LINGUE CHE *FANNO* SPAZIO: IL LINGUISTIC LANDSCAPE TRA RICERCA, TERRITORI E SOCIETÀ

A cura di
Martina Bellinzona, Chiara Facciani, Carla Bagna

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Università degli Studi di Milano
Italiano LinguaDue, 2025
www.italianolinguadue.unimi.it
ISSN 2037-3597

Direzione
Silvia Morgana

Comitato scientifico

Gabriella Alfieri, Amorati Riccardo, 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 Ubbidiente, Raymund Wilhelm.

Redazione

Edoardo Lugarini (direzione)
Michela Dota
Elena Felicani
Alessandro Canazza
Viviana De Leo

ILD | ITALIANO LINGUADUE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO
Rivista internazionale di linguistica italiana e educazione linguistica

LINGUE CHE *FANNO* SPAZIO: IL LINGUISTIC LANDSCAPE TRA RICERCA, TERRITORI E SOCIETÀ

A cura di
Martina Bellinzona, Chiara Facciani, Carla Bagna

INDICE

Introduzione
Martina Bellinzona, Chiara Facciani, Carla Bagna 5

LL E CIRCOLAZIONI GLOBALI DELL'ITALIANO

Tra eccellenza e controcultura – l'italiano nei *linguistic landscapes* dell'Austria
Luca Melchior 14

Simboli dell'italianità alimentare e linguistica nel paesaggio urbano tedesco: ristoranti-pizzerie, gelaterie e caffetterie a Treviri
Laura Campanale 29

Visibility, roles and functions of Italian in the linguistic landscape of Zadar, Croatia
Antonio Oštarić 62

Percezione e rappresentazione dell'italianità in Africa. Il caso della cucina italiana in Sudafrica
Raymond Siebetcheu 85

Parla come mangi - Il caso di Città del Capo
Chiara Ronchetti 104

Lexical choices and changes in Italian dining menus in Melbourne
Valentina De Iacovo, John Hajek 118

Le mafie nei paesaggi linguistici italiani a Buenos Aires: produzione di senso, mediazioni e ricezione di un genere discorsivo
Francesca Capelli 133

LL NELL'ITALIA PLURILINGUE

Parole al di là dell'acqua: il paesaggio linguistico in un quartiere-simbolo della città di Parma
Giulia Conti, *Andrea Ghirarduzzi* 152

Multilingualism in an election campaign: the transitory Linguistic Landscape of the South Tyrol
Vincenzo Gannuscio, Silvia Palermo 178

Turistificación e identidad en el paisaje lingüístico mexicano en Roma
Alessandro Oricchio 196

Lingue di terra. Geografie e linguistic landscape nel territorio dell'Agro Pontino
Martina Petrò 227

Il paesaggio linguistico e il plurilinguismo: il cinese e l'italiano (e altre lingue) nelle insegne commerciali cinesi a Bologna
Siyuan Liu, Yisu Wang 251

Lingue immigrate in un quartiere superdiverso di Firenze: il caso dell'arabo
Lorenzo Cambi, Yasmina Moussaid 275

LL COME SPAZIO DI RESISTENZA E TRASGRESSIONE

Insorgenze linguistiche. Il multilinguismo dei graffiti delle lingue migranti nel linguistic landscape di Torino
Lucia Aletto 292

Il *writing* in (pseudo)francese nel centro storico di Napoli
Daniela Puolato 319

Tracce di guerra sui muri "parlanti": i principali temi delle narrazioni nella street art della guerra russo-ucraina
Grieta Dzergaca 351

Gli insulti sessisti nello spazio linguistico urbano
Paolo Nitti 368

EDUCAZIONE E DIDATTICA: IL LL COME NUOVO ATTORE

Dalla Citizen Science alla didattica della (socio)linguistica: il linguistic landscape come risorsa per la didattica universitaria di primo livello
Elisa Corino, Eugenio Goria, Daniela Mereu 383

La percezione del plurilinguismo attraverso il Linguistic Landscape dell'Alto Adige/Südtirol
Gabriella Sgambati 403

Le piazze interculturali: spazi aperti e visibili per la didattica e l'apprendimento delle lingue.Un modello glottodidattico
Giorgio Furfaro 420

Challenging monolingualism: linguistic landscape-based activities in primary international education
Chiara Facciani 462

Italian linguistic schoolscape in Budapest: A case study
Máté Huber, *Andrea Zentainé Kollár* 483

LL OLTRE LA CITTÀ

Aproximación al estudio del Paisaje Lingüístico Virtual de la Migración (PLVM): estrategias de *naming* en las páginas web de restaurantes hispanoamericanos en Italia
Rosana Ariolfo, *Monica Palmerini* 500

Il linguistic landascape di Casa Boccaccio a Certaldo
Sara Di Giovannantonio 525

Plurilinguismo, iconicità e pratiche comunicative nei contesti penitenziari italiani
Viola Monaci 539

Pratiche linguistiche e simboliche negli *homescapes* di famiglie con background migratorio: un caso di studio nella città di Liverpool
Francesca Romana Branciari 562

Risvegliare la Sovversione: Un'esplorazione ballettica dei paesaggi linguistici ne *La Bella Addormentata nel Bosco*
Victoria Ioannidou 586

POSTFAZIONE

Le parole della città: una analisi bourdieusiana
Sonia Paone 594

INTRODUZIONE

Martina Bellinzona[1], *Chiara Facciani*[2], *Carla Bagna*[3]

Negli ultimi trent'anni, lo studio dei panorami o paesaggi linguistici (in inglese *Linguistic Landscape* - LL)[4] si è progressivamente affermato come uno dei paradigmi più rilevanti per analizzare le relazioni tra lingua, spazio e società. A partire dagli studi di Landry e Bourhis (1997) e Gorter (2006), che ne hanno delineato i fondamenti teorici, la ricerca ha progressivamente ampliato i propri confini, integrando una prospettiva che interroga le pratiche sociali, politiche e simboliche che si celano dietro alle lingue (in)visibili nello spazio pubblico (Blommaert, 2013). Il LL si configura oggi come un ambito di ricerca in cui si intrecciano fenomeni linguistici e processi sociali, ponendo al centro le tensioni tra spazio materiale e dimensione discorsiva. Non si tratta di osservare soltanto la presenza delle lingue nei contesti urbani, ma di analizzare come tali presenze vengano interpretate, negoziate e mobilitate all'interno di pratiche sociali, economiche e educative che attraversano territori e scale differenti. La riflessione teorico-metodologica ha così superato la dimensione puramente descrittiva per approdare a una concezione del LL come pratica situata, in cui il linguaggio agisce contemporaneamente come riflesso e come strumento di costruzione di significati culturali, identitari e di potere. Questa evoluzione si rispecchia nella pluralità di approcci che hanno caratterizzato questo campo di studi negli ultimi decenni (Gorter, Cenoz, 2024). Dalle ricerche pionieristiche di Ben-Rafael *et al.* (2006) e Backhaus (2007) fino alle ricerche più recenti su gentrificazione, mobilità e migrazioni (Blackwood, Dunlevy, 2021; Henricson *et al.*, 2024), la ricerca ha messo in luce il carattere performativo e politico delle lingue nello spazio pubblico. Parallelamente, ha esplorato il potenziale educativo del LL come strumento di consapevolezza linguistica e cittadinanza (Krompák *et al.*, 2022; Melo-Pfeifer, 2023).

La presente monografia si inserisce nel più ampio panorama internazionale degli studi su LL, ma si distingue per uno sguardo specificamente orientato ai panorami linguistici italiani e alla circolazione globale della lingua e della cultura italiane. In continuità con la tradizione di ricerca che esplora le intersezioni tra lingua, spazio e società, il volume propone di leggere il LL attraverso due assi interpretativi strettamente intrecciati: territorialità e impatto sociale. Il primo asse evidenzia come la distribuzione dei segni linguistici rifletta dinamiche locali e globali, connettendo pratiche culturali, migrazioni, politiche linguistiche e processi di gentrificazione o trasformazione urbana. Il secondo asse mette in rilievo il ruolo del LL come strumento di partecipazione, formazione e negoziazione simbolica, capace di rendere visibili forme di *agency* spesso marginalizzate. Questi due piani si intrecciano in una prospettiva che considera il linguaggio non come

[1] Università degli Studi di Firenze.
[2] Università per Stranieri di Siena.
[3] Università per Stranieri di Siena.

[4] Nella letteratura scientifica in italiano risultano attestate tutte e tre le espressioni: panorama linguistico (ad es. Minuz, Forconi, 2018; Bagna, 2022), paesaggio linguistico (ad es. Bernini *et al.*, 2021; Calvi *et al.*, 2024) e linguistic landscape (ad es. Bellinzona, 2021; Palermo, 2022). In questa stessa raccolta vengono tutte impiegate da autori diversi. Proprio per questo, e nonostante le diverse sfumature di significato attribuibili (e attribuite di volta in volta) a tali denominazioni, in questa introduzione verranno usate in modo intercambiabile.

un codice neutro, ma come una pratica sociale performativa, la cui forza non risiede nei segni in sé, bensì nelle relazioni di potere e nei valori simbolici che ne orientano la produzione e la ricezione (Bourdieu, 1982). Come osserva Paone nella postfazione a questa raccolta, la lingua nello spazio partecipa attivamente alla definizione degli spazi pubblici stessi, rendendone visibile la dimensione ideologica.

I contributi della collezione declinano questi assi attraverso approcci differenti ma complementari, offrendo un quadro coerente della varietà di prospettive metodologiche e applicative dello studio dei panorami linguistici. Gli articoli che costituiscono la raccolta sono frutto delle riflessioni emerse nel corso del Convegno Internazionale "*Linguistic Landscape. Sviluppi nella ricerca e impatto sui territori*"[5], tenutosi all'Università per Stranieri di Siena dal 29 al 31 ottobre 2024. L'ordine con cui sono stati organizzati i lavori delinea un percorso tematico che riflette la molteplicità di argomenti e contesti in cui lo studio del LL si rivela essenziale per la comprensione (ma anche gestione e valorizzazione) delle dinamiche sociali e linguistiche in atto (o auspicate). La monografia è suddivisa in cinque sezioni, ciascuna relativa a uno specifico dominio o ambito di ricerca, ma comunque fortemente interrelate tra loro: "LL e circolazioni globali dell'italiano", "LL nell'Italia plurilingue", "LL come spazio di resistenza e trasgressione", "Educazione e didattica: il LL come nuovo attore" e "LL oltre la città".

La sezione "**LL e circolazioni globali dell'italiano**" è relativa alla visibilità dell'italiano all'estero e documenta la circolazione simbolica dell'italiano e la costruzione dell'"italianità" in contesti globali. Attraverso l'analisi di luoghi diversi, dall'Europa all'Africa, dall'Australia all'America Latina, emerge una visione in cui la lingua non è solo segno di appartenenza nazionale, ma strumento di performatività culturale e di mediazione simbolica tra significati locali e globali.

In particolare, Luca Melchior esplora l'uso della lingua italiana nella segnaletica pubblica in Austria, nello specifico nei panorami linguistici di Graz e Klagenfurt. Attraverso una raccolta dati stratificata nel tempo, Melchior osserva usi linguistici variegati, fatti di giochi di parole e scelte lessicali eterogenee, in riferimento tanto a settori tipicamente associati all'italianità, come la moda e la gastronomia, quanto a contesti altri, come i servizi sociali, l'erotismo, la cultura calcistica e le sottoculture di sinistra.

L'ambito gastronomico torna al centro della riflessione nel contributo di Laura Campanale, in cui le denominazioni di ristoranti-pizzerie, gelaterie, caffetterie italiane nel paesaggio urbano di Treviri, in Germania, vengono analizzate da una prospettiva al contempo linguistica e socioculturale, nell'ambito del processo di evoluzione dell'emigrazione italiana all'estero. L'analisi dei segni raccolti trova inoltre un'applicazione pratica nella proposta di attività didattiche, per apprendenti di italiano come lingua straniera a diversi livelli, in cui l'input di partenza sono proprio gli elementi del LL.

La visibilità della lingua italiana a Zara, in Croazia, è poi il filo conduttore del lavoro di Antonio Oštarić: attraverso l'impiego di metodi misti (segni del LL, interviste e osservazioni) e un approccio longitudinale, Oštarić osserva e riflette sui mutamenti delle funzioni dell'uso dell'italiano nel panorama linguistico della città. Se fino a pochi anni fa, infatti, tale lingua era centrale per il turismo (e prima ancora era lingua ufficiale nel territorio), oggi, a causa dei mutamenti della mobilità internazionale si trova a condividere o, meglio, cedere spazio ad altri codici, inglese *in primis*, assumendo così nuovi ruoli e nuove configurazioni.

Con il contributo di Raymond Siebetcheu ci spostiamo nel continente africano, in particolare in Sudafrica, per discutere della rappresentazione e percezione dell'italianità nell'ambito culinario. Combinando analisi linguistico-semiotica di spot pubblicitari e analisi statistica di un questionario sociolinguistico, Siebetcheu mostra come lingua,

[5] https://sites.google.com/view/convegnollsiena/home-page.

simboli del *Made in Italy*, suoni e pratiche si armonizzino per costruire un paesaggio linguistico-culturale transnazionale, in cui la cucina italiana assume un ruolo centrale per la definizione identitaria dei connazionali ivi residenti.

Non solo nella percezione degli italiani emigrati, però, l'enogastronomia rappresenta un valore di attrazione e riconoscibilità: come emerge dallo studio di Chiara Ronchetti, anch'esso condotto in Sudafrica (a Città del Capo), infatti, le qualità evocate dal *Made in Italy* in questo settore determinano la forte visibilità della lingua nel LL urbano. Ciò contribuisce, a sua volta, a influenzare gli atteggiamenti linguistici e, potenzialmente, la promozione e diffusione della lingua nel mercato linguistico globale.

Significativamente, a conclusioni complementari giungono Valentina De Iacovo e John Hajek, i quali hanno analizzato le scelte lessicali nei menù di ristoranti e locali italiani nella Little Italy di Melbourne, in Australia. Nell'articolo, da un lato, vengono evidenziati gli effetti del contatto linguistico tra italiano e inglese nel lungo periodo e, dall'altro, l'uso di regionalismi, toponimi e iponimi italiani viene interpretato come mezzo per evocare l'autenticità dei prodotti via via promossi.

Se fino ad ora, tuttavia, i simboli dell'italianità sono collocabili in un immaginario globale positivo, diverso è il caso discusso da Francesca Capelli, nel cui contributo si esplorano i riferimenti alla cultura mafiosa nel paesaggio linguistico di Buenos Aires (Argentina). Questi, infatti, essendo fortemente presenti nel LL, nella loro forma stereotipata e semplificata (ispirata molto spesso al modello del gangsterismo cinematografico), contribuiscono all'accettazione e normalizzazione del fenomeno mafioso nell'immaginario collettivo. Ciò richiede una riflessione profonda che, a partire proprio dal LL, vada a toccare tutti gli ambiti del sapere.

Con il lavoro di Giulia Conti e Andrea Ghirarduzzi si entra nella seconda sezione della raccolta "**LL nell'Italia plurilingue**", in cui l'attenzione si sposta sulla composizione interna del paesaggio linguistico nazionale, evidenziando la coesistenza di lingue locali, migranti e globali nel complesso spazio linguistico italiano (De Mauro, 1980). Le ricerche in questa sezione mostrano come il LL possa rivelare processi di convivenza e ibridazione tra sistemi linguistici, fornendo chiavi interpretative per comprendere la superdiversità dei contesti urbani (Vertovec, 2007) e sociali italiani. Attraverso l'analisi di strategie di autorappresentazione, pratiche commerciali e segnaletica pubblica, i saggi offrono uno sguardo sulle dinamiche di integrazione e di trasformazione culturale, collegando linguaggio, mobilità e nuove forme di interazione sociale.

Conti e Ghirarduzzi, in tal senso, esplorando le peculiarità dell'Oltretorrente, quartiere popolare e multietnico di Parma, uniscono una prospettiva linguistica e una sociologica per indagare visibilità e percezioni delle lingue ivi esposte. L'integrazione di interviste con abitanti e avventori del quartiere e dati visuali del LL, raccolti tramite l'app Lingscape[6], permette non solo di riflettere su rappresentazioni identitarie e relazioni di potere, dinamiche di convivenza e competizione, ma anche di fornire spunti per un riuso in chiave glottodidattica di quanto rilevato.

Anche Vincenzo Gannuscio e Silvia Palermo si sono serviti della medesima app per mappare, però, cinque municipalità altoatesine in occasione delle elezioni provinciali del 2023, con il fine di esaminare le relazioni tra multilinguismo e politica. Nel contributo, l'analisi dell'ampio corpus di poster elettorali evidenzia l'uso strategico delle lingue, impiegate al contempo come strumenti di persuasione politica e come atti simbolici, in grado di plasmare identità e senso di appartenenza.

Se in questo caso l'approccio è prettamente sincronico, diversa è la prospettiva assunta da Alessandro Oricchio, il quale esamina i segni commerciali di migranti di origine messicana a Roma tra il 2019 e il 2025. I risultati, frutto della triangolazione tra un'analisi

[6] https://lingscape.uni.lu/.

di dati statistici e interviste, rivelano cambiamenti significativi nella presenza, configurazione e distribuzione del LL commerciale, riflesso di complessi processi economici, di rinnovamento e ridistribuzione urbana, di turistificazione e gentrificazione.

Martina Petrò, invece, esplora il paesaggio linguistico dell'Agro Pontino mostrando come le lingue visibili nello spazio urbano riflettano migrazioni antiche e recenti e contribuiscano a definire l'identità del territorio. Fotografie, autoscatti partecipati e testimonianze dirette, con particolare attenzione alla comunità punjabi, mettono in relazione presenza linguistica e presenza sociale, rivelando dinamiche di inclusione ed esclusione e il ruolo attivo delle comunità migranti.

