 2, 2, pp. 157-181.
- Hipperdinger Y. H. (2018), “Coexistencia interlingüística en un paisaje lingüístico urbano. Español y otras lenguas en denominaciones comerciales de Bahía Blanca (Argentina)”, in *Itinerarios*, 27, pp. 193-216.
- Hirsh S. M. (2019), “Narrativas visuales de los tapietes: arte mural en una comunidad indígena del norte argentino”, in *Revista del Cisen Tramas/Maepova*, 7, 2, pp. 45-62.
- Imbago Ortiz E. (2022), *Análisis del paisaje lingüístico visual en la ciudad de San Pedro de Cayambe*, Tesi di laurea, Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Quito.
- Jamiy Juagibioy H. (2010), *Bínybe Oboyejuayeng / Danzantes del viento*, Ministerio de la Cultura, Bogotá.

- Kress G. (2000), "Design and transformation: New theories of meaning", in Cope B., Kalantzis M. (eds.), *Multiliteracies: Literacy learning and the design of social futures*, Routledge, London, pp. 153-161.
- Kubiak E. (2019), "Apu, kausachun y Tawantinsuyo. Quechuismos en los nombres propios de los movimientos políticos regionales. En el margen de los estudios sobre el paisaje lingüístico cusqueño", in López A. M., Barak M., Klosinska A., Kobylecka E. (eds.), *Voces dialogantes. Estudios en homenaje al profesor Władysław Nowikow*; Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Lodz.
- Landry R., Bourhis R. Y. (1997), «Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study», in *Journal of language and social psychology*, 16, 1, pp. 23-49.
- Langebaek C. H. (2023), *Conquistadores e indios. La historia no contada*, Penguin Random House, Bogotá.
- Leizaola A., Egaña M. (2012), "Le paysage linguistique dans l'Eurocité basque. La signalétique routière dans une région plurilingue et transfrontalière", in *Analyse culturelle du paysage: le paysage comme enjeu*. Actes du 135e Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, «Paysages», Neuchâtel, 2010, Editions du CTHS, Paris, pp. 98-112.
- Mariottini L. (2019), "Paisaje lingüístico y migración latinoamericana en Roma", in *Anuario L/L. Estudios Lingüísticos*, pp. 219-247.
- Mavisoy Muchavisoy W. J. (2018), "El conocimiento indígena para descolonizar el territorio. La experiencia Kamentsá (Colombia)", in *Nómadas*, 48, pp. 239-248.
- Martín Rojo L. (2022), *Paisajes lingüísticos de los movimientos de protesta (Linguistic Landscapes of Protest Movements)*, Routledge, London.
- Niehues Gasparin M., Jung N., Pires Santos M. E. (2021), "El paisaje lingüístico del turismo como política y representación socio-cultural en Puerto Iguazú-Argentina", in *Interfaces*, 12, 1, pp. 123-140.
- Obando Villota L. (2019), *Pensando y educando desde el corazón de la montaña. La historia de un intelectual indígena Misak: Avelino Dagua Hurtado*, Editorial Universidad del Cauca, Popayán.
- Offen K. (2009), "O mapeas o te mapean: mapeo indígena y negro en América Latina", in *Tabula Rasa*, 10, pp. 163-190.
- Osorio Calvo C. A. (2017), "Religiosidad e identidad: la lucha indígena como resistencia territorial desde la Espiritualidad", in *Kavilando*, 9, 1, pp. 184-203.
- Pastor A. (2021), "Ethnolinguistic vitality and linguistic landscape: The status of Spanish in Dallas, TX", in Gubitosi P., Ramos Pellicia M. F. (eds.), *Linguistic Landscape in the Spanish-speaking World*, John Benjamins, Amsterdam-Philadelphia, pp. 73-104.
- Pisso Concha J. P. (2022), "Capital Simbólico del indígena Misak contemporáneo en la cibercultura", in *Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas*, 26, 51, pp. 83-113.
- Puma Nunacuri C., Narváez D. (2021), "Linguistic landscape in Otavalo: Kichwa, Spanish or English?", in Gubitosi P., Ramos Pellicia M. F. (eds.), *Linguistic Landscape in the Spanish-speaking World*, John Benjamins, Amsterdam-Philadelphia, pp. 313-340.
- Quiñones E. (2023), intervento nel panel: «Educación propia e intercultural para la sanación», del *Primer Encuentro de Pueblos Originarios*, 11 agosto 2023, Centro Nacional de las Artes Delia Zapata Olivella, Teatro Colón, Bogotá.
- Rama A. (1998), *La ciudad letrada*, Arca, Montevideo.
- Rappaport J. (2004), "La geografía y la concepción de la historia de los nasa", in Surrallés A., García Hierro P. (eds.), *Tierra adentro: Territorio indígena y percepción del entorno*, International Work Group for Indigenous Affairs (IWGIA), Copenhagen, pp. 173-186.