Liu Siyuan e Wang Yisu, applicando all'analisi il modello della comunicazione proposto da Hymes (1972), indagano gli usi linguistici e la costruzione di identità culturali negli esercizi commerciali di titolari cinesi nella città di Bologna. Il LL si manifesta, anche in questo contesto, come uno spazio di negoziazione interculturale, in cui si riflette la superdiversità dell'Italia contemporanea e le trasformazioni sociali e spaziali che la attraversano.

Il contributo di Lorenzo Cambi e Yasmina Moussaid, a sua volta, getta luce sulle relazioni tra lingue, e dunque comunità e individui, in contesti multiculturali, prendendo come caso di studio il quartiere di San Lorenzo a Firenze. Adottando la lente del contatto linguistico, Cambi e Moussaid guardano alle diverse modalità d'espressione e alle funzioni ricoperte dall'arabo, in tutte le sue varietà (standard, classico e dialettale), nel LL, mettendo in evidenza l'eterogeneità dei significati veicolati da tale lingua (o lingue), anche e soprattutto quando alternata o mischiata ad altri codici.

In questo, come in precedenti contributi, alcuni dei segni sottoposti ad analisi si configurano come oggetti linguistici trasgressivi, quali ad esempio graffiti e tag sui muri, i quali costituiscono un tassello importante del più ampio aggregato semiotico urbano (Scollon, Scollon, 2003). Nella terza sezione di questa raccolta, "**LL come spazio di resistenza e trasgressione**", questi stessi segni vengono assunti come principale oggetto di ricerca, in quanto i saggi che la compongono esplorano i territori in cui il LL diventa luogo di conflitto e di agency. Qui, scritture informali, graffiti e street art producono contro-discorsi che sfidano norme sociali e politiche. I vari contributi mettono in evidenza come il LL non sia solo un indicatore linguistico, ma anche un campo di forze in cui si riflettono tensioni sociali, conflitti di genere, pratiche di resistenza e lotte per la visibilità.

Lucia Aletto, infatti, mappando alcuni quartieri superdiversi di Torino, interpreta i graffiti come pratiche di partecipazione e resistenza sociale. Attraverso un approccio etnografico, sorretto da un quadro teorico multidimensionale, Aletto riconosce una messaggistica "globale" e una "personale", ciascuna con proprie caratteristiche ma entrambe accomunate da un uso strategico delle risorse linguistiche e multimodali dei writers, a dimostrazione della consapevolezza e competenza linguistica e interculturale degli stessi.

Nel suo articolo Daniela Puolato, invece, si focalizza sui tag (pseudo-) francesi nel centro storico di Napoli. L'analisi da lei proposta integra un livello linguistico, uno grafo-stilistico e uno spaziale, dando l'occasione di riflettere sull'impatto che tale specifica tipologia di graffiti ha nel LL della città dal punto di vista dell'arricchimento del multilinguismo visivo, della circolazione translocale dei repertori e della stratificazione delle valenze simboliche locali della lingua francese.

Grieta Dzergaca, a sua volta, esplora la street art come linguaggio narrativo, politico e dinamico, in grado di porre i temi da essa veicolati in dialogo con i contesti sociopolitici in cui si inserisce. Prendendo come caso studio la guerra russo-ucraina e adottando un approccio socio-semiotico e multimodale per l'analisi delle opere, Dzergaca sottolinea la centralità della street art stessa nel dare forma a nuovi modi di rappresentare, interpretare e vivere il conflitto, evidenziando l'agency del pubblico nella costruzione dei significati.

In chiusura della sezione, il contributo di Paolo Nitti prende in esame il linguaggio d'odio e gli insulti sessisti in graffiti rilevati nel LL urbano delle province di Varese e Como. L'analisi pragmatica, semantica e discorsiva condotta mostra come l'insulto sessista, spesso sovrapposto ad ulteriori marcatori d'odio, agisca come dispositivo di esclusione, stigmatizzazione e delegittimazione, andando a rafforzare stereotipi e dinamiche di potere.

Il successivo blocco di contributi, "**Educazione e didattica: il LL come nuovo attore**" mette in luce il potenziale formativo del LL, in quanto l'osservazione e interpretazione dello stesso diventa strumento di consapevolezza linguistica e di cittadinanza attiva. Dai contesti scolastici locali a progetti universitari, i saggi dimostrano come il LL favorisca la riflessione critica sulle lingue, promuovendo un apprendimento che integra dimensione cognitiva, culturale e sociale.

La ricerca di Elisa Corino, Eugenio Goria e Daniela Mereu, in particolare, è stata condotta con lo scopo di valutare se e come l'approccio del LL possa rappresentare uno strumento efficace per la didattica universitaria. I risultati dell'attività sperimentale implementata con studenti di corsi di laurea triennale hanno mostrato come l'esplorazione diretta del paesaggio linguistico, e la successiva discussione guidata, possa essere un potente mezzo per favorire l'accesso a concetti (socio)linguistici anche complessi, agendo al contempo da ponte tra ricerca e *citizen science*.

Gabriella Sgambati, a sua volta, applica il LL alla didattica del tedesco con studenti universitari di vari livelli, indagando percezioni, risposte emotive e *literacy* multimodale. Lo studio evidenzia come l'impiego di materiale autentico in tedesco (e non solo), proveniente in questo caso dai panorami linguistici dell'Alto Adige, permette di stimolare una riflessione linguistica multidimensionale (a livello sociolinguistico, pragmatico e plurilingue critico), sviluppando così una maggiore consapevolezza nel processo di apprendimento.

Nel contributo di Giorgio Furfaro, anch'esso di stampo glottodidattico, il panorama linguistico diviene al contempo risorsa di apprendimento transculturale e spazio situato in cui vivere la lingua, in tutte le sue dimensioni. Furfaro documenta l'esperienza della "Scuola italiana in piazza" a Reggio Calabria come modello di didattica a mediazione sociale per l'educazione linguistica, evidenziando come l'interazione tra LL e scuola di lingua sia in grado di favorire l'interazione, lo sviluppo di competenze pragmatiche e, in ultima analisi, il plurilinguismo e l'interculturalità.

Anche Chiara Facciani si occupa di plurilinguismo e didattica plurilingue: nel suo contributo, infatti, descrive una sperimentazione didattica condotta in una scuola primaria internazionale situata in Italia. L'analisi effettuata su dati eterogenei (osservazioni, intervista e riflessioni dei partecipanti) evidenzia da un lato il potenziale dell'utilizzo pedagogico del LL per lo sviluppo della consapevolezza plurilingue e interculturale, e dall'altro le ricadute a livello politico-educativo, emerse soprattutto a livello di ristrutturazione in senso eteroglossico di spazi altrimenti monolingui.

Sempre di spazi scolastici si occupano Máté Huber e Andrea Zentainé Kollár, i quali propongono un'approfondita analisi dello schoolscape di un liceo italo-ungherese, evidenziando le interazioni tra lingua d'insegnamento, identità istituzionale e spazio educativo. Triangolando dati visuali e interviste, raccolti in più fasi, gli studiosi mostrano come la mancanza di consapevolezza del potenziale semiotico e educativo delle pareti scolastiche abbia un impatto sull'utilizzo delle stesse, le quali riflettono così, e riproducono a loro volta, ideologie linguistiche e una visione monoglossica dell'educazione linguistica.

Quest'ultimo contributo ci permette di collegarci all'ultima sezione della raccolta, "**LL oltre la città**", in cui il focus si sposta dagli ambienti urbani a contesti altri, a testimonianza della vitalità e interdisciplinarità del campo di studi del LL che negli ultimi anni ha visto

una forte espansione verso nuove dimensioni e ambiti applicativi. Da un lato, infatti, si osserva un'estensione degli spazi da mappare e indagare: non più solo quelli pubblici e cittadini, ma anche quelli educativi, sanitari e privati. Dall'altro, si ha un allargamento dell'oggetto di analisi stesso: non solo segni e tracce scritte concrete, analogiche, ma anche odori (Pennycook, Otsuji 2015), tatuaggi (Peck, Stroud 2015) e segni in ambienti digitali (Ivkovic, Lotherington 2009).

Proprio in tal senso si colloca il lavoro di Rosana Ariolfo e Monica Palmerini le quali definiscono il *Paesaggio Linguistico Virtuale della Migrazione* (PLVM) come spazio privilegiato per osservare le forme di autorappresentazione delle comunità ispanomericane in Italia. A partire da un corpus di siti web di ristoranti, le autrici analizzano le strategie di *naming* come indicatori identitari e sociolinguistici, evidenziando il ruolo di Internet come nuovo spazio pubblico in cui migrazione, lingua e identità si articolano in modi specifici e significativi.

Sara Di Giovannantonio, a sua volta, esamina il paesaggio linguistico di Casa Boccaccio a Certaldo, dimora storica dello scrittore ora convertita a museo, confrontando gli usi linguistici presenti sulla segnaletica ivi esposta e la demografia dei visitatori internazionali. L'analisi effettuata evidenzia la necessità di un più sistematico impiego del multilinguismo, sfruttando anche le potenzialità tecnologiche, per favorire una fruizione inclusiva del patrimonio culturale.

Dall'ambito museale ci si sposta a quello penitenziario, con Viola Monaci che introduce il concetto di *Linguistic Jailscape*, documentando la pluralità linguistica e simbolica delle carceri italiane. L'indagine, condotta con metodologia mista, permette di leggere le pareti degli istituti penitenziari come mezzo non solo in grado di favorire la comunicazione tra vari soggetti, ma anche come testimonianza identitaria e potenziale strumento didattico.

Anche gli spazi domestici si rivelano nella loro dimensione educativa: Francesca Romana Branciari, in tal senso, mostra come l'homescape possa essere uno spazio di costruzione e trasmissione linguistica. Attraverso la tecnica della fotografia partecipatoria, Branciari documenta gli usi simbolici e identitari di famiglie con retroterra migratorio italiano a Liverpool (Inghilterra), evidenziando come l'ambiente domestico non sia solo lo sfondo dell'agire familiare, ma contribuisca attivamente alla trasmissione e mantenimento delle lingue d'origine.

A chiusura della sezione, l'articolo di Victoria Ioannidou amplia ulteriormente la nozione di LL, proponendo una lettura performativa del paesaggio linguistico applicato alle arti sceniche. Una riscrittura coreografica della *Bella Addormentata nel Bosco* viene interpretata, tramite un'analisi multimodale e semiotica, come atto politico ed epistemico, in grado di ridefinire l'immaginario collettivo.

Infine, la postfazione di Sonia Paone propone una lettura bourdieusiana del linguaggio urbano, mostrando come le parole che usiamo per nominare la città siano dispositivi di potere capaci di classificare, governare e trasformare lo spazio. Attraverso una genealogia critica di vari termini, l'autrice mette in luce la loro capacità di produrre stigmatizzazione e disuguaglianze. L'articolo invita a riconoscere la performatività delle categorie amministrative e la responsabilità etica che ogni atto di nominazione implica.

Con questo richiamo alla necessità di un lessico urbano più giusto e consapevole si chiude il percorso di questa raccolta che, in questo modo, restituisce la complessità del LL come ricerca, pratica di lettura critica dello spazio e come strumento di intervento sulla realtà sociale. Le ricerche qui raccolte mostrano che i paesaggi linguistici non sono solo oggetti di analisi, ma anche luoghi da cui ripensare cittadinanza, rappresentazioni, politiche linguistiche e forme di convivenza. È dunque nello spazio, e attraverso le sue scritture, che possiamo osservare e immaginare le trasformazioni che attraversano società sempre più interconnesse.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Backhaus P. (2007), *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Clevedon.

Bagna C. (2022), "L'italiano e i panorami linguistici del mondo", in *SILTA*, 51, 2, pp. 358-375.

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

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.

Blackwood R., Dunlevy D. A. (eds.) (2021), *Multilingualism in public spaces: Empowering and transforming communities*, Bloomsbury Publishing, London.

Blommaert J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*, Multilingual Matters, Bristol.

Bourdieu, P. (1982), *Langage et pouvoir symbolique*, Seuil, Paris.

Calvi M. V., Sergio G., Uberti-Bona M., Ferrari J. (a cura di) (2024), "Paesaggio linguistico, variazione e trasformazioni sociali", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1: https://doi.org/10.54103/2037-3597/23866.

De Mauro T. (1980), *Guida all'uso delle parole. Parlare e scrivere semplice e preciso per capire e farsi capire*, Editori riuniti, Roma.

Gorter D. (ed.) (2006), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, Buffalo, Toronto.

Gorter D., Cenoz J. (2024), *A Panorama of linguistic landscape studies*, Multilingual Matters, Bristol.

Henricson S., Syrjälä V., Bagna C., Bellinzona M. (eds.) (2024), *Sociolinguistic variation in urban linguistic landscapes*, Studia Fennica Linguistica, Helsinki.

Hymes D. (1972), "Models of the interaction of language and social life", in Gumperz J., Hymes D. (eds.), *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*, Holt, Rinehart and Winston, New York, pp. 35-71.

Ivkovic D., Lotherington H. (2009), "Multilingualism in cyberspace: Conceptualising the virtual linguistic landscape", in *International Journal of Multilingualism*, 6, 1, pp. 17-36: https://doi.org/10.1080/14790710802582436.

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.

Melo-Pfeifer S. (ed.) (2023), *Linguistic landscapes in language and teacher education: Multilingual teaching and learning inside and beyond the classroom*, Springer, Cham.

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.

Palermo S. (2022), *Il paesaggio delle valli. Il linguistic landscape dell'Alto Adige/Südtirol*, Edizioni scientifiche italiane, Napoli.

Peck A., Stroud C. (2015), "Skinscapes", in *Linguistic Landscape*, 1, 1, pp. 133-151: https://doi.org/10.1075/ll.1.1-2.08pec.

Pennycook A., Otsuji E. (2015), "Making scents of the landscape", in *Linguistic Landscape*, 1, 3, pp. 191-212: https://doi.org/10.1075/ll.1.3.01pen.

Scollon R., Scollon S.W. (2003), *Discourses in place: Language in the material world*, Routledge, London.
Vertovec S. (2007), "Super-diversity and its implications", in *Ethnic and Racial Studies*, 30, 6, pp. 1024-1054: https://doi.org/10.1080/01419870701599465.

LL E CIRCOLAZIONI GLOBALI DELL'ITALIANO

TRA ECCELLENZA E CONTROCULTURA. L'ITALIANO NEI *LINGUISTIC LANDSCAPES* DELL'AUSTRIA

Luca Melchior[1]

1. INTRODUZIONE

A differenza di altri Paesi europei ed extraeuropei, come per esempio la Germania (*infra alii* Ferrini, 2016, per Mannheim; Costa, 2017, per Wolfsburg; Ziegler, Schmitz, Uslucan, 2019, 2020, per il bacino della Ruhr), lo studio della presenza dell'italiano nei paesaggi linguistici dell'Austria non ha suscitato finora l'interesse della ricerca, se si eccettuano i contributi di Melchior (2020a, 2020b) e Gavagnin (2022)[2]. Tale disinteresse sorprende, poiché, anche solo per ragioni di vicinanza geografica tra i due Paesi e per l'incidenza di presenze turistiche italiane nella Repubblica alpina[3], si può presuppore che manifestazioni di italiano siano ben visibili nei panorami linguistici austriaci. Il presente contributo, tuttavia, non si concentrerà sulla presenza di italiano con funzione turistica, rivolto a un pubblico italofono, bensì a quello rivolto alla popolazione locale, al fine di comprendere in quali ambiti si utilizzi tale lingua, quale tipo di italiano venga utilizzato e quali siano le ragioni del ricorso a essa nella scritturalità esposta. In particolare, oggetto di indagine saranno le due maggiori città dell'Austria meridionale, Graz, capoluogo del *Land* della Stiria e Klagenfurt, capoluogo della Carinzia, *Land* che confina a sud con il Friuli Venezia Giulia e con il Veneto.

L'analisi qui presentata è di stampo qualitativo, non discute dati quantitativi né ha alcuna pretesa di esaustività della documentazione. Elementi quantitativi sono presenti solo nel senso della «informal 'quantification'» proposta da Schegloff (1993: 118) o delle «fuzzy quantifications» di cui parla Kailuweit (2019: 134), dunque solo con indicazioni del tipo *molti*, *numerosi* etc. Sulla falsariga di Kailuweit (2019: 136-137) si ritiene infatti che

[1] Università di Klagenfurt.

[2] In realtà, solamente negli ultimissimi anni si assiste a un interesse per la ricerca in generale sui *linguistic landscape* austriaci: se si eccettuano i contributi di Rasinger (2014) sulla presenza dello sloveno in Carinzia (cui si può aggiungere Bekes, 2017, che si occupa però solo di insegne topografiche), di Soukoup (2016) sull'inglese a Vienna e quello di Almasy (2019), che analizza il paesaggio linguistico stiriano tra gli anni 1890 e 1920 sulla base di cartoline illustrate (al proposito anche Tropper, 2020), è a partire dal 2020 che si registra una maggiore attenzione per questo ambito: si segnalino qui a titolo d'esempio Soukup (2020) sull'inglese, i contributi, frutto di lavori studenteschi, raccolti in Pustka (2024) sul francese a Vienna, Wehr (2020) sulla pubblicità in inglese a Klagenfurt, Lehner (2022) sulla scritturalità esposta in un centro di studio per rifugiati ancora a Vienna, Niehaus (2023) sui paesaggi linguistici temporanei in occasione di manifestazioni cittadine a Salisburgo, Purschke (2023) sulle città di Lussemburgo e Vienna, Melchior *et al.* (in stampa) sullo sloveno in Carinzia.