- Rappaport J., Cummins T. (2016), *Más allá de la ciudad letrada: letramientos indígenas en los Andes*, Editorial Universidad del Rosario, Bogotá.
- Rebollo Couto L., Izquierdo Marinero S., Barbosa de Lima F., Vargas M. C. (2019), “Paisaje lingüístico en la plaza Kantuta retratos de la inmigración boliviana en São Paulo”, in *Archiletras científica: revista de investigación de lengua y letras*, 2, pp. 293-313.
- Rocha Vivas M. (2016), *Mingas de la palabra*, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Rojas-Sotelo M. (2023), *Territorio Encarnado: Ejercicios de soberanía visual. Visualidades, textualidades y estéticas situadas en la producción artística indígena en Abya Yala*, Academia Superior de Artes de Bogotá, Universidad Distrital Press, Bogotá.
- Rodríguez L. P. (2011), “Hispanoamérica en el paisaje lingüístico de Sevilla”, in *Itinerarios*, 13, pp. 97-129.
- Rodríguez Mir J. (2008), “Los movimientos indígenas en América Latina. Resistencias y alteridades en un mundo globalizado”, in *Gazeta de Antropología*, 24, 2: https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/6928/G24_37Javier_Rodriguez_Mir.pdf?sequence=10&isAllowed=y.
- Rubdy R. (2015), “Conflict and Exclusion: the Linguistic Landscape as an Area of Contestation”, in Rubdy R., Ben Said S. (eds.), *Conflict, Exclusion and Dissent in the Linguistic Landscape*, Palgrave Macmillan, London, pp. 1-24.
- Ruiz Velasco D. (2021), “Paisaje Lingüístico de un pueblo indígena en México: entre lenguas dominantes y lenguas regionales”, in *RASAL Lingüística*, pp. 29-48.
- San Giacomo Trinidad M., Mendoza Hernández D. (2021), “Paisaje lingüístico en dibaku (cuicateco): avances y retos”, in *Anales de antropología*, 55, 2, pp. 63-80.
- Santos-Granero F. (2004), “Escribiendo la historia en el paisaje: espacio, mitología y ritual entre la gente yanasha”, in Surrallés A., García Hierro P. (eds.), *Tierra adentro: Territorio indígena y percepción del entorno*, International Work Group for Indigenous Affairs (IWGIA), Copenhagen, pp. 173-186.
- Shoamy E., Gorter D. (eds.) (2008), *Linguistic Landscape: expanding the scenery*, Routledge, London.
- Sima Lozano E. G. (2023), “Conciencia lingüística hacia la lengua maya en el paisaje lingüístico de Mérida”, in *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 41, pp. 1-21.
- Spier T. E., Ruano J. H. (2021), “Un análisis de la identidad hispana y el paisaje lingüístico en español en Hazleton, Pensilvania (Estados Unidos)”, in *Lenguaje*, 49, 1, pp. 1-27.
- Tallè C. (2016), *Sentieri di parole. Lingue, paesaggio e censo del luogo in una comunità indigena di pescatori nel Messico del Sud*, Seid Editori, Firenze.
- Tallè C. (2021), “Nombrar la tierra es defender los territorios. Experiencias de mapeo colaborativo del territorio de los ikoots de San Mateo del Mar (Oaxaca, México), ante el extractivismo, el despojo y el desastre socio-ambiental”, in *Ichan Tecolotl*, 345: <https://ichan.ciesas.edu.mx/nombrar-la-tierra-es-defender-los-territorios/>.
- UNESCO (2023), *Pueblos indígenas de América Latina y el Caribe*: <https://www.unesco.org/es/node/83544>.
- Vargas Álvarez S. (2022), “Desmonte de la historia y apropiación del espacio público. Derribo e intervención de monumentos durante el Paro Nacional en Colombia (2021)”, in *Crisol*, 21, 1, pp. 1-32.
- Vargas Polanía E. F., Bolaños Iles A., Toro Arévalo S. A., Castiblanco Rodríguez Y. E. (2022), “Existir desde la Relacionalidad; educaciones en la vivencia del saber vivir andino-amazónico desde las entrañas de los pueblos Nasa y Coreguaje de Colombia”, in *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 48, 2, pp. 435-449.
- Vargas-Pardo C. A. (2020), “Literaturas indígenas, etnotexto y oralituras: un corpus en constante redefinición”, in *Caderno de Letras*, 36, pp. 223-240.