[3] Secondo dati dell'istituto di statistica austriaco *Statistik Austria* (https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/beherbergung/ankuenfte-naechtigungen), nel 2024, i turisti italiani hanno occupato il quinto posto per numero di arrivi (1.067.305), dietro a Repubblica Ceca (1.190.067), Svizzera e Liechtenstein (che sono conteggiati insieme, per un totale di 1.353.987 arrivi), Paesi Bassi (2.256.760) e Germania (14.997.631) e, con un totale di 2.748.607, si collocano al settimo posto per numero di pernottamenti (dove li precedono, oltre ai turisti provenienti dai Paesi già citati, anche quelli di Gran Bretagna e Belgio).

> a rough estimation of the quantitative distribution suffices for most research purposes. In light of the puzzling methodological problems that any strict quantitative approach to LL faces, I advocate for fuzzy quantifications. These quantifications are justified estimations, based on observation and discourse analysis, to claim that a certain usage is dominant or not, frequent or rare, etc. Rather than research results on their own, fuzzy quantifications are a starting point for interpretative considerations that include hypotheses about the extent to which these signs may have effects on the linguistic, cultural, and social practice of their addressees.

I materiali su cui si basa lo studio fanno parte di un corpus di circa 1.000 fotografie, raccolte tra 2019 e 2025. Tuttavia, di diversi segni «sono state scattate più fotografie, che nel loro insieme costituiscono un oggetto unitario» (Alfonzetti, 2021: 44). In particolare, si è cercato di documentare con sistematicità, nel corso di diverse frequentazioni, la presenza di italiano nel centro cittadino (a Graz nei quartieri *Innere Stadt, Jakomini, Lend* e *Gries*, in un'area compresa a sud tra la *Dietrichsteinplatz* e il *Rosegger-Kai*, lungo la *Reitschulgasse*, *Jakominiplatz* e *Radetzkystraße* a sud, l'asse *Mandelstraße* e *Glacistraße* fino alla *Humboldtraße* a est, da qui fino alla stazione centrale a nord, e tra questa e la *Radetzkystraße* a ovest; a Klagenfurt l'intera *Innenstadt*). Minore sistematicità vi è stata nella raccolta di testimonianze di italiano in alcuni quartieri più periferici (per es., ma non solo, il quartiere universitario a Klagenfurt tra *Luegerstraße* a est e *Südring* a ovest, *Tarviser Straße* a nord e *Kranzmayerstraße* a sud, oltre che la zona della stazione centrale tra *Sankt Ruprechter Straße* a ovest, *Gabelsbergerstraße* a nord, *Lastenstraße* a est e *Südbahngürtel/Bahnhofplatz* a sud; la *Kärntnerstraße*, principale via di ingesso/uscita a e da Graz verso sud, la *Wiener Straße*, il quartiere di *Sankt Leonard* tra *Steyrergasse* e il tratto orientale della *Schörgelgasse* a sud, *Merangasse* a ovest, *Sparberbachgasse* a nord e *Münzgrabenstraße* a ovest oltre che la sede centrale dell'Università *Karl Franzens* nel capoluogo stiriano), dove l'opera di documentazione ha assunto caratteri più estemporanei.

Il quadro teorico di riferimento comprende la ricerca sui *linguistic landscapes*, con un approccio qualitativo e quindi anche interpretativo (*infra alii*, Siebetcheu, 2016); in particolare ci si riallaccia agli studi che indagano fenomeni di *commodification* della lingua nella scritturalità esposta, cioè di quegli utilizzi in cui la lingua diviene essa stessa una merce di vendita o perlomeno costituisce un valore aggiunto, atto ad accrescere l'attrattività di un determinato prodotto o servizio. Centrali sono poi gli studi sull'italiano nel mondo e nel mercato linguistico globale (infra *alii*, De Mauro *et al.*, 2002; Vedovelli, per es. 2005, 2011, 2012, 2014; Bagna, Barni, 2007; Barni, Bagna, 2009; sintesi in Vedovelli, 2018), sulla «comunità italica» (Bassetti, 2015) e, infine, la ricerca sul plurilinguismo "comunicativo" (ad es., Lüdi, 2013) e sull'italiano di contatto, in particolare sull'acquisizione di competenze marginali (ad es., Franceschini, 2001, 2004), nel cui ambito sono da collocarsi le considerazioni sulla diffusione delle competenze di italiano tra non italofoni e sulle loro manifestazioni "comunicative".

2. ITALIANO E ITALIANI IN AUSTRIA

2.1. *Gli italiani*

Prima di passare alla presentazione e all'analisi della presenza dell'italiano nel paesaggio linguistico austriaco, in particolare delle due città in esame, pare necessario fornire alcuni dati sulla presenza di italiani in queste e in generale nel Paese transalpino da una parte, sulla posizione dell'italiano come lingua nel sistema formativo austriaco dall'altro.

I rilevamenti statistici austriaci registrano, a partire dall'anno 2001, un forte aumento del numero di italiani con residenza o domicilio nel Paese: se questi erano, secondo il censimento di quell'anno, 10.641, essi salgono a 15.912 nel 2011, a ben 35.282 nel 2021[4] e a 36.997 nel 2022[5]. Tra il 2013 e il 2023 il loro numero è più che raddoppiato: da 17.831 a 37.718 (Statistik Austria, 2023: 25)[6]. Nonostante questa certo non trascurabile crescita, la presenza italiana costituisce percentualmente appena poco più del 2,17% degli stranieri nella Repubblica transalpina e poco meno dello 0,41% della popolazione totale del Paese. Per quanto riguarda più nel dettaglio i due centri urbani oggeto di studio, a Graz, il *Migrant:innen Beirat* della città, cioè l'organo consultivo per le questioni dei migranti, registra nel 2024 2.603 italiani, di cui 1.873 con residenza (*Hauptwohnsitz*), 729 con domicilio (*Nebenwohnsitz*) e uno senza fissa dimora (*Obdachlos*)[7], cioè meno dello 0,8% della popolazione totale e circa il 2,67% della popolazione con cittadinanza non austriaca; con 787 residenti e 229 domiciliati (Magistrat Klagenfurt, 2023: 35), secondo i dati del censimento 2021, gli italiani rappresentano a Klagenfurt lo 0,86% della popolazione totale e il 4,11% della popolazione con cittadinanza non austriaca. Sia in numeri assoluti che come percentuali gli italiani costituiscono dunque una porzione decisamente limitata della popolazione delle due città. Come mostra l'evoluzione diacronica, la loro presenza è inoltre di data piuttosto recente, mancando presenze migratorie postbelliche che potrebbero in un certo qual modo favorire l'innesto ipotizzato da Ferrini (2018) per la città di Mannheim. Come indicato da Checconi (in prep.) non vi è contatto tra questa recente generazione migratoria con presenze pregresse di italiani, che, quando ancora riconoscibili per esempio tramite l'onomastica, sono ormai ben oltre la quarta generazione e completamente assimilate. Manca perciò una stratificazione linguistica e sociale italiana.

Alla limitata presenza di italiani fa da contraltare una elevata presenza di italiano nel *linguistic landscape*, che non può essere messa in relazione con la prima, come invece ipotizzabile, per lo meno parzialmente, per città tedesche come Mannheim o Wolfsburg, dove la percentuale di cittadini italiani ivi residenti è ben più alta (per Mannheim Ferrini, 2016: 187, registra 8.014 italiani, 11,3% della popolazione straniera totale; per Wolfsburg Costa, 2017: 237, riporta che gli italiani sono oltre 5.000 – su una popolazione totale di poco meno di 125.000 abitanti – e che essi rappresentano il gruppo straniero maggioritario).

2.2. *L'italiano*

Nel mondo dell'istruzione austriaco l'italiano è sicuramente una delle lingue straniere "vincenti": come ben osservato da Krumm (2014: 24), «[o]bwohl es in Österreich im Gegensatz zu den meisten anderen europäischen Landern keinen vorgeschriebenen Schulsprachenkanon gibt, sondern die Lehrpläne ca. 20 Sprachen als "lebende

[4] Cfr.:
https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/bevoelkerung/bevoelkerungsstand/bevoelkerung-nach-staatsangehoerigkeit/-geburtsland.
[5] Cfr.:
https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/bevoelkerung/bevoelkerungsstand/bevoelkerung-nach-staatsangehoerigkeit/-geburtsland.
[6] Il tasso di crescita degli italiani è di gran lunga più rapido rispetto a quello della totalità degli immigrati in Austria: questi sono passati da circa 1.151.200 individui nel 2012 a circa 1.731.300 nel 2022, cui si aggiungono rispettivamente circa 411.900 e circa 620.600 immigrati di seconda generazione (Statistik Austria, 2023: 19).
[7] Cfr:
https://www.graz.at/cms/dokumente/10022937_7771507/15ee9ffa/Anwesende%20Bev%C3%B6lkerung%20nach%20Staatsangeh%C3%B6rigkeit%20und%20Wohnsitz_01.01.2025.pdf.

Fremdsprachen" aufführen», accanto all'inglese, appreso dalla quasi totalità degli scolari di ogni ordine e grado, solo tre lingue straniere hanno un'incidenza percentuale tra gli studenti superiore all'unità: il francese, lo spagnolo e, appunto, l'italiano, a livello nazionale quarta lingua straniera più studiata. Per esso però opta appena poco meno del 5% della popolazione scolastica, sebbene si registrino punte di oltre il 30% nelle scuole a indirizzo economico e turistico[8]. Tuttavia, in Stiria e in Carinzia la percentuale e anche la "posizione" nel ranking delle lingue più studiate è migliore. Già Siebetcheu (2021b, 124) aveva rilevato che «l'italiano nelle regioni del sud invece si colloca al primo posto», pur registrandone in altra sede (Siebetcheu, 2021a, 368) un calo negli anni più recenti. Per quanto riguarda i due *Bundesländer* in questione, dati dell'istituto di statistica austriaco[9] mostrano che in entrambe è la seconda lingua straniera più studiata dopo l'inglese, con 9.406 studenti (nelle scuole di tutti gli ordini e tipi) della Carinzia e 10.035 in Stiria, precedendo sia il francese (1.594 studenti in Carinzia, 7.155 in Stiria) sia lo spagnolo (505 studenti in Carinzia, 4.742 in Stiria)[10]. In Carinzia, nelle scuole a indirizzo economico, a fronte di 3.527 studenti di italiano, vi sono solo 251 studenti di spagnolo e 88 di francese[11]. Anche a livello accademico l'italiano è relativamente ben consolidato: sia nei percorsi universitari per divenire insegnante (*Lehramtsstudium*), di regola i più frequentati, sia come studio "classico", esso viene offerto alle università di Vienna, Innsbruck, Salisburgo e appunto, Graz e Klagenfurt, nonché, come materia complementare (talora come linguaggio settoriale), in diversi altri corsi di studio, dalla sociologia alla storia dell'arte, sia in queste università, sia nei politecnici e nelle università di arte e musica, sia in diverse università di scienze applicate, oltre che nell'istituto pedagogico superiore di Klagenfurt, dedito soprattutto alla formazione di insegnanti della scuola primaria. I numeri assoluti sono però relativamente bassi: l'istituto di statistica austriaco registra per l'anno accademico 2022-2023 323 studenti di italiano tra studio "classico" e per insegnanti[12]. Corsi, soprattutto per adulti, sono offerti infine in scuole private, in diverse *Volkshochschulen* (istituti di formazione corrispondenti indicativamente alle università delle libere età), e dai Comitati Dante Alighieri, presenti in tutti i *Bundesländer*, talora con più di una sede.

3. L'ITALIANO NEI *LINGUISTIC LANDSCAPES* DELL'AUSTRIA

3.1. *I domini*

3.1.1 *Italiano ed eccellenza*

Non stupisce il fatto che anche in Austria, come in diversi altri Paesi europei e non, l'italiano venga utilizzato negli ambiti per i quali l'Italia è riconosciuta come portatrice di eccellenza: la gastronomia, la moda, ma anche più in generale l'eleganza e la cultura

[8] https://www.statistik.at/fileadmin/pages/1865/Bildung_in_Zahlen_2022_23_Tabellen.zip.

[9] Tabelle create dall'istituto di statistica austriaco (*Statistik Austria*) su richiesta dello scrivente, non pubbliche.

[10] I dati statistici in realtà indicano che dietro all'italiano si colloca, sia in Carinzia con 2.844 studenti, sia in Stiria con 8.291 studenti, il latino, parificato nel sistema scolastico austriaco a una lingua straniera viva.

[11] Il numero di studenti di italiano è dunque superiore sia in numeri assoluti che in percentuale a quanto registrato da Gavagnin (2018: 170) per l'anno scolastico 2014-2015.

[12] https://www.statistik.at/fileadmin/pages/1865/Bildung_in_Zahlen_2022_23_Tabellen.zip (10.03.2025); tali numeri sono inferiori a quelli degli studenti di francese (393), ma superiori a quelli degli studenti di spagnolo (219), risultando la terza lingua europea, la sesta in assoluto (maggiori sono, oltre ai numeri degli studenti di inglese e francese, quelli di iamatologia (743), di coreanistica (549) e di sinologia (473), materie per le quali, peraltro, non esistono percorsi per diventare insegnanti).

musicale[13]. Non mancano dunque "classici" come *Pizzeria Roma*, *Pizzeria Venezia*, *Ristorante Pizzeria Agli Amici*, *Pizzeria da Mario*, *Bella Musica*, *Eleganza* (a Klagenfurt), etc. La maggior parte delle attività con crematonimi italiani in questi settori non sono gestite o di proprietà di italiani o di loro discendenti; la scelta linguistica ha dunque non un valore etnico, ma semiotico[14], evocando da una parte il primato italiano in tali settori, facendo però dall'altra parte fortemente leva anche su emozioni, ricordi, sensazioni positive che il potenziale pubblico – che di Italia ha in genere un'esperienza diretta e profonda – può far riaffiorare dal suo vissuto personale. La funzione semantica viene di regola assunta da altre lingue, *in primis* il tedesco, in diversi casi anche l'inglese, nelle quali vengono fornite le informazioni riguardanti servizi, orari, ingredienti etc. L'italiano funge da richiamo, per attirare l'attenzione e stimolare la curiosità. Anche la scelta dei lessemi utilizzati pare confermare questa impressione: si tratta di elementi linguistici – sostantivi, aggettivi, ma anche formule pragmatiche ed elementi onomastici – piuttosto semplici e stereotipici, la cui conoscenza può essere presupposta anche in chi non ha una particolare conoscenza di italiano. Si citino ad esempio *bellissima*, *bambino*, *caramella*, *argento*, *osteria, ciao*, *pasta*, *gelato*, *buon appetito* (presenti sia a Graz sia, in parte, a Klagenfurt), *azzurro*, *perla*, *Michelangelo*, *Da Vinci*, *Toscana* (a Klagenfurt) etc. La "conoscenza" dell'italiano presupposta deve essere infatti essere sufficiente solo a interpretare semioticamente questi elementi come italiani, senza che sia necessaria una decodificazione semantica. Dalla prospettiva delle teorie del "mercato linguistico globale" e del *new global linguistic order* (Crystal, 1997; Maurais, Morris, 2003) si può dunque affermare con Bagna, Machetti (2012: 219) che

> Italianisms and pseudo-Italianisms within brand names and menus bear witness to the prevalence of positive traits, linked to the perception of aspects of Italianness such as quality of life, well-being, dynamism and creativity. This last trait in particular appears to open doors to new meanings for foreigners, who absorb Italian language into their own communicative structures,

e, di conseguenza, che essi si trovano «where the presence of Italian, perhaps more than in other contexts, has an evocative force and represents an impulse towards creative, an even interlinguistic solutions» (Bagna, Machetti, 2012: 222). La percezione di un'eccellenza italiana può forse anche spiegare perché l'italiano venga utilizzato in settori meno direttamente legati a questa, ma che le si possono forse congiungere "metonimicamente". Tale ipotesi potrebbe contribuire a comprendere la scelta di lessemi come *Pane* (Graz, d'ora in avanti "G") per denominare un negozio in cui vengono venduti prodotti di panetteria del giorno precedente, *Casa medica* (G) per una farmacia, *l'argilla* (G) per un rivenditore di piastrelle o *Contento* (Klagenfurt, d'ora in avanti "K") per un'azienda

[13] Il prestigio di cui godono l'italiano e l'*Italian way of life* si manifesta anche in altri ambiti: così nell'albo statistico per l'anno 2021 della città di Graz, l'articolo dedicato alla qualità della vita del capoluogo stiriano è intitolato «A misura d'uomo» (Stadt Graz Präsidialabteilung – Statistik, 2021: 60).

[14] Kelly-Holmes (2000) osserva come le lingue straniere nella comunicazione pubblicitaria europea assumano valori simbolici, vengano utilizzate cioè non con una funzione comunicativa, bensì per richiamare appunto le eccellenze del Paese in cui si parla tale lingua: «Languages are therefore used in intercultural advertising because, through this cultural competence hierarchy, they have symbolic value independent of their utility meanings. Within this competence hierarchy, the Germans have been assigned the role of car-maker/engineer and brewer. Food and drink products, on the other hand, are best left to the European cooks and general culinary experts, the French» (Lelly-Holmes, 2000: 71). Il concetto di *symbolic value* è stato poi ripreso da Spolsky (2009) con riferimento ai paesaggi linguistici. Si tratta di usi che comportano una commodificazione della lingua, come osservato, *infra alii*, da Siebetcheu Youmbi (2011: 504) per la presenza dell'italiano nei paesaggi linguistici africani, con riferimento agli stessi settori indicati nel presente contributo; oltre che come richiamo all'eccellenza, tale commodificazione può avvenire, nei paesaggi linguistici, anche quando a una lingua o dialetto vengano attribuite caratteristiche etniche; a tal proposito cfr. *infra alii*, Becker, (2018: 200, 203-211), e, con riferimento ai dialetti italiani, i contributi raccolti in Bernini, Guerini, Iannàccaro (2021).

di *catering*: la cultura del mangiare, lo stile, anche abitativo, la cura per la persona possono essere ritenuti ambiti ricollegabili a un'immagine fortemente positiva dell'Italia e degli italiani. Analogamente si potrebbe spiegare l'utilizzo dell'italiano per scelte crematonimiche in settori "attigui", come l'estetica (*la bionda* e *Stylissima*, entrambe saloni di acconciatura, G), l'arte e la gioielleria (*ecco arte*, *il bijoux*, G), l'antiquariato (*Antico Affenberger*, G) e così via. Anche in questi casi si ha *commodification* (ad es., Heller, 2003, 2010) dell'italiano, che, se non reso direttamente una merce, funge però da veicolo di caratteristiche di attrattività per il "prodotto" da vendere. Altrettanto solo flebilmente legata all'immagine dell'Italia è la scelta di denominare *la strada* il maggior festival di eventi artistici realizzati negli spazi aperti urbani in Austria, i cui manifesti e adesivi sono visibili per gran parte dell'anno a Graz, e di denominare *pop-up-Piazza* un progetto di ristrutturazione temporanea dello spazio pubblico, volta a sperimentare nuovi concetti di utilizzo degli spazi urbani (anch'esso a Graz). Nella quasi totalità dei casi qui presentati – eccezione fanno, in parte, come già accennato, le attività di ristorazione –, responsabili per le scelte linguistiche e dunque per la decisione di utilizzare l'italiano non sono persone di origine italiana, bensì austriaci o talora immigrati di altre nazionalità; come appurato da De Renzo (2021) per la presenza dell'italiano in generale nel mondo, le grandi marche del *made in Italy* prediligono spesso l'inglese come lingua globale e, talora, il tedesco come lingua locale, mentre sono attività di medio-piccole dimensioni, talora gestite da italiani o italofoni, spesso però anche da non italiani e solo marginalmente italofoni[15], a scegliere l'italiano per il proprio *business*.

3.1.2. *Altri domini*

Più complesso è comprendere la presenza di tale lingua in domini che non possono essere messi facilmente in relazione con un'immagine di eccellenza italiana, ma per i quali è forse necessario cercare altre ragioni per questa scelta. Il primo dominio di questo tipo è quello relativo a iniziative e istituzioni di stampo sociale, operanti nel settore della prevenzione e tutela della violenza familiare, della mediazione lavorativa per persone che affrontano momenti problematici e nell'assistenza a chi si trova in difficoltà (psicologiche, relazionali etc.) a causa della propria identità sessuale: così a Graz vi è un servizio di consulenza, centro di intervento e alloggio di emergenza per minori in situazione di crisi denominato *Tartaruga* (cfr. Figura 1) e un servizio preposto alla ricerca di famiglie affidatarie per bambini che ne abbiano necessità chiamato *affido* (cfr. Figura 2); a Klagenfurt un'agenzia di mediazione lavorativa senza fini di lucro porta il nome *Attivo*, mentre un servizio di consulenza per persone con disagi psicologici o sociali legati alla ricerca della propria identità sessuale si chiama *Insieme Kärnten*. Ipotizzabile in questi casi è che alla base di tali scelte vi sia un'immagine dell'Italia e della società italiana come una comunità in cui la famiglia, nucleo accogliente, amorevole, premuroso, affidabile, costituisce un valore centrale e dove i rapporti sociali in generale sono caratterizzati da solidarietà, apertura e sostegno reciproco. Anche in questo caso, dunque, si può presumere che a dominare sia un'immagine positiva idealizzata dell'Italia.

[15] Non si tratta tuttavia di «nuovi italiani» come descritto da Ferrini (2018: 46), cioè da individui che «in certi casi sono nati in un altro paese […], in certi altri sono nati in Italia ma sono figli di famiglie che hanno alle spalle un'esperienza emigratoria, sono diplomati o laureati (in Italia o nel paese da cui provengono), svolgono ruoli di responsabilità presso università o aziende oppure vengono impiegati come gli "avventurieri" dalla vecchia emigrazione che anzi li assume più volentieri dei propri connazionali dato che imparano velocemente la lingua del luogo».

Figura 1. *Insegna nella Ungergasse a Graz (2021)*



Figura 2. *Striscione-insegna nella Wiener Straße a Graz (2021)*



Meno chiari sono i motivi che spingono a utilizzare l'italiano in un ambito della realtà extralinguistica che risulta piuttosto inatteso: quello della prostituzione e della pornografia. Dai manifesti pubblicitari del club erotico *Andiamo* di Villach, presenti in diverse parti della città di Klagenfurt, a quelli del club *Carisma* a Graz, passando per il night club *Luna Bar*, le case di tolleranza *Casa Bianca* e *Il momento* di Graz e il cinema *Lupo*, che offre pellicole per adulti e stanze per svaghi etero- e omosessuali per *single* e coppie a Klagenfurt. In alcuni casi, come in quello di *Andiamo*, la vicinanza geografica con l'Italia e il forte interesse da parte di un pubblico maschile proveniente da oltre frontiera possono aver svolto un ruolo determinante nella scelta del nome, che pare anche potersi classificare nell'ambito dei giochi linguistici, rappresentando non solo un frequente marcatore del discorso in italiano, ma richiamando in un certo qual mondo l'altro verbo deittico di movimento, che in italiano, così come in tedesco, ha un utilizzo precipuo anche nella sfera della sessualità. In altri casi, la scelta dell'italiano pare invece difficilmente giustificabile.

Accanto a queste forme di italiano, se ne trovano ancora altre che, sulla falsariga di Auer (2010), si possono attribuire alla categoria di scritturalità non autorizzata – graffiti, adesivi posizionati su lampioni e segnali stradali etc. Esse sono legate a due ambiti a loro volta finora poco indagati della presenza dell'italiano come elemento preminente nel mercato linguistico globale: quello del tifo sportivo, in particolare, ma non solo, calcistico, e quello della (contro- e sub-) cultura di sinistra. Il primo si manifesta con diversi adesivi e graffiti che, da una parte, riportano i nomi dei diversi gruppi del tifo organizzato delle squadre locali – per esempio la *Brigata Graz 1994*, i *Tifosi Neri*, sugli adesivi dei quali talora compare anche la scritta *Amore senza fine*, il *Collegio Tempestoso*, l'*Unita 2011*, i *Gatti Neri* per la squadra dello Sturm Graz o gli *Ultra' GAK* e *Gruppo Anti Sturm dal '99* per l'altra squadra principale della città, *Clanforte Viola 1920* a Klagenfurt – o anche di altre squadre, sempre austriache, ma di altre città, come il *Commando Viola Leopoldau 1994* (dell'Austria Vienna) o la *Formazione Verde 1899* per il Rapid, sempre di Vienna, che tifosi di tali squadre hanno evidentemente "lasciato" nel paesaggio linguistico delle due città dell'Austria meridionale. Ma dall'ambito del tifo calcistico e non solo provengono anche graffiti e adesivi che contengono slogan in italiano, come *Forza viola* o *Forza Sturm*, *Ultras liberi*, *Sotto cultura Ultras*, ma anche *Viola merda* e - *Solo KAC - Villaco merda* (quest'ultimo riconducibile al tifo dell'hockey su ghiaccio, cfr. Figura 3) che si possono trovare un po' ovunque sul territorio cittadino. E anche slogan non di supporto o scherno, ma di protesta, come il *No al calcio moderno*, presente su diversi adesivi riconducibili al gruppo di supporters dello Sturm Graz *Jewels 94* sono redatti in italiano. Di "eccellenza" e di *made in Italy* si può parlare in questo caso solamente da una prospettiva diversa: il mondo del tifo calcistico italiano pare infatti aver fornito il modello di riferimento per la tifoseria, negli anni '80-'90 ancora poco organizzata della *Bundesliga* austriaca (i principali gruppi della tifoseria dello Sturm Graz si costituirono, per esempio, a cavallo della metà degli anni '90 del secolo scorso); tra gruppi

di tifo organizzato italiano e i nascenti gruppi di supporters austriaci si instaurarono rapporti intensi, che talora ancora sussistono. L'attrattività della tifoseria calcistica italiana è testimoniata ulteriormente dal fatto che anche in Germania e in Svizzera supporters di diverse squadre, dal Borussia Mönchengladbach (*Banda Sud Ultra' MG*) al Werder Bremen (*L'intesa verde*, *Curva antifascista*), passando per il St. Pauli di Amburgo (*Pirati di St. Pauli 2019*) e l'FC Biel/Bienne (*Insieme Bienna*) presentano nomi o slogan in italiano – che a loro volta si trovano in adesivi applicati in diverse parti delle città in esame[16].

Buona parte dei gruppi di tifoseria organizzata che utilizza l'italiano è tradizionalmente orientata, da un punto di vista politico, a sinistra, e i movimenti – anche extraparlamentari – della sinistra italiana e del mondo antifascista e gli slogan da questi storicamente utilizzati costituiscono un ulteriore modello dotato di attrattività in Austria, come mostrano diversi adesivi, graffiti, ma anche manifesti elettorali presenti nel *linguistic landscape* delle due città in esame: a partire dallo slogan *Vota comunista*, che contraddistingue manifesti e adesivi del partito comunista austriaco KPÖ e della sua organizzazione studentesca, ben visibili soprattutto in occasione delle elezioni delle rappresentanze studentesche universitarie, ai riferimenti alla sinistra anticapitalista, antifascista e antiglobalista da parte di altri raggruppamenti o singoli, che usano l'italiano per formulare i loro slogan: si citino ad esempio gli adesivi riportanti le scritte *Alerta alerta antifascista* o *Siamo tutti antifascisti!*[17] o adesivi e graffiti che riportano le scritte *Zona antifa* o *Zona antifascista*, *Anticapitalista* e simili. Per questi ultimi si può presupporre anche un modello ispanofono: effettivamente anche lo spagnolo pare essere una lingua di prestigio in tali contesti; sebbene di regola sia impossibile stabilire con precisione quale sia la lingua fonte, si ritiene che da un punto di vista percettivo queste scritte siano decodificate piuttosto come italiane, visto anche che tale lingua è ben presente in questo ambito: oltre a quelli già indicati, si può citare anche l'esempio *Carlo vive!* su adesivi che ricordano la morte di Carlo Giuliani durante le manifestazioni contro il vertice del G8 a Genova nel 2001 (cfr. Figura 4)[18].

La tradizione dei movimenti antifascisti e di sinistra extraparlamentare italiani pare risultare attraente per omologhi movimenti in Austria – ma non solo. Così si trovano nelle due città anche diversi adesivi che riportano la scritta *1158 Antifa Crew Sektion Italo Pop Rivoluzione sarà perché ti amo*, riconducibile ad attivisti operanti in Germania. Anche in questo caso si può dunque parlare di un ruolo di modello e di attrazione che il "sistema Italia", sebbene inteso in un modo assai diverso da quello più usuale, esercita nel mondo, per lo meno di lingua tedesca. L'"italiano di eccellenza" è però, in questi casi, anche un "italiano sovversivo", "di resistenza", che richiama associazioni ben diverse da quelle mostrate in precedenza.

[16] In generale, l'universo delle tifoserie calcistiche pare essere assai sensibile all'utilizzo delle lingue straniere, come testimoniano altri adesivi dei tifosi delle due squadre di Graz e di quella di Klagenfurt, che presentano slogan in inglese, francese e spagnolo. Quantitativamente, sia a livello di *types* che di *tokens*, tuttavia, queste lingue paiono svolgere un ruolo (e dunque godere di una visibilità) di gran lunga inferiore a quello dell'italiano.

[17] Quest'ultimo pare peraltro conoscere una fortuna internazionale: si pensi per esempio alle numerose dimostrazioni contro movimenti di (estrema) destra in Francia, che avevano ottenuto un grande successo elettorale al primo turno, guadagnando il primo posto, nell'estate 2024, in cui tale slogan era riportato sui cartelloni dei dimostranti e veniva anche da questi scandito.

[18] Sotto tale slogan, l'adesivo riporta il testo in tedesco: *2001 von der italienischen Polizei ermordet. Kein Vergeben – kein Vergessen.*

Figura 3. *Graffito di tematica sportiva (Universitätsstraße, Klagenfurt, 2025)*



Figura 4. *Adesivo di protesta politica (Lagergasse, Graz, 2021-2025)*



3.2. *Quale italiano?*

3.2.1. *Gli elementi scelti*

Dagli esempi sopra riportati si può desumere che, in molti casi, la scelta degli elementi di italiano da utilizzare ricada su forme facilmente riconoscibili, talora stereotipe, sia sul piano dei lessemi, sia per quanto riguarda gli elementi onomastici: a quelli già citati si possono aggiungere, a titolo di esempio, *liberta* [sic], *pronto*, *bionda*, *gatto*, *bella*, *segreto*, *pomodoro*, *pasta*, *primavera*, *amore*, *centro*, *Palermo*, *don Camillo*, *Fontana di Trevi*, *San Marco*. Accanto a questi elementi chiaramente identificabili come italiani da parte di un pubblico austriaco medio, vi sono altri esempi che paiono richiedere maggiori competenze di italiano: si sono già presentati gli esempi *Affido*, *Tartaruga* e *Attivo* (per la decodificazione del quale tuttavia si può fare affidamento sul tedesco *aktiv*). Per quanto riguarda, per esempio, *tartaruga* si deve supporre anche una decodificazione semantica, e non solo semiotica, se la scelta di tale lessema è basata anche sulla funzione di protezione suggerita dal carapace di tale animale, che è casa e riparo in uno.

Anche altri elementi che si trovano nei paesaggi linguistici delle due città presuppongono competenze di italiano maggiori, per quanto esse possano restare marginali (Franceschini, 2001, 2004): si pensi agli esempi *macello*, *delfino*, *tavoliere*, *angolo*, *pendolino*, *vicolo*, che non rientrano in un lessico italiano di base per stranieri, ma richiedono una conoscenza più approfondita di tale lingua sia nel caso in cui essi vengano semplicemente riconosciuti da un punto di vista semiotico, ancor di più se devono essere decodificati anche semanticamente. Scegliere di utilizzare l'italiano – o elementi di italiano – per realizzare il proprio segno linguistico con i relativi fini comunicativi, implica la convinzione che esso sarà identificato come tale – solamente quando se ne ravvisi l'italianità, esso potrà assumere la funzione di attrattività per il pubblico che il produttore del segno vuole evocare. Anche l'utilizzo creativo di italiano o di elementi di esso è un

forte segnale di competenze linguistiche diffuse: si pensi all'uso di elementi derivativi o alterativi con cui si creano elementi xenoitaliani, come *-ino* (p. es. *Pastini*, Graz), *-lino* (p. es. *Zoolini*, pubblicità di un negozio online di prodotti per animali domestici, Graz), *-issimo* (p. es. *Stylissima*, Graz), *-eria* (p.es. *Perleria*, Klagenfurt), che possono essere analizzati sulla falsariga della celebre analisi di *freddocino* (Vedovelli, 2009), ma anche ai diversi giochi di parole che si trovano su manifesti e cartelli nei *linguistic landscapes* delle due città: da *Graz sagt grazie*, con cui alcune grandi aziende operanti sul territorio ringraziavano tutti coloro che, durante la pandemia da Covid-19, si erano prodigati affinché i servizi essenziali fossero garantiti, a *Mülle grazie* con cui si invita a non abbandonare rifiuti (diffuso, oltre che a Graz, anche a Vienna e in altre città germanofone), passando per *Grazzetta* per un *life-style magazine* cittadino e *Graziosa Kosmetik* per uno centro estetico e *Graz.ie (Graz ist einmalig)* (adesivo rinvenuto sulla vetrina di un negozio), da *Moda Lisa*, con richiamo al dipinto di Leonardo, conosciuto in terre germanofone come *Mona Lisa*, fino a *Kebabella* (Klagenfurt) per uno stand di fast food orientale a *Ciao ohne au!*, slogan per una campagna del ministero delle finanze federale per pubblicizzare la riforma del *fiscal drag*. In quest'ultimo caso, prendendo spunto dalla pronuncia ['tʃau], tipica in parlanti germanofoni, il gioco di parole si pone su due piani, a testimonianza di buona competenza metalinguistica: da una parte nella correzione ortoepica della pronuncia secondo il modello italiano, dall'altra suggerendo che l'addio sarà senza lacrime, corrispondendo l'interiezione tedesca *au* all'italiano *ahi* o *ahia*, utilizzata per lamentare un dolore[19]. Fino a giungere alla lavagnetta esposta sul muro esterno – dal lato del cortile – di una trattoria, specializzata in cucina tradizionale stiriana e austriaca, per pubblicizzare una grigliata mista con parole che, «troppo espressive nella loro forma naturale», vengono riprodotte «smozzicate, con qualche lettera mutata» (*Porko mio*), anche se il «travisamento» che fa comunque «ricordare della loro energia primitiva»[20] non pare dovuto a remore legate a un senso del pudore, quanto a un uso consapevole volto alla ricerca di un effetto sì stilistico, ma anche di un'efficacia semantica del messaggio convogliato. In questo caso la creatività linguistica si serve solo dell'italiano e non, come nei precedenti, di creazioni mistilingue. Si può dunque supporre che sia da parte dell'emittente che dell'interlocutore sia richiesta capacità di comprendere il messaggio semantico convogliato dall'espressione, ma anche il gioco di parole e il riferimento pragmatico-culturale costituito dall'imprecazione originaria. Formazioni creative di italiano si trovano anche in adesivi che pubblicizzano feste di maturità di licei di Graz, rispettivamente intitolate *Maturini* che, anche nel contesto grafico in cui è inserito, ammicca alla marca di liquori *Martini*, ma che risulta anche come forma derivata o alterata da *Matura* 'maturità' e un *Mammatura*, composto aplologico di *mamma* e *Matura*.