- Vivas Hurtado S. (2009), “Vasallos de la escritura alfabética. Riesgo y posibilidad de la literatura aborigen”, in *Estudios de Literatura Colombiana*, 25, pp. 15-34.
- Yataco M., Córdova Hernández L. (2016), “Visibilité et revitalisation des langues autochtones latino-américaines: production d’un paysage linguistique”, in *Droit et cultures. Revue internationale interdisciplinaire*, 72, pp. 127-154.
- Zapata Salcedo D. G., Popayán Jaramillo A. (2008), *Wampía, entre el proceso educativo propio y el mundo escolar*, Tesi di laurea, Instituto de Psicología, Universidad del Valle, Santiago de Cali.

POSTFAZIONE

I PANORAMI LINGUISTICI NELL'EPOCA DELL'ACCELERAZIONE COMUNICATIVA

Carla Bagna¹

Il titolo della monografia *Paesaggio linguistico, variazione e trasformazioni sociali* racchiude alcune delle parole chiave che caratterizzano la ricerca in questo campo in anni recenti. Una rapida rassegna delle pubblicazioni relative al *Linguistic Landscape* (PL, tradotto in italiano come *panorami* o *paesaggi linguistici PL*)²⁶, a marzo 2024, evidenzia, infatti, come sia ricorrente un richiamo alle trasformazioni, rigenerazioni, movimenti translocali o globali, influenze e azioni didattiche che attraverso lo studio dei PL possono essere analizzati. Ugualmente nel volume di Gorter e Cenoz (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape studies*, vengono ricordate le “questioni” che guidano la ricerca nei PL: gli aspetti teorici e metodologici, le applicazioni, l’influenza delle politiche linguistiche, la visibilità delle minoranze linguistiche, il ruolo dei PL nel ridefinire gli spazi educativi. A ciò si associa lo sviluppo che gli studi dei PL hanno avuto nel corso del tempo, grazie all’accelerazione comunicativa di cui i territori sono stati a un tempo vittime e attori principali. I destinatari (più o meno consapevoli) dei PL sono diventati attori attivi del dar voce alle lingue, ai messaggi dei territori, in una sorta di circolo di “influenze” reciproche, di espressioni, di mode, di bisogni. Tutto ciò ha costretto gli studiosi a ridefinire l’oggetto di analisi, e ad andare oltre gli aspetti prettamente linguistico-semiotici che risultavano al centro dell’analisi dei PL due decenni fa. I PL sempre di più sono intesi come area nella quale si affrontano le incipienti o avviate trasformazioni di un luogo o i modi in cui il luogo può essere raccontato, nei suoi conflitti, nella sua ridefinizione di confini più o meno visibili.

Le ricerche e i dati presentati nel volume ruotano intorno a nuclei tematici quali, ad es., le implicazioni didattiche: come affrontano lo studio dei PL le scuole e le università in quanto luoghi nei quali studentesse e studenti possono essere coinvolte/i in una azione dal basso in merito alla percezione, creazione, riflessione sui territori/ambienti nei quali vivono. Ugualmente attraverso i PL i territori vengono letti e analizzati dal punto di vista diacronico, per un’analisi che permetta di comprendere le loro trasformazioni e le loro rappresentazioni. Gli stessi eventi pandemici hanno reso i territori quasi “più pigri” nelle manifestazioni esterne, sui muri (se non per le celebrazioni di un evento sportivo o la memoria di un personaggio scomparso), e i luoghi sembrano più raccontati nell’estemporaneità e labilità dei social che fanno dimenticare le tracce o le rendono virali senza un approfondimento. Per questo motivo alcuni dei contributi qui raccolti si sono concentrati su Milano, per capire quanto la città, nell’immaginario, più rapida nel cogliere le trasformazioni, sia consapevole del proprio territorio “parlante” in continuo cambiamento. La pandemia, nel periodo più duro del 2020, aveva reso meno necessari manifesti e insegne, mentre il post-pandemia ha reso il cittadino ancora più ancorato ai messaggi trasmessi dagli strumenti (app, mappe virtuali) e meno attento ad una urbanità