Competenze e consapevolezza linguistica mostrano anche costruzioni sintagmatiche del tipo *x a y*, come nelle ricette italiane *pasta al ragù* o *alla carbonara*, *riso ai funghi*, *baccalà alla vicentina* o *pollo alla griglia*, particolarmente produttive sui menù (esposti) di diversi ristoranti austriaci, seppure con una semantica influenzata dalla locuzione francese *à la*, ben presente in tedesco, per indicare 'allo stile di': lo mostrano costruzioni come *pasta al chef* e *linguini alla primavera*, cui si contrappongono per es. *Pizza aglio* e *Pizza gorgonzola*, che nel "centro" dell'italianità richiederebbero la preposizione per introdurre l'ingrediente da cui la ricetta prende il nome. Seppur i risultati a volte non siano perfettamente congrui con quanto vige al "centro" dell'italianità, il modello mostra una forte produttività in creazioni che, perlomeno in questa periferia dell'italianità, paiono plausibili e coerenti con il sistema di tale lingua (al proposito Melchior, 2020).

[19] Sui giochi di parole interlinguistici, la catena di ristoranti *Vapiano* ha basato intere campagne pubblicitarie, con slogan come *Bella kau, bella kau, bella kau kau kau*, *Unser lasta: pasta!*, *Alles prima in der cucina!* ecc.
[20] Alessandro Manzoni, *I promessi sposi*, cap. 4.

Figura 5. *Lavagnetta esposta in un ristorante nella Steinbergstraße a Graz (2022)*



Figura 6. *Manifesto nella Luegerstraße a Klagenfurt (2023)*



4. CONCLUSIONI

Quanto qui finora presentato permette di formulare alcune ipotesi e trarre alcune conclusioni sia per quanto riguarda l'immagine di italiano e per converso di Italia che emerge sulla base dei dati analizzati, sia in rapporto alla rappresentazione della lingua italiana e del suo funzionamento, delle sue regolarità e sulle competenze che si possono presumere nella popolazione locale. Per il primo punto, in sintonia con buona parte delle ricerche sull'italiano nei paesaggi linguistici globali, emerge l'attrattività che la lingua italiana – quale simbolo del "sistema Italia" – esercita e che si manifesta nella diffusione dell'utilizzo dell'italiano in ambiti che ricoprono non solo i classici "settori di eccellenza" italiana – la gastronomia, il design, la moda, o più in generale lo stile di vita –, ma che si estendono a domini forse meno "usuali" per l'italiano all'estero – il tifo sportivo e la lotta politica –, ma per i quali l'Italia – o un'immagine di essa – sembra comunque fungere da modello. Per quanto riguarda il secondo aspetto, le produzioni creative di italiano, a volte "curiose", se come riferimento si prende il "centro dell'italianità", ma coerenti con i modelli percepiti alla periferia, mostrano una certa competenza (attiva e passiva) di tale lingua. I giochi di parole, poi, sono frutto di una forte creatività e segnale del permeare dell'italiano nei repertori individuali e comunitari, dove va a costituire una risorsa comunicativa preziosa cui si può fare ricorso in determinati contesti. Essi mostrano poi che l'italiano ha una posizione ambivalente in Austria: da una parte esso funge da lingua quasi "esotica" che evoca immagini e stimola immaginazioni del Paese della moda, della buona cucina, del gusto, cioè quello delle eccellenze da una parte, della nostalgica ricostruzione di momenti biografici piacevoli – le vacanze al mare, qualche amore, etc. – dei parlanti dall'altra. D'altro canto esso è parte integrante dei repertori sociali e di molti repertori individuali e soprattutto del *linguistic landscape*, dove la presenza dell'italiano è per così dire *normale*, consueta, all'ordine del giorno e ne costituisce elemento imprescindibile. Si tratta spesso di manifestazioni di quelle che Franceschini (2004: 262) definisce «conoscenze marginali d'italiano», che vengono attivate «per funzioni precise, per situazioni specifiche o per. conferire una connotazione particolare a quanto detto» - o, in

questo caso, a quanto scritto. Competenze che spesso, come scrive ancora l'autrice, sono frutto di

> un'acquisizione avvenuta per lo più *en passant*, ossia in modo inavvertito, per esposizione, per ascolto (si pensi alla musica), attraverso una presenza di testi collaterali a quelli ufficiali ma presenti nella vita di ogni giorno. E un tipo di acquisizione che per l'individuo rappresenta un'*acquisizione non focalizzata* (Franceschini, 2004: 262)

ma che ciò nonostante costituiscono una risorsa con ben precise e rilevanti funzioni semiotiche e comunicative.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Alfonzetti G. (2021), "*MeCAVADDU. FAST FOOD & GRILL BAR*: il dialetto nel paesaggio linguistico catanese", in Bernini G., Guerini F., Iannàccaro G. (a cura di), *La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico. Ricerche e riflessioni*, Bergamo University Press, Sestante edizioni, Bergamo, pp. 41-58.

Almasy K. (2019), "The linguistic landscape of Lower Styria on picture postcards (1890-1920)", in *Prispevki za Novejso Zgodovino*, 59, 3, pp. 8-30.

Auer P. (2010), "Sprachliche Landschaften. Die Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache", in Deppermann A., Linke A. (eds.), *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*, Walter de Gruyter, Berlin, New York, pp. 271-298: https://doi.org/10.1515/9783110223613.271.

Bagna C., Barni M. (2007), "La lingua italiana nella comunicazione pubblica/sociale planetaria", in *Studi italiani di Lingusitica Teorica e Applicata*, 36, 3, pp. 529-553.

Bagna C., Machetti S. (2012), "LL and (Italian) menus and brand names: A survey around the world", in Hélot C. *et al.* (eds,), *Linguistic landscapes, multilingualism and social change*, Peter Lang, Frankfurt am Main, 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*, Routledge, London, pp. 126-140.

Bassetti P. (2015), *Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal*, Marsilio, Venezia.

Becker S. (2018), *Sprechgebote. Wie das Sprechen über Sprache soziale Ungleichheiten reproduziert*, Springer VS, Wiesbaden.

Bekes A. (2017), "Maintaining Identity and rights of national minorities: Visibility, linguistic landscape of the Slovene minority in Carinthia", in *Inter Faculty*, 8, pp. 15-39: https://doi.org/10.15068/00153033.

Bernini G., Guerini F., Iannàccaro G. (a cura di), *La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico. Ricerche e riflessioni*, Bergamo University Press, Sestante edizioni, Bergamo: https://aisberg.unibg.it/retrieve/e40f7b8a-55ee-afca-e053-6605fe0aeaf2/Linguistica_Filologia_7_web%20intero%20volume.pdf.

Checconi L. (in prep.), *Repertori e atteggiamenti linguistici degli italiani di nuova emigrazione a Graz*, tesi di dottorato di ricerca, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, Ca' Foscari Venezia, Klagenfurt am Wörtherseee, Venezia.

Costa M. (2017), "Wolfsburg e la sua visibile italianità", in Kern B. *et al.* (eds.), *(Un)Sichtbarkeiten. Beiträge zum XXXI. Forum Junge Romanistik in Rostock (5.–7. März 2015)*, AVM, München, pp. 233-250.
Crystal D. (1997), *English as a Global Language*, Cambridge University Press, Cambridge.
De Mauro T. *et al.* (2002), *Italiano 2000. I pubblici e le motivazioni dell'italiano diffuso fra stranieri*, Bulzoni, Roma.
De Renzo F. (2021), "L'attrazione dell'italiano", in Coccia B. *et al.* (a cura di), *Italiano2020: lingua nel mondo globale. Le rose che non colsi...*, Apes, Roma, pp. 298-301.
Ferrini C. (2016), "Italianismi a Mannheim: la dialettica fra elementi etnici tradizionali e nuovi valori identitari", in *Studi italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 45, 1, pp. 183-202.
Ferrini C. (2018), "Le lingue e i profili sociolinguistici dei neoemigrati italiani nel mondo: tra *cervelli*, *braccia* e ipotesi di 'innesti'", in *Italian Canadiana*, 32, pp. 31-54.
Franceschini R. (2001), "Sprachbiographien randständiger Sprecher", in Franceschini R. (ed.), *Biographie und Interkulturalität. Diskurs und Lebenspraxis*, Stauffenburg, Tübingen, pp. 111-125.
Franceschini R. (2004), "Come cogliere il plurilinguismo nel contesto urbano: considerazioni metodologiche", in Bombi R., Fusco F. (a cura di), *Città plurilingui. Lingue e culture a confronto in situazioni urbane/Multilingual cities. Perspectives and Insights on Languages and Cultures in Urban Areas*, Forum, Udine, pp. 257-273.
Gavagnin C. (2018) "La formazione degli insegnanti di italiano in Austria. Scenari futuri e proposte operative", in Coonan C. M., Bier A., Ballarin E. (a cura di), *La didattica delle lingue nel nuovo millennio. Le sfide dell'internazionalizzazione.* Atti del IV Congresso della società di Didattica delle Lingue e Linguistica Educativa DILLE (Università Ca' Foscari Venezia, 2-4 febbraio 2017), Edizioni Ca' Foscari, Venezia, pp. 167-184.
Gavagnin, C. (2022), "Alla ricerca di tracce di italianità", in Kainhofer J., Rückl M. (eds.), *Sprache(n) in pädagogischen Settings*, Walter de Gruyter, Berlin-Boston, pp. 195-210: https://doi.org/10.1515/9783110784756-012.
Heller M. (2003), "Globalization, the new economy, and the commodification of language and identity", in *Journal of Sociolinguistic*, 7, 4, pp. 473-492.
Heller M. (2010), "The commodification of language", in *Annual Review of Anthropology*, 39, pp. 101-114.
Kailuweit R. (2019), *Linguistic landscapes and regional languages in Southern France – a neo-semiotic approach to placemaking conflicts*, in Castillo Lluch M., Kailuweit R., Pusch C. D. (eds.), *Linguistic landscape studies. The French connection*, Rombach, Freiburg i.Br., Berlin, Wien, pp. 131-162.
Kelly-Holmes H. (2000), "Bier , parfum, kass. Language fetish in European advertising", in *European Journal of Cultural Studies*, 3, 1, pp. 67-82.
Krumm H. J. "Elite- oder Armutsmehrsprachigkeit: Herausforderungen für das österreichische Bildungswesen", in Wegner A., Vetter E. (eds.), *Mehrsprachigkeit und Professionalisierung in pädagogischen Berufen. Interdisziplinäre Zugänge zu aktuellen Herausforderungen im Bildungsbereich*, Budrich UniPress, Opladen-Berlin-Toronto, pp. 23-40.
Lehner S. (2022), "Linguistic landscapes and constructions of space in a learning club for young refugees in Vienna", in Krompák E., Fernández-Mallat V., Meyer S. (eds.), *Linguistic landscapes and educational spaces*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 31-54: https://doi.org/10.21832/9781788923873-004.
Lüdi G. (2013), "Receptive multilingualism as a strategy for sharing mutual linguistic resources in the workplace in a Swiss context", in *International Journal of Multilingualism*, 10, 2, pp. 140-158:

https://doi.org/10.1080/14790718.2013.789520.
Magistrat Klagenfurt 2024 = Magistrat der Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee, Bevölkerungswesen. Statistik (2023), Statistisches Jahrbuch 2023. der Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee. Berichtsjahr 2022/23, Magistrat der Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee, Bevölkerungswesen. Statistik, Klagenfurt am Wörthersee: https://www.klagenfurt.at/fileadmin/user_upload/Stadt_Klagenfurt/03-StadtINFOS/Statistik/Publikationen/2024-BW-NEU_Statistisches_Jahrbuch_2024.pdf.
Maurais J., Morris M. A. (2003), *Languages in a globalising world*, Cambridge University Press, Cambridge.
Melchior L. (2020a), "*Graz sagt Grazie*. Zum Italienischen in der Grazer und Klagenfurter Sprachlandschaft", in *Zibaldone*, 70, pp. 101-113.
Melchior L. (2020b), "L'italiano nei linguistic landscapes dell'Austria meridionale: alcune considerazioni", in *Studia universitatis hereditati*, 8, 2, pp. 23-43: https://doi.org/10.26493/2350-5443.8(2)23-43.
Melchior L. *et al.* (in stampa), "Lo sloveno nel paesaggio linguistico della Carinzia meridionale: alcune osservazioni e considerazioni", in Bertocci D., Vicario F. (a cura di), *Toponomastica alpina. Storia, culture, territori e comunità linguistiche.* Atti del convegno, Edizioni dell'Orso, Alessandria.
Niehaus K. (2023), "The temporality of commodified landscapes at events & local constructions of identity in Salzburg", in *Linguistic Landscape*, 9, 4, pp. 357-386, https://doi.org/10.1075/ll.22008.nie.
Purschke C. (2023), "Exploring the linguistic landscape of cities through crowdsourced data", in Brunn S. D., Kehrein R. (eds.), *Language, society and the state in a changing world*, Springer, Cham, pp. 87-112: https://doi.org/10.1007/978-3-031-18146-7_3.
Pustka E. (2020), "Wo Österreich französisch ist: eine Pilotstudie zur Linguistic Landscape der Wiener Josefstadt (8. Bezirk)", in *Prof. Alpinista*, LMU, München: https://www.fsk.gwi.uni-muenchen.de/?p=8317.
Pustka E. (2024), *Linguistik landscape-Didaktik. Französisch in Österreich entdecken – outdoor und digital* (= *vistazo* 8): https://www.vistazo.at/_files/ugd/b40f29_32396245bca84cef83957cd5101e8567.pdf.
Rasinger S. M. (2014), "Linguistic landscapes in Southern Carinthia (Austria)", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 35, 6, pp. 580-602: https://doi.org/10.1080/01434632.2014.889142.
Schegloff E. A. (1993), "Reflections on quantification in the study of conversation", in *Research on Language and Social Interaction*, 26, 1, pp. 99-128.
Siebetcheu Youmbi R. (2011), "Africa", in Vedovelli M. (a cura di), *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Carocci, Roma, pp. 477-509.
Siebetcheu R. (2016), "La lingua italiana nei panorami linguistici urbani delle città camerunensi", in Kuitche Talé G., Pallante G. (a cura di), *1995-2015: 20 anni di insegnamento dell'italiano l2 in Camerun. Bilancio e prospettive*, *Italiano LinguaDue*, 7, 2, pp. 59-78: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/6807/6737.
Siebetcheu R. (2021a), "Decrescita, stagnazione, sviluppo per aree", in Coccia B. *et al.* (a cura di), *Italiano2020: lingua nel mondo globale. Le rose che non colsi...*, Apes, Roma, pp. 354-372.
Siebetcheu R. (2021b), "Lo spazio linguistico italiano: la variabilità esterna", in Coccia B. *et al.* (a cura di), *Italiano2020: lingua nel mondo globale. Le rose che non colsi...*, Apes, Roma, pp. 118-132.

Soukup B. (2016), *English in the linguistic landscape of Vienna, Austria (ELLViA): Outline, rationale, and methodology of a large-scale empirical project on language choice on public signs from the perspective of sign-readers*, Department of English and American Studies, Wien: https://archiv-anglistik.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/dep_anglist/Views_25_2016_Soukup_final_3.pdf.

Soukup B. (2020), "Survey area selection in Variationist Linguistic Landscape Study (VaLLS): A report from Vienna, Austria", in *Linguistic Landscape*, 6, 1, pp. 52-79: https://doi.org/10.1075/ll.00017.sou.

Spolsky B. (2009), *Language management*, Cambridge University Press, Cambridge.

Stadt Graz Präsidialabteilung – Statistik (2021), *Stadtistik 2021*, Stadt Graz Prasidialabteilung – Statistik, Graz: https://www1.graz.at/statistik/stadtistikbuch_Grafiken_2021/statistik_buch_2020_doppelseiten_web.pdf.

Statistik Austria (2023), Statistisches Jahrbuch. Migration & Integration. Zahlen. Daten. Indikatoren 2023, Statistik Austria *et al.*., s.l.: https://www.integrationsfonds.at/mediathek/mediathek-publikationen/publikation/oeif-publikation-statistisches-jahrbuch-2023-17999/.

Tropper E. (2020), "Linguistic Landscapes auf Postkarten. Einige methodische Überlegungen am Beispiel der historischen Untersteiermark/Spodnja Štajerska", in Almasy K., Pfandl H., Tropper E. (eds.), *Bildspuren – Sprachspuren. Postkarten als Quellen zur Mehrsprachigkeit in der späten Habsburger Monarchie*, Transcript, Bielefeld, pp. 45-73.

Vedovelli M. (2005), "L'italiano nel mondo da lingua straniera a lingua identitaria: il caso *freddoccino*", in *Studi italiani di linguistica teorica e applicata*, 34, 3, pp. 585-609.

Vedovelli M. (2011), *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Carocci, Roma.

Vedovelli M. (2012), "Lo spazio linguistico globale dell'emigrazione italiana all'estero", in Di Pretoro P. A., Unfer Lukoschik R. (a cura di), *Lingua e letteratura italiana 150 dopo l'Unità*. Atti del convegno internazionale di studi presso l'Università di Zurigo. 30 marzo – 1 aprile 2011/*Sprache und Literatur Italiens 150 Jahre nach der Einigung*. Akten der internationalen Tagung an der Universität Zürich. 30. März – 1. April 2011, Martin Meidenbauer, München, pp. 129-156.