¹ Università per Stranieri di Siena.

² https://www.zotero.org/groups/216092/linguistic_landscape_bibliography/items/A4KQGH25.

narrata attraverso cartelloni pubblicitari, *soundscape* ecc. Tutto ciò impone agli studi sui PL di evolversi, impone l'implementazione di banche dati interessanti e rilevanti per più discipline e al contempo invita a circoscrivere la nascita (e la caduta) di fenomeni limitati nel tempo e nello spazio, che interessano specifiche città, eventi, gruppi presenti.

La dimensione linguistica, oggetto principale di analisi, è immersa in una dimensione visiva che amplifica il contatto, modella abitudini, esprime rapporti di potere e gerarchie, in parallelo a processi che, ad es., in ambito educativo, si orientano verso una degerarchizzazione delle lingue al fine di promuovere un'educazione plurilingue e interculturale per una cultura democratica (Consiglio dell'Unione Europea, 2022).

Gli studi sui PL in Italia, soffermatisi in un primo momento sulle trasformazioni sociali, demografiche e linguistiche dettate dall'incremento in pochi anni della presenza di immigrati nei contesti urbani, con le loro lingue immigrate, si sono via via ampliati per cogliere l'impatto nella gestione (o non gestione) di azioni di pianificazione linguistica e di educazione linguistica, per smuovere attraverso sperimentazioni, studi di caso ecc. una capacità di leggere e interpretare il territorio circostante, per dare "valore" alle lingue. Dopo oltre venti anni di ricerca italiana rimane ancora poco affrontato come questi studi, se collegati ad analisi provenienti da diverse discipline, possano garantire una gestione migliore e democratica dei luoghi in cui viviamo.

Gli studiosi e i ricercatori che si sono interessati ai panorami linguistici si sono mossi attraverso quartieri, piazze e città, alla ricerca di tracce di lingue visibili, per studiarne consistenza numerica, funzioni e caratteristiche. L'obiettivo di molti studi italiani è stato principalmente quello di porre sotto la lente dell'analisi linguistica la presenza di "altre" lingue, in aggiunta o in sostituzione dell'italiano nel contesto nazionale, in particolare nei contesti urbani a forte presenza migratoria. Innanzitutto, è emerso che la presenza di lingue nei panorami linguistici è determinata da scelte che solo in parte riguardano gli attori/parlanti coinvolti: al contrario, esse possono essere la conseguenza di politiche linguistiche (intese come leggi, regolamenti a livello nazionale e locale, in grado di modificare anche l'organizzazione linguistica di un territorio) che obbligano a modificare insegne, testi, toponomastica ecc. (Spolsky, 2021). A fronte di una immigrazione straniera in Italia che ha raggiunto circa sei milioni di presenze, l'analisi dei panorami linguistici, in particolar modo urbani, permette di "tracciare" le conseguenze linguistiche di tali fenomeni e di intraprendere anche azioni di *language policy* miranti a un più ampio coinvolgimento dei cittadini e alla costruzione di una sensibilità linguistica maggiore.