Vedovelli M. (2014), "L'italiano nel mercato globale delle lingue: prospettive, potenzialità, criticità", in Licata D. (a cura di), *Rapporto Italiani nel Mondo 2014*, Tau, Todi, pp. 289-297.

Vedovelli M. (2018), "Nuovi scenari globali per l'italiano nel mondo", in Bombi R. (a cura di), *Italiano nel mondo. Per una nuova visione*, Forum, Udine, pp. 181-194.

Wehr I. (2020), "English as a written representation of the visual mode – A study of public advertising in Klagenfurt, Austria", in Busse B., Warnke I. H., Smith J. (eds.), *Place-Making in the Declarative City*, Walter de Gruyter, Berlin-Boston, pp. 167-184: https://doi.org/10.1515/9783110634754-009.

Ziegler E., Schmitz U., Uslucan H.-H. (2019), "Attitudes towards visual multilingualism in the linguistic landscape of the Ruhr Area", 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. 264-299.

Ziegler E., Schmitz U., Uslucan H.-H. (2020), "Community Ma(r)king in the linguistic landscape of the Ruhr metropolis", in *Linguistic Landscape*, 6, 2, pp. 183-212.

SIMBOLI DELL'ITALIANITÀ ALIMENTARE E LINGUISTICA NEL PAESAGGIO URBANO TEDESCO: RISTORANTI-PIZZERIE, GELATERIE E CAFFETTERIE A TREVIRI

Laura Campanale[1]

1. INTRODUZIONE

Il presente contributo intende analizzare il paesaggio linguistico urbano di Treviri (Trier), in cui dal 2009 al 2015 abbiamo vissuto e insegnato lingua e cultura italiana come Lettori MAECI presso l'Istituto di Romanistica della relativa università.

Nello specifico, ci concentreremo sulla presenza di segni connessi al mondo della gastronomia, ossia alle insegne commerciali esterne (Vedovelli, Machetti, 2006) che si riferiscono ai principali locali del settore, come ristoranti, pizzerie, gelaterie, caffetterie per indagare la loro relativa funzione (informativa, simbolica, etnica, identitaria) (Bagna, Barni, 2007; Siebetcheu, 2015; Bellinzona, 2023):

> L'analisi degli italianismi, e più in generale degli esotismi, […] può aiutarci a comprendere le modalità e il grado di penetrazione di una lingua, per comprendere se si tratta di tracce della presenza della lingua in quanto rappresentativa di una determinata cultura, di un determinato ambito sociale o economico-produttivo o semplicemente indice della presenza di un gruppo di immigrati inseriti nel tessuto sociale locale (Bagna, Barni, 2007: 547).

Per quanto riguarda la strutturazione del nostro lavoro, dopo aver delineato la metodologia e gli obiettivi di ricerca, daremo alcune informazioni sulla città di Treviri, di origini romane, così come sulla presenza della comunità italiana.

Proseguiremo con una breve presentazione sull'origine e sulla diffusione dei principali locali italiani in Germania (ristoranti, gelaterie, *Espresso-Bar*), per concentrarci sulla loro ubicazione e sulle differenti denominazioni nella città in questione, rispetto anche alle notizie in nostro possesso sulla nazionalità dei proprietari.

Un ultimo capitolo sarà dedicato alla proposta di alcune attività didattiche svolte durante il nostro mandato ministeriale all'università di Treviri, partendo dall'esame del paesaggio linguistico urbano con riferimento ai segni esterni (insegne commerciali) e interni (menù) della gastronomia italiana.

Negli ultimi anni la presenza sempre più consistente di locali italiani, spesso rilevati o aperti da titolari stranieri (tedeschi o di altre comunità migranti), conferma l'estrema "vitalità" della nostra lingua (ivi: 548) che sottende a un determinato «piano d[i] valori di senso che [le]vengono attribuiti» (ivi: 531) sulla base di una «mutata percezione del sistema Italia e delle sue caratteristiche» (ivi: 529):

> gli italianismi sono testimonianza del prevalere di tratti positivi, legati alla percezione delle caratteristiche che l'italicità possiede in termini di qualità dello stile di vita, benessere, dinamismo, creatività, […] [per cui] la presenza

[1] ITST Mazzotti Treviso.

> della lingua italiana diventa segno di uno sforzo semiotico di ricreazione di senso, del tentativo di reimpossessarsi di sensi altrimenti persi o non formati (ivi: 531).

2. I NUMERI E I SIMBOLI DELL'EXPORT AGROALIMENTARE ITALIANO IN GERMANIA

In Germania la nostra cucina è penetrata nella cultura e lingua tedesca, non solo grazie ad alcuni dei suoi simboli più conosciuti (pasta, pizza, gelato, caffè), ma anche tramite la diffusione capillare di locali e prodotti italiani. Dopo l'industria metalmeccanica e di produzione di macchinari/attrezzature, l'agroalimentare è al terzo posto come settore di "traino" della nostra economia[2] (Campanale, 2022: 309-310).

Nel 2023 l'*export* dell'agroalimentare ha raggiunto il valore record di 64,4 mld. di euro, con un incremento delle esportazioni dell'8,9% fra il 2019 e il 2023. In Europa è la Germania il primo importatore con oltre 10 mld. di prodotti agroalimentari italiani nel 2023, pari al 16% del totale, in particolare di bevande, pasta, prodotti da forno, frutta e ortaggi (Sorrentino, 2024):

> Il [nostro] Made in Italy è […] garanzia di qualità e tracciabilità dei prodotti, di controllo e sicurezza alimentare. […] Ma è anche nella sapiente contaminazione fra antico e moderno, tradizione e innovazione che vanno ricercate le ragioni del successo italiano (*ibidem*).

3. IMPOSTAZIONE E METODOLOGIA DI RICERCA

Per LL si intende «la branca della sociolinguistica e della semiotica che si occupa di studiare il panorama linguistico, ossia tutte le occorrenze di lingue e di linguaggi, compresi simboli, icone, font e materiali, che connotano la comunicazione scritta pubblica, per lo più nello spazio urbano» (Bellinzona, 2023).

Lo studio del *linguistic landscaping* risale al 1997 (Bagna, Barni, 2006: 9), quando Landry, Bourhis (1997: 25) lo definirono «the language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a territory, region or urban agglomeration».

Numerosi, in seguito, gli studiosi che si sono approcciati al tema da diversi punti di vista, tra cui Gorter (2006), Marten, Gorter, Van Mensel (2012).

Basilari per la comprensione del fenomeno sono i concetti di *top-down* e *bottom-up*, rilevanza e dominanza delle lingue nel paesaggio linguistico (Bagna, Barni, 2007: 534; 537).

Per quanto riguarda l'impostazione del presente lavoro, ci riferiamo essenzialmente agli studi del Centro di Eccellenza della Ricerca dell'Università per Stranieri di Siena (Vedovelli, Machetti, 2006; Bagna, Barni, 2006, 2007; Bagna, Machetti, 2012; Vedovelli, Casini, 2013; Siebetcheu, 2015; Vedovelli, 2019; Pizzoli, 2019). In merito alla visibilità del Made in Italy e della ristorazione all'estero in paesi di emigrazione italiana più o meno recente, si rimanda, inoltre, ai recenti studi di Bagna (2022); Barni, Mori (2024); Vedovelli (2022; 2024).

In relazione all'area tedesca ci sono stati di enorme aiuto i lavori in area germanofona di Krefeld (2006; 2021), Ferrini (2016) e Melchior (2020).

Relativamente alla metodologia adottata, abbiamo deciso di focalizzarci esclusivamente sulla gastronomia secondo un'analisi *bottom-up* (Ben-Rafael, 2006), esaminando le insegne

[2] Cfr. https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/agrifood-il-made-italy-ora-resiste-29754.

esterne dei locali per il loro alto valore informativo e soprattutto persuasivo/commerciale (Ferrini, 2016: 188-189) .

Non vivendo più in loco, l'elenco dei locali italiani a Treviri con relative insegne esterne e qualsiasi altra informazione fotografica sono stati desunti da *TripAdvisor*, mentre per cercare di verificare l'attuale nazionalità del proprietario si è consultato il sito https://firmeneintrag.creditreform.de/, la più grande banca dati in Germania con informazioni sulle imprese. Da diversi articoli del quotidiano locale *Trierischer Volksfreund*, abbiamo inoltre ricavato tante altre notizie, come la *mission* del locale e l'eventuale cambio di proprietà.

Come già evidenziato da Ferrini (2016: 186) e Melchior (2020: 27), negli ultimi dieci anni, diversi ristoranti di proprietà italiana sono stati rilevati o vengono gestiti da persone appartenenti a gruppi migranti ben rappresentati in Germania, come ad esempio la comunità turca e dell'Est Europa.

Come in Haller (2005), Krefeld (2006), Ferrini (2016) abbiamo osservato denominazione e ubicazione di tutte le attività gastronomiche italiane o presunte tali (ristoranti, pizzerie, gelaterie, espresso bar/caffetterie) anche in relazione all'eventuale presenza di quartieri tipicamente italiani o con una alta percentuale di nostri connazionali ivi residenti, così come eventuali cambi di denominazione rispetto al relativo valore etnico o identitario nelle rispettive scelte linguistiche (cfr. Ferrini, 2016: 194; 196).

Solo nell'ultimo capitolo dedicato alla didattica, in cui abbiamo proposto una serie di attività svolte durante il nostro mandato impiegando il LL (Bellinzona, 2018; 2023), siamo ricorsi anche a un'analisi "interna" dei segni, selezionando, tuttavia, esclusivamente i menù di alcuni locali per lavorare sui concetti di rilevanza e dominanza linguistica della lingua italiana (Bagna, Machetti, 2012).

3.1. *Obiettivi di ricerca*

Delimitando la nostra ricerca ai locali di gastronomia italiana sopra indicati, intendiamo verificare la loro consistente diffusione, soprattutto negli ultimi anni, in una città di medie dimensioni come Treviri, rispetto a:

- origine romana con relativa presenza di numerosi monumenti dell'epoca molto ben conservati e conseguente vocazione turistica della città;
- posizione all'interno della "*Großregion* (*Saar-Lor-Lux*)"[3], in mezzo a due bacini con una forte attrazione migratoria per la comunità italiana, come il Lussemburgo, già dal 1890, e il Saarland, soprattutto dal 1960;
- predisposizione al plurilinguismo della popolazione locale (Melchior, 2020: 34)[4];
- valore etnico o identitario della lingua italiana nella scelta della denominazione dei locali o del suo mantenimento in caso di cambio gestione (Ferrini, 2016: 194; 196);
- percezione degli italianismi da parte degli emittenti e dei destinatari (Ferrini, 2016: 195-196; Melchior, 2020: 36; Krefeld, 2021).

4. TREVIRI, "SECUNDA ROMA": LA PIÙ ANTICA CITTÀ TEDESCA

La ridente città di Treviri bagnata dalla Mosella si trova nella Renania Palatinato, al confine con il Lussemburgo (Figura 1), non distante da Francia e Belgio (rispettivamente 50 e 65 km).

[3] Cfr. https://www.saarland.de/EN/history/europe-saarlorlux.
[4] Per il concetto di «competenza percepita» si veda Melchior (2020: 36).

È una delle città più antiche della Germania, fondata tra il XVI e il XIII secolo a. C., da Augusto con il nome di *Augusta Treverorum*; in seguito, «con l'ordinamento dioclezianeo, divenuta *Treveri*, fu capitale della Belgica, poi sede del Cesare d'Occidente»[5], da cui il nome di *secunda Roma* (Kramer, 2013: 185-187; 190-191). Al periodo romano[6] sono ascrivibili ben sette dei nove siti UNESCO[7] (Kramer, 2013: 199), motivo di enorme orgoglio per la città, meta ogni anno di turisti da ogni parte del mondo. È anche la più antica sede episcopale di Germania, oltre a possedere la più grande collezione del mondo di monete d'oro romane visibili presso il rinomato museo *Rheinisches Landesmuseum Trier*[8]. Treviri è conosciuta per aver dato i natali a Sant'Emidio, Sant'Ambrogio e nel 1818 a Marx (Di Natale, 2019).

Dal 1958 è attivo il gemellaggio con la città marchigiana di Ascoli Piceno, di cui Sant'Emidio è patrono. Nel 2001 si costituì a Treviri anche la "*Ascoli-Piceno Gesellschaft*" responsabile di diverse pregevoli iniziative culturali di interscambio (anche a livello scolastico), che valorizzano il gemellaggio e sostengono il valore dell'italianità (von Engel, 2013: 215-217).

Figura 1[9].



[5] https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri/ e
https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri_(Enciclopedia-dell'-Arte-Antica)/.

[6] In memoria degli antichi fasti imperiali, il ristorante tedesco "*Zum Domstein*", nella centrale piazza principale, ripropone, tra l'altro, alcune specialità della cucina romana, tra cui il piatto con 5 antipasti romani o la minestra e il pane alla romana (cfr:
https://www.speisekarte.de/trier/restaurant/restaurant_zum_domstein/speisekarte;
https://rheinischer-spiegel.de/zum-domstein-authentische-roemische-gerichte-verbinden-tradition-und-moderne/).

[7] I sette siti Unesco del periodo romano a Treviri sono: la Porta Nigra, il Circo romano e l'Anfiteatro, le terme imperiali e di Barbara, la Basilica Palatina di Costantino e il Ponte romano.

[8] https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri/ e
https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri_(Enciclopedia-dell'-Arte-Antica)/.

[9] https://www.derweg.org/wp-content/uploads/2015/07/deutschlandkarte-alt.png.

4.1. *La comunità italiana a Treviri*

A Treviri vivono complessivamente 112.461 persone, di cui al 31/12/2023 21.585 stranieri provenienti principalmente dai paesi dell'Est Europa (ucraini, rumeni, polacchi, bulgari), seguiti da quelli asiatici e africani.

Data la vicinanza al Lussemburgo e alla Francia, si registrano in città 1.019 lussemburghesi e 632 francesi.

Dopo i lussemburghesi, gli italiani rappresentano, tuttavia, tra gli europei continentali il gruppo più numeroso[10] con un *trend* in progressiva crescita, soprattutto negli ultimi anni (cfr. Tabella 1).

Tabella 1. *Popolazione straniera a Treviri*[11]

Trierer Bevölkerungsentwicklung mit den zehn größten ausländischen Herkunftsländern

Staats-angehörigkeit	Anzahl 31.12.2022	Anzahl 31.12.2023	Änderung Anzahl	Änderungg in Prozent
alle	111.836	112.461	625	0,6
Ausland allgemein	20.297	21.585	1.288	6,3
Syrien	2.617	2.705	88	3,4
Ukraine	1.814	2.103	289	15,9
Rumänien	1.194	1.149	-45	-3,8
Polen	1.141	1.119	-22	-1,9
Luxemburg	988	1.019	31	3,1
Bulgarien	780	785	5	0,6
Afghanistan	701	723	22	3,1
Italien	706	720	14	2,0
Frankreich	634	632	-2	-0,3
Türkei	535	608	73	13,6

Secondo i dati statistici della città di Treviri, al 31/12/2023 erano presenti 720 persone con cittadinanza italiana. Il 23,2% abitava in centro (nel distretto di Mitte-Gartenfeld), il 16,5% a Nord e il 10% nel distretto di Kürenz (cfr. Figura 2).

Si tratta di una popolazione relativamente giovane e in età lavorativa, dato che il 29,9% ha tra i 31 e 44 anni, seguito dal 26% tra i 45 e 64 e il 25,8% tra i 21 e i 30; dal 2004 al 2023 si è, inoltre, registrato il maggior numero di ingressi[12].

Rispetto all'enorme diffusione di locali gastronomici, pochi sono gli occupati in tale settore, contrariamente a quello dei servizi (cfr. Tabella 2). Riteniamo che una parte dei giovani italiani immigrati negli ultimi dieci anni impiegati nelle prestigiose istituzioni europee e bancarie del Lussemburgo scelga Treviri per stabilirvi la propria residenza, preferendo raggiungere pendolarmente la vicina capitale lussemburghese nota per il suo alto costo della vita e degli affitti.

[10] Forte e radicata la presenza di italiani già da fine '800 in Lussemburgo: nel 1910 erano 10.138 gli italiani emigrati in Lussemburgo (Caldognetto, 2014: 187), mentre negli ultimi anni erano 20.000 i detentori di passaporto italiano (Caldognetto, 2019), così come numerosi gli istituti e le istituzioni, soprattutto finanziarie, che attirano diversi giovani italiani.

[11] https://www.integration-trier.de/informationen-und-fakten/zahlen/.

[12] I suddetti dati statistici ci sono stati cortesemente forniti per e-mail il 22.07.2024 dalla *Stadtverwaltung Trier / Stadtentwicklung | Statistik und Wahlen* (Amministrazione e sviluppo della città di Treviri / Ufficio statistica ed elezioni). L'incremento dell'immigrazione italiana non è un fenomeno circoscritto solo a Treviri, ma diffuso in tutto il Paese, tanto che «dal 2012 al 2015 più di 130mila italiani si sono iscritti in anagrafe in Germania; [...]»:
https://www.altreitalie.it/nuove_mobilita/dati_e_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl.

Figura 2. *Cartina Treviri con distretti*[13]

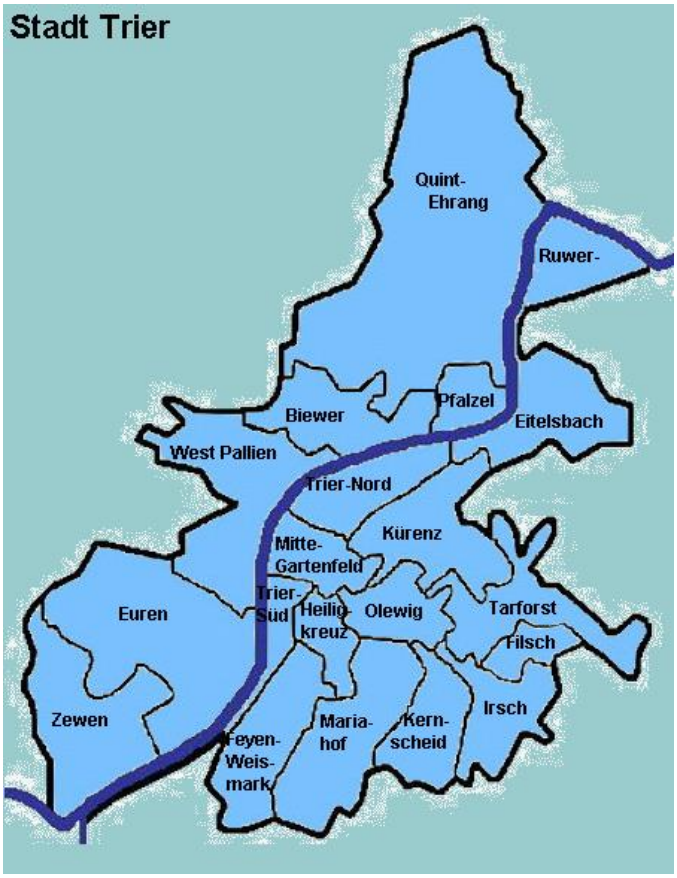


Tabella 2. *Settori di impiego della popolazione residente a Treviri*[14]

Statistische Übersicht der Stadt Trier zu Unternehmen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

	2018	2019	2020	2021
Unternehmen insgesamt	4.865	4.959	4.717	4.756
mit 0 - 10 Beschäftigten	4.075	4.015	3.794	3.852
mit 10 - 50 Beschäftigten	614	739	729	708
mit 50 - 250 Beschäftigten	154	179	169	169
mit 250 und mehr Beschäftigten	22	26	25	27
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte insgesamt	55.736	56.007	55.277	55.377
Land- und Forstwirtschaft	151	175	193	200
Produzierendes Gewerbe	10.871	10.738	10.333	10.336
Verarbeitendes Gewerbe	6.919	7.027	6.591	6.501
Dienstleistungsbereich	44.713	45.093	44.750	44.840
Verkehr und Lagerei	2.088	2.124	2.039	2.087
Gastgewerbe	2.667	2.728	2.503	2.403
Finanz- und Versicherungsleistungen	1.290	1.290	1.274	1.202
Öffentliche Verwaltung	3.415	3.515	3.545	3.564
Gesundheitswesen	6.934	7.115	7.216	7.441
Heime und Sozialwesen	5.169	5.213	5.466	5.560

[13] La città conta in tutto 19 distretti (*Ortsbezirke*): https://www.kvplusr.de/portal-tr1-v1/.
[14] https://www.trier.de/rathaus-buerger-in/trier-in-zahlen/wirtschaft/.

5. La fortuna dei principali locali italiani in Germania: storia ed evoluzione del fenomeno

Sono i numeri dei locali italiani a confermare oggi il successo della nostra gastronomia in Germania: 32.000 tra ristoranti e pizzerie presenti nelle grandi città, così come nei piccoli centri urbani, motivo per cui la nostra cucina è al primo posto in assoluto tra quelle etniche.

Tuttavia, c'è da segnalare che ben 14.000 sono ormai gestiti da proprietari di altra nazionalità: diventa, pertanto, necessario, come sostiene Mazzarò (2022) «tutelare la nostra cultura gastronomica» ed educare il consumatore al "vero" gusto italiano.

Sono 9.000 le gelaterie presenti in Germania (3.362 con produzione propria) e 4.350 *Eiscafés* con oltre 20.000 collaboratori, di cui la metà d'origine italiana[15]. La maggioranza delle gelaterie artigianali risulta distribuita ad Ovest e a Sud del Paese (nel Nord Reno-Westfalia e in Baviera).

Nel 2020 si contavano, invece, ben 327 filiali della catena Segafredo, superando la concorrenza tedesca e americana della *Coffee-Fellows* e *Starbucks*[16].

Risale al lontano 1990 il primo *espresso-bar* a Monaco di Segafredo Zanetti che voleva diffondere la cultura e la tradizione del vero caffè italiano in terra tedesca (cfr. Campanale, 2022: 331): i numeri ora gli danno ragione:

> Tre decenni più tardi, le caffetterie sono parte integrante della quotidianità del Paese. L'esordio tedesco ha rappresentato una vera e propria sfida, poiché la maggior parte dei tedeschi consumava esclusivamente caffè filtro, mentre espresso e cappuccino erano quasi sconosciuti[17].

Ma quali sono le ragioni di tanto successo? Qui di seguito cercheremo di spiegare l'evoluzione e le motivazioni dell'indiscutibile fortuna dei nostri locali gastronomici in Germania.

Agli inizi del 1900, quando avevano già cominciato a circolare, anche se in maniera ridotta, alcuni dei nostri prodotti (agrumi, formaggi, olio d'oliva, vino), erano veramente rari i ristoranti italiani in terra tedesca: se ne contavano solo quattro a Monaco (Bernhard, 2006: 264-265; Tirabassi, 2015).

Al contrario, le gelaterie dei nostri immigrati veneti erano già diffuse sul territorio tedesco[18], fino a quando nel 1923 i nazionalsocialisti, con un decreto protezionista, il "*Notgesetz*", bloccarono la vendita di prodotti stranieri (Bernhard, 2006: 266-270; Tirabassi, 2015).

I gelatieri, contrariamente ai ristoratori, potevano, infatti, vantare una lunga tradizione alle spalle: furono a partire dalla fine dell'Ottocento «[g]li abitanti delle valli dell'Alto bellunese, cioè [...] cadorini ed [...] zoldani che iniziarono, prima con dei carrettini, poi stabilmente, a farsi conoscere [...] a Vienna e [in seguito] nelle altre città del Nord e dell'Est[-Europa]» (Campanale, 2014: 45). Tutto cambiò con la fine della Seconda guerra mondiale.

La diffusione dei locali di gastronomia italiana nella RFT si verificò, in effetti, in coincidenza del *boom* economico e della conseguente richiesta di manodopera straniera, ma anche del migliore tenore di vita che consentiva ai tedeschi di viaggiare e di conoscere meglio il nostro paese (Möhring, 2018: 82).

[15] Cfr. https://www.uniteis.com/de/press/2021/03/24-maerz-2021-gelato-day-europa-tag-des-gelato/.

[16] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/222739/umfrage/fuehrende-kaffeebar-marken-in-deutschland-nach-anzahl-der-filialen/.

[17] https://www.comunicaffe.it/segafredo-zanetti-deutschland-germania/.

[18] La prima gelateria aprì ad Amburgo nel 1799 (cfr. https://www.waltroper-zeitung.de/ueberregionales/15-dinge-ueber-unsere-uralte-liebe-zum-eis-w1650076-11000028769/ e Campanale, 2022: 314).

La prima pizzeria italiana in Germania, "Capri", a Würzburg risale al 1952 ed era frequentata all'inizio dalle truppe americane (Tirabassi, 2015), proponendo piatti semplici, ma abbondanti con gli ingredienti che a quel tempo si potevano trovare sul mercato (Bombardibm, 2022). Ciò sarà in parte motivo per una rivisitazione di alcune ricette (come ad esempio l'uso della panna nella carbonara), mentre con il tempo si assisterà a processi di ibridazione nel tentativo di adattare i piatti al gusto dei tedeschi (Möhring, 2018: 83-84).

Nonostante alcuni ristoranti, soprattutto nelle grandi città, fungessero da punto di ritrovo identitario per la nostra comunità immigrata inizialmente piuttosto disorientata, la maggior parte di essi veniva frequentata soprattutto dai tedeschi per la qualità e autenticità dei prodotti, le porzioni abbondanti, il prezzo modico, l'ambiente familiare e conviviale, oltre a tante altre connotazioni positive collegate all'italianità (Borrelli *et al.*, 2018: 14; 16; Möhring, 2018: 86).

La notevole diffusione delle gelaterie nella Repubblica Federale Tedesca nel secondo dopoguerra fu invece dovuta al principio perseguito dai gelatieri «del maggior vantaggio economico e della maggior sicurezza [...] economica, materiale e sociale [...] [ragion] per cui fu[ono] scelt[e] […] determinate aree e città tedesche, identificate come le più ricche» (Campanale, 2006a: 285 in Campanale, 2022: 315)[19]:

> Nel caso dei gelatieri di antica tradizione si tratta di un gruppo coeso e compatto, che emigra all'estero con la coscienza di una categoria professionale, qualificata nel proprio ambito e che si muove secondo determinati principi. La coesione del gruppo mediante catene migratorie parentali e amicali permette di gestire il fenomeno a vantaggio della categoria, il che ne determina una particolare coscienza etnica anche all'estero (*ibidem*)[20].

Come i ristoranti, anche alcune gelaterie funsero inizialmente da «centro associativo e ricreativo» per la comunità italiana (ivi: 103), ma in generale rappresentarono principalmente «il luogo d'incontro privilegiato delle famiglie tedesche con bambini, soprattutto la domenica, visti i bassi costi dei prodotti e il clima informale e meno rigido rispetto ai locali tedeschi» (Campanale, 2022: 315):

> Il loro successo, così come quello dei ristoranti italiani, è dovuto al fatto di essere accessibili ad un ampio segmento della popolazione tanto da diventare un'istituzione nel paesaggio gastronomico della Germania federale: un luogo transnazionale o translocale in relazione ai piatti serviti, all'atmosfera e alla loro dimensione sociale e immaginaria (*ibidem*)[21].

6. LOCALI ITALIANI A TREVIRI (RISTORANTI, GELATERIE, CAFFETTERIE)

Per comprendere la notevole quantità di locali italiani a Treviri e dintorni, basta verificarne i numeri, a dimostrazione dell'attrazione esercitata dal cibo italiano in area tedesca. Pur essendo una città di poco più di 112.000 abitanti, l'offerta gastronomica a Treviri è molto ampia con complessivamente 302 locali rilevati a fine settembre 2024 da *Tripadvisor*.

[19] Si veda anche Campanale (2006b: 59).
[20] Ivi: 59-60.
[21] Si veda anche Möhring (2018: 85-86).

6.1. *Ristoranti italiani a Treviri*

Al primo posto troviamo i ristoranti tedeschi (62), seguiti immediatamente da quelli italiani (33), mentre la cucina asiatica e quella mediorientale sono meno rappresentate, rispettivamente con 30 e 11 locali. Tuttavia, c'è da dire che se si sommano ai ristoranti italiani, le pizzerie, comprese quelle che vendono pizza a domicilio (33), raggiungiamo i 72 locali, per cui l'offerta gastronomica italiana supererebbe persino quella tedesca.

La maggior parte dei locali italiani (ristoranti e pizzerie) è situata in corrispondenza del cardine e del decumano romano all'interno della zona pedonale della città caratterizzata da un afflusso costante di clienti locali e di turisti. Altri sono ubicati in posizioni periferiche, in particolare a Nord-est e Nord-ovest. Alcuni sono di recente istituzione e sono gestiti da giovani italiani che tendono a prediligere la periferia piuttosto che il centro a causa dei costi proibitivi degli affitti.

Contrariamente a Monaco (Krefeld, 2006: 234), a Treviri risulta esserci una corrispondenza tra la presenza di residenti italiani, concentrati nella zona *Trier* Mitte-Gartenfeld e i locali italiani (cfr. Figura 2 § 4.1 e Figura 3).

Figura 3. *Mappa dei ristoranti a Treviri*



Per quanto riguarda invece la denominazione, al primo posto troviamo insegne che evocano esperienze positive di italianità rispetto ad alcuni suoi prodotti, come in *Pizza e Pasta by Siena*, *Pasta Pasta Trier*, *Pane Vino* o locali tipici, come *L'Osteria*. Non mancano riferimenti stereotipati con espressioni polirematiche che rimandano comunque a «un immaginario italiano legato allo stile di vita in Italia» (Bagna, Barni, 2007: 546), come in *Donna Mia*, *Dolce Vita* o suggestivi dal punto di vista fonetico, come per *Oro*[22] (cfr. Tabella 3).

[22] Nel caso di *Donna Mia* e *Oro* si trattava di grossi imprenditori tedeschi (come la *Berger Group*) con esperienze nella gastronomia, ma anche con altre attività parallele (per es. agenzie pubblicitarie o immobiliari) che avevano investito molti soldi nel locale, in cui lavoravano comunque collaboratori italiani (https://www.volksfreund.de/themen/lecker/trier-zehn-jahre-italienisches-restaurant-donna-mia_aid-

Ritroviamo, inoltre, denominazioni piuttosto usuali in Italia, come *L'Angolo*, ma anche nomi creativi che giocano a livello ortografico, come in *Bella I' Talia* e in *DiVino*.

È, altresì, interessante notare che alcuni locali vegani molto in voga in Germania ricorrono a un nome italiano, come in *Dolce Cielo* (ora *Café Allerlei*) e *Zuppa*, *Oh!*, *Bio mio*. Dato che la maggior parte degli esercizi indicati non sono gestiti da italiani, ma da tedeschi o da altre persone di origine straniera (per lo più albanesi o dell'Europa dell'Est)[23], viene confermata la tesi della scuola di Siena che alla lingua italiana si associano immagini e sensazioni positive anche rispetto alla genuinità e autenticità dei cibi, aspetto particolarmente importante per il mondo vegano, ma anche spunti creativi.

Al secondo posto, si rinviene una serie di pizzerie da asporto con consegna a domicilio dislocate in diversi punti della città e gestite prevalentemente da persone di origine straniera (soprattutto albanesi e kosovari), in cui il termine *Pizza*, assodato «internazionalismo», compare nelle più svariate combinazioni (Bagna, Barni, 2007: 542; Siebetcheu, 2015: 64), spesso seguite dal nome della città, come in *Pizza Trier* e/o preceduto da anglicismi piuttosto creativi, come in *Sam's Pizza*, *King's Pizza West Side* o seguito dallo stereotipo negativo, come in *Pizza Mafia*, presente, tuttavia, solo in un'occasione (ivi: 545).

Al terzo posto, le classiche denominazioni (Siebetcheu, 2015: 65; Ferrini, 2016: 186) che hanno distinto dovunque i ristoranti-pizzeria italiani come locali familiari attraverso il riferimento del nome del proprietario spesso preceduto dalla preposizione "da", come in *da Franco*, *da Massimo*, *da Giuseppe*, *Da Antonio*, *Pizzeria Restaurant Toni* o lo pseudoitalianismo *Pellolitto Pizzamanufaktur*. Contrariamente alle gelaterie, di cui tratteremo nel prossimo capitolo, sono poche le denominazioni con cognomi italiani, come per la *Pizzeria Ristorante Federico*.

Seguono i locali con riferimenti classici dell'italianità dal punto di vista geografico, soprattutto dei luoghi o delle città italiane meta di turismo (Siebetcheu, 2015: 65; Ferrini, 2016: 191), come in *San Marco*, *Adria*, *Rialto*, *San Marino*, *San Remo*, *Klein Florenz*, o culturale, come in *Rossini II*.

In memoria dell'antico passato romano non potevano, inoltre, mancare i rimandi latini, come in *Quo Vadis* o pseudo-latinismi, come in *Romikulum* o *Cubiculum*.

Pochi e in posizione periferiche i locali con una «identificazione onomastica con il contesto spaziale» (Krefeld, 2021), come per *Ponticello*, vicino a un ruscello con un piccolo ponte o in *Gondola* nei pressi di un lago:

> Eine ganze Reihe von Namen lässt gewissermaßen eine semiotische Aneignung der räumlichen Umgebung erkennen, das sie explizit darauf referieren (*ibidem*)[24].

Purtroppo, rispetto ai tempi del nostro mandato come lettori MAECI, cioè dieci anni fa, la maggior parte dei ristoranti/pizzerie italiani a Treviri, in seguito anche alla crisi

87532577; https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/restaurant-oro-in-trier-pizza-pasta-und-mehr_aid-92100313). Tra la fine del 2024 e i primi mesi del 2025, *Oro* è stato chiuso, mentre Eric Naunheim ha ceduto *Donna Mia* al giovane Falko Weiß (https://www.volksfreund.de/themen/lecker/restaurant-oro-in-trier-sued-schliesst-das-sind-die-gruende_aid-121967219; https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/donna-mia-restaurants-und-kasino-saal-trier-wechseln-besitzer_aid-125925011).

[23] Queste informazioni ci sono state confermate telefonicamente anche dai proprietari dello storico ristorante/pizzeria *da Franco* a Treviri il 29.4.2025.

[24] «Una serie di nomi rivela, in un certo senso, un'appropriazione semiotica dell'ambiente spaziale a cui fanno esplicito riferimento» (traduzione nostra).

determinata dalla pandemia, ha cambiato proprietà o gestione ed è ora in mano a tedeschi, albanesi[25] o dell'Europa dell'Est; tuttavia, i cuochi rimangono spesso italiani.

Si conferma, pertanto, quanto già individuato dai diversi studiosi in precedenza, tra cui Bagna, Barni (2007), Ferrini (2016), Melchior (2020), ossia che:

> l'italiano è legato primariamente ai contesti della ristorazione e dell'alimentazione, considerando che la cucina italiana è una delle più diffuse, conosciute e apprezzate nel mondo. Ristoranti e pizzerie (339 casi) sono i contesti più numerosi ad avere un nome italiano, anche se i gestori possono non essere legati all'emigrazione italiana e anche se il cibo che vi si mangia può non essere tipicamente italiano (Bagna, Barni, 2007: 540).