La "portabilità" e la "polifunzionalità" degli strumenti per la rilevazione (smartphones che fotografano, tracciano, analizzano ecc.), e le potenzialità offerte dall'inserimento dei dati in autonomia da parte di singoli studiosi e cittadini in specifici archivi digitali, rendono conto delle scelte pubbliche e private, *top down* e *bottom up*, via via attuate in merito alla visibilità di testi, messaggi, lingue, immagini, simboli. Si pensi, ad es., al contesto della riqualificazione urbana di alcuni quartieri attraverso graffiti e *street art*, a graffiti celebrativi di artisti o sportivi o a graffiti realizzati per abbellire scuole, luoghi di formazione, o per denunciare le crisi internazionali nelle quali viviamo ecc. L'evoluzione degli strumenti a disposizione per la raccolta dei dati ha permesso di superare la questione dell'unità testuale da considerare nella ricerca sui PL. Da ultimo, la disponibilità, con diffusione immediata, di immagini, slogan e testi – in televisione, nei social network, nella comunicazione pubblicitaria, nei cosiddetti *meme* o nelle vignette riferiti ad eventi specifici, dalla crisi ambientale alle guerre – permette di parlare di una "replicabilità" dei panorami reali e virtuali. In questo insieme di studi e ricerche, come ha evidenziato il volume di Bellinzona (2021), nel momento attuale una delle sfide più rilevanti, per la ricerca, la formazione, è all'interno dei contesti educativi, nel cosiddetto *schoolscape*, fisicamente

offerto nelle aule e nei corridoi di scuole o università o riprodotto attraverso la realtà aumentata o l'intelligenza artificiale, o amplificato a scopi didattici. Su quest'ultimo aspetto i lavori di Malinowski (2015), Gorter (2018), Malinowski, Maxim, Dubreil (2020), Niedt, Seals (2021), Krompák, Fernández-Mallat, Meyer (2021), Melo-Pfeifer (2023) e anche alcune riflessioni italiane (Bagna, Gallina, Machetti, 2018) potranno restituire a insegnanti, famiglie, territori una dimensione di gestione del contatto linguistico e un ruolo dell'input linguistico aggiornato.

Lo studio dei panorami linguistici e il *Linguistic Landscape*, inteso come disciplina e come approccio, offre al ricercatore che si colloca in un contesto italiano, in un contesto urbano o scolastico o anche alla ricerca di tracce di italiano nel mondo e di italiano in contatto con altre lingue nel mondo, una dimensione di applicazione ampia, i cui benefici si ricollegano al tema della valorizzazione dello spazio linguistico e dei repertori linguistici.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Bagna C., Gallina F., Machetti S. (2018), “L’approccio del Linguistic Landscape applicato alla didattica dell’italiano L2 per studenti internazionali”, in Coonan C. M. *et al.* (a cura di), *La didattica delle lingue nel nuovo millennio: le sfide dell’internazionalizzazione*, Edizioni Ca’ Foscari, Venezia, pp. 219-231:
https://edizionicafoscari.unive.it/media/pdf/books/978-88-6969-228-4/978-88-6969-228-4-ch-14_42H1Kdz.pdf.
- Barni M., Bagna C. (2015), “The critical turn in PL: New methodologies and new items in PL”, in *Linguistic Landscape*, 1, 1, pp. 6-18.
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic Landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Consiglio dell’Unione Europea (2022), *Raccomandazione sull’importanza dell’educazione plurilingue e interculturale per una cultura democratica*:
<https://www.ecml.at/Portals/1/documents/about-us/recommendation-IT.pdf?ver=2023-06-30-092440-130>.
- Gorter D. (2018), “Linguistic landscapes and trends in the study of schoolsapes”, in *Linguistics and Education*, 44, pp. 80-85:
<https://doi.org/10.1016/j.linged.2017.10.001>.
- Gorter D., Cenoz J. (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape studies*, Multilingual Matters, Bristol.
- Krompák E., Fernández V., Meyer S. (eds.) (2021), *Linguistic Landscape and Educational Spaces*, Multilingual Matters, Clevedon, Buffalo, Toronto.
- Malinowski D. (2015), “Opening spaces of learning in the linguistic landscape”, in *Linguistic Landscape*, 1, 1, pp. 95-113: <https://doi.org/10.1075/PL.1.1-2.06mal>.
- Malinowski D., Maxim H., Dubreil S. (2020), *Language teaching in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Cham.
- Melo-Pfeifer S. (ed.) (2023), *Linguistic Landscapes in Language and Teacher Education: Multilingual Teaching and Learning Inside and Beyond the Classroom*, Springer, Cham.
- Niedt G., Seals C. (2021), *Linguistic Landscapes beyond the Language Classroom*, Bloomsbury Academic, New York.
- Spolsky B. (2021), *Rethinking Language Policy*, Edinburgh University Press, Edinburgh.



ISSN 2037-3597