Ci risulta, infatti, che nel centro storico siano rimasti ancora italiani il ristorante *Quo Vadis?* e la pizzeria *Da Franco*[26] che il 10 gennaio 2025 ha festeggiato 50 anni di attività[27].

Dal punto di vista linguistico, si assiste all'«integrazione ortografica (dei nomi dei locali) nel sistema tedesco, per cui tutti i sostantivi vengono scritti con la maiuscola», come già evidenziato da Gerolimetto (2017: 102-103), con un generalizzazione ed estensione del fenomeno (Campanale, 2022: 325) all'articolo, all'aggettivo e alla preposizione, come in: *L'Osteria*, *Da Massimo*, *Donna Mia*.

Rispetto a *Pellolitto Pizzamanufaktur* non sappiamo se ci troviamo di fronte a un «xenoitalianismo» (Vedovelli, 2019: 191) o a un ibridismo: al nome del proprietario Pello si aggiunge il suffisso *-itto*, terminazione di diverse parole italiane, anche se il suffisso diminutivo *-ito* è molto usato anche in ispano-americano, pur se senza doppie:

> La lingua italiana in questi casi non è più solo lingua degli italiani, ma si ricrea per dare forma a nuove parole anche con l'apporto delle lingue locali (o di altre lingue), sempre con l'obiettivo di evocare tratti di italicità a livello culturale (Bagna, Barni, 2007: 544).

Come si evince dalla Tabella 3, al primo posto, con 19 occorrenze, ritroviamo le denominazioni monolingui, solo italiane, precedute o seguite nella maggior parte dei casi dai termini *Ristorante*, *Pizzeria* e in un caso *Trattoria*, anche se i proprietari o gestori dei locali sono tedeschi o di altra nazionalità. Seguono le insegne bilingui italiano-tedesche (10 occorrenze) come *Pizzeria Klein Florenz* e tedesco-italiane (6 occorrenze), come *Restaurant Pizzeria DiVino*; in terza posizione le insegne bilingui inglese-italiano (6 occorrenze), come *Sam's Pizza* e quelle in italiano-inglese (3 occorrenze), come in *Pane Vino Italian Restaurant*. A memoria dell'antico passato anche le insegne bilingui latino-tedesco (3 occorrenze), come *Quo Vadis? Ital. Restaurant* (con due pseudolatinismi), per finire con quelle francese-italiano (2 occorrenze), come *Café Dolce Cielo*, *Bistro Oh! Bio mio.*

[25] La stessa tendenza era già stata da tempo registrata da Pilcher (1997: 172) a Berlino per quanto riguarda i ristoranti italiani, lì rilevati da personale proveniente soprattutto dal mondo arabo.

[26] Ringraziamo gli attuali proprietari, contattati telefonicamente il 2.4. e il 29.4.2025 per averci confermato per telefono e per e-mail (il 06.04.25), la situazione della gastronomia italiana a Treviri e averci raccontato la storia del proprio locale. Aperto nel 1975, inizialmente nella *Johannisstraße* 16, dal fondatore Franco Mascitti di Ascoli Piceno, dopo la sua morte nel 2016 e il pensionamento della moglie nel 2018, fu rilevato il 01.07.2018 dai coniugi Giuseppe e Manuela Filippelli, visto che da 30 anni Giuseppe ci lavorava come chef. Punti di forza del locale sono la buona cucina italiana con prodotti freschi e di qualità, così come i vini provenienti dalla Calabria, patria d'origine dei Filippelli, ma anche l'atmosfera familiare e accogliente del ristorante frequentato, da generazioni, da clienti abituali sia locali sia internazionali. Il 10.01.25 il ristorante ha ottenuto un riconoscimento anche dall'IHK (*Industrie- und Handelskammer*) di Treviri per il traguardo raggiunto.

[27] Cfr. https://www.pressreader.com/germany/trierischer-volksfreund/20250109/281724095191828.

I risultati confermano, pertanto, quanto già rilevato da Ferrini (2016: 186) a Mannheim, ossia una chiara predominanza dell'italiano sulle altre lingue (Bagna, Barni, 2007: 537).

Tabella 3. *Denominazioni dei ristoranti/pizzerie italiani a Treviri*

Nome proprio proprietario	**Cognome proprietario**	**Espressioni latine o pseudo-latinismi**	**Nomi classici italiani (riferimenti geografici o culturali)**	**Riferimenti a particolarità nelle vicinanze del locale**	**Riferimenti a italianismi alimentari o ad altre parole connotate positivamente**	**Negozi di pizza al taglio/ a domicilio**
Ristorante-Pizzeria da Franco Palaststraße 7 (italiani dal 1975)	Ristorante Pizzeria Federico Hermeskeiler-straße 5 Est (italiani)	Quo vadis? ital. Restaurant Neustraße 15 (italiani)	Ristorante Pizzeria S. Marco Simeonstr. 18 Abedin Hajrizi (kosovaro)	Ponticello Olewigerstr. 212 Mensur Berisha (ma cuoco italiano)	Pane Vino Italian Restaurant Jakobstraße	Pizza Trier Kaiserstraße 4 6 (a domicilio anche pasta)
Pizzeria Da Massimo Eurener Str. 68 (Muhamet Alija: arabo, ma cuoco italiano)		Romikulum Restaurant-Pizzeria Metternichstr. 33 (bulgari: Maria Vilcu)	S. Marino Pizzeria Simeonstr. 18	La Gondola Auf der Weismark 1a, Sud (italiani nel 2006)	Pizzeria Fornelli Jakobstraße 34 Vasil Sotirov Strumenliev (bulgari, ma cuoco italiano)	Da Luigi Heimservice Ruwerer Straße 55 Nordest
Restaurant Pellolitto Pizzamanufaktur Stockstraße 3 aperto dal tedesco Pello Bender nel 2012 (musicista e gastronomo; comprato da: Fatmir Salihu albanese)	Weinbar Calchera Simeonstr. 12	CubiCulum Kellerkneipe Hosenstraße 2 (tedeschi)	Pizzeria Klein Florenz Karl-Marx-Straße 1 Daniela D'Acri		Pizza&Pasta by Siena Fleischstraße 17 Deniz Bayindir (turco, ma ha imparato il mestiere in Italia)	Gashi's Pizza & Italian Food Avelsbacher 20 Kürenz (albanesi)
Pizzeria ristorante da Giuseppe Neustraße 17-18			Pizzeria Adria Koblenzer Straße 1F Aliu Bashkim (kosovaro)		Pasta Pasta-Trier Palaststraße 5	Sam's Pizza Saarstr. 75 Sud Ahmad Yasir Samadi (iraniano)

Pizzeria Restaurant Toni Matthiasstraße 49 Sud (tedeschi)			San Remo Pizzeria Juedemerstr. 13 Tsvetanka Pavlova Ninova (russa)		L'Osteria Trier am Posthof Fleischstraße 56 (imprenditore tedesco)	Kings Pizza Westside Aachenerstr. 6 Ovest
Restaurant Da Antonio Auf Der Weismark 78 Sud (italiani)			Pizzeria Rialto Biewerer Str. 100 (Biewer) Nordovest		Donna Mia Kornmarkt 3 imprenditore tedesco (cambio gestione)	2 Bro's Pizza & Burger Bahnhof-straße 25
Ristorante Pizzeria Da Toni Ringstraße 11 Nordest			Rossini II Trattoria Nagelstraße 21 (due tedesche, una forse di origine italiana: Montalto)		Oro (chiuso temporaneamente) Leopl. 1	Domino's Pizza Deutschland Güterstraße 55 Est
					Bell I'Talia Ruwenerstr. 18 Nordest	Pizzawelt-Trier Paulusplatz 1
					L'Angolo Ristorante Pizzeria Eurener Str. 190 Sudovest (italiani) Atilla Osmani (kosovaro)	Pizza Mafia Domänenstr. 40 Aljoscha Annen
					Restaurant-Pizzeria DiVino Quinter Straße 47 Trier Ehrang Aneu Syla	

					Café Dolce Cielo (vegano), ora Café Allerlei Neustr. 27	
					Zuppa (vegano) Suppen- und Kaffeebar Sichelstraße 18 (tedeschi)	
					Bistro "Oh! Bio Mio" (vegano) (chiuso temporanea-mente) Palaststraße 3	
					GustoAntico bei Vali-Trier Italienische und Internationale Delikatessen Gartenfeldst.23 Est (iraniano)	

6.2. *Gelaterie a Treviri*

La maggior parte delle gelaterie italiane si trova, come i ristoranti, nel centro storico, in una posizione strategica che corrisponde esattamente all'antico decumano romano, non lontane dalle principali attrazioni della città (cfr. Figura 4).

Contrariamente ai ristoranti italiani, le gelaterie storiche sono, tuttavia, facilmente riconoscibili, perché riportano il cognome del fondatore, come in *Calchera* e *Rigoni*, preceduto per lo più dal termine tedesco *Eiscafé*. In alternativa si trovano riferimenti geografici connessi all'area di provenienza dei gelatieri, ossia alle Dolomiti bellunesi o al Veneto, come in *Veneziano 2*. Di più recente costituzione e spesso aperti da persone di altre nazionalità sono i locali collegati ad altre note città o località italiane (Campanale, 2022: 323), come per l'*Eiscafé Siena* o *San Marino*, oppure con l'indicazione del nome proprio, come per l'*Eiscafé Christis* o *Sandro 7 Eisdiele*.

Poche le gelaterie con classici e stereotipati riferimenti italiani, come la *Gelateria Bellissimo Trier* o *Cometa* (cfr. Tabella 4).

Figura 4. *Mappa gelaterie a Treviri*

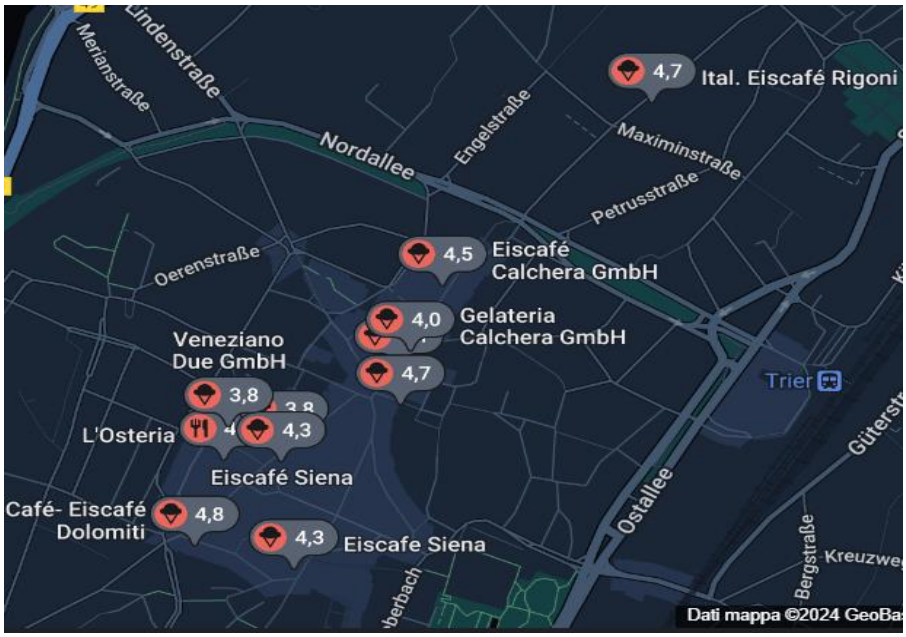


Tabella 4. *Denominazione e posizione gelaterie a Treviri*

Nome proprio proprietario	**Cognome proprietario**	**Espressioni latine o pseudo-latinismi**	**Nomi classici italiani (riferimenti geografici o culturali)**	**Riferimenti a particolarità nelle vicinanze del locale**	**Riferimenti a italianismi alimentari o ad altre parole connotate positivamente**	**Carrettini con gelato**
	Eiscafé Calchera GmbH Simeonstr. 54		Dolomiti Eis & Café (proprietà Calchera) Fleischstr. 66		Gelateria Bellissimo Trier Im Treff 9	Calchera in occasione di feste cittadine o private
Palazzo Sandro 7 Eisdiele Simeonstraße 34	Gelateria Calchera Simeonstraße 28		Eiscafé Dolomiti Nagelstraße 32 una volta di Anita Calchera venduto a Konstantin Domouchtsidis			
Eiscafé Christis Sternstr. (tedesco)	Ital. Eiscafé Rigoni Paulinstraße 43		Veneziano Due Fleischstraße 62 (Trier Galerie) (proprietà Calchera)		Eiscafé Cometa Moselstraße 6	

	Eiscafe Rigoni E. K. Eurener Str. 181		Eiscafé – Bistro Siena Fleischstraße 18			
			Eiscafé Siena Brotstraße 29			

Per questo genere di locale non rinveniamo a Treviri particolari tendenze innovative e creative nella scelta del nome, così come abbiamo, invece, riscontrato per i ristoranti.

La struttura tipica è l'insegna bilingue tedesco-italiano (12 occorrenze), con il termine *Eiscafé* seguito dal cognome, nome o alcuni riferimenti regionali italiani (*Dolomiti*, *San Marco*, etc.). Solo due volte compare il termine italiano *Gelateria*. Pur essendo le gelaterie ancora in mano a famiglie venete (Calchera, Rigoni), la lingua italiana non risulta dominante, così come nel caso dei ristoranti. Non sappiamo se tale fenomeno possa essere connesso a una delle peculiarità di questa tipologia migratoria, ossia all'atteggiamento bilingue dei gelatieri, soprattutto del Bellunese e dell'Alto Trevigiano (Campanale, 2006a: 89; 186; 188; 191; 286).

Qui di seguito ci sembra, comunque, interessante esaminare l'evoluzione linguistica dei locali di Calchera con una lunga e rinomata tradizione artigianale.

Il primo negozio, l'*Eis-Salon Dolomiten* nella *Simeonstr.* 54, fu aperto dal nonno degli attuali proprietari già nel 1937 e fu la prima gelateria italiana a Treviri (cfr. Figura 5). Lo stesso locale si chiama ora *Eiscafè Calchera* e ricorda con il logo sul tendone esterno in tedesco *italienisches Eiscafé seit 1937* ('gelateria italiana dal 1937') i suddetti riferimenti (cfr. Figura 6).

Figura 5. *Eiscafé Calchera Simeonstr. 54* (*primo negozio fondato nel 1937*)



Figura 6. *L'Eiscafé Calchera oggi*



L'attaccamento all'area di provenienza della famiglia paterna di origine zoldana, in particolare alle proprie montagne, le Dolomiti bellunesi, non è tuttavia andato perso, dato che il terzo negozio nella *Fleischstraße* è stato rinominato *Dolimiti Eis&Café*.

Singolare ci sembra, invece, l'evoluzione linguistica relativa al locale da asporto situato nella *Simeonstr.* 28, quindi a pochi passi dal primo. Anteriormente al 2022 la tenda esterna riportava, infatti, la scritta in tedesco *Original italienisches Eis täglich frisch zubereitet* ('Vero gelato italiano ogni giorno sempre fresco') a sottolineare l'autenticità e la genuinità del prodotto. In seguito alla ristrutturazione e alla riapertura a marzo 2022, è avvenuto un cambio linguistico a favore dell'italiano (cfr. Figura 7).

Figura 7. *Gelateria Calchera Simeonstr. 28*

"Original italienisches Eis täglisch frisch zubereitet" (8 anni fa)



Sulla tenda esterna in alto troviamo un logo bilingue: a sinistra, l'espressione italiana "Gelato italiano naturale dal 1937" è resa semplicemente con il tedesco *italienisches Eis seit 1937* ('gelato italiano dal 1937') (Campanale, 2022: 318); pertanto, la connotazione positiva del gelato naturale, ossia artigianale e non industriale, con prodotti freschi è stata espressa in italiano, a conferma di quanto già sostenuto dalla scuola senese (cfr. Figura 8).

Figura 8. *Gelateria Calchera dal 22.03.22*



Alla bontà e originalità del gelato si associano, quindi, competenza e professionalità acquisite negli anni, frutto di un'esperienza artigianale tramandata di generazione in generazione. La frase *L'arte del Gelato Italiano* presente un po' dovunque all'interno (espositore in alto, vetrina in basso) e all'esterno diventa non solo il logo, ma anche la *mission* di tutti e tre i locali di Calchera a Treviri (lo troviamo infatti anche sui tovaglioli di carta e su tutti i listini).



In der Simeonstraße in Trier hat das Eiscafé Calchera, an der Ecke zur Glockenstraße, wieder geöffnet. Eiscremevariationen sind ab sofort zum Mitnehmen erhältlich.

Geöffnet ist täglich 11-22 Uhr.

22. März 2022

6.3. *Caffetterie a Treviri*

Nonostante il caffè italiano venga ormai venduto sia nei ristoranti-pizzerie, sia nelle gelaterie, a Treviri troviamo anche due caffetterie italiane, ma di proprietari stranieri[28].

La *Casa del Caffè* aperta nel 2000 si trova in pieno centro, nella piazza principale (*Hauptmarkt 6*); su *Tripadvisor* è indicata come *Espresso-Bar*, espressione chiaramente visibile anche sugli ombrelloni esterni (cfr. Figura 9).

Figura 9. *Tendone esterno Casa del Caffè – Espresso-Bar*



[28] Fino al 23.12.2023 il locale era di proprietà di Beate Lheritier (https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/beate-lheritier-verlaesst-casa-del-caffe-in-trier_aid-104114385), ora appartiene, invece, a Mentor Kuqi (https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/verkaufsoffener-sonntag-trier-darum-gibt-es-vorher-zoff_aid-120385223).

La nostra lingua è inoltre presente anche sulla vetrata d'ingresso della caffetteria, in cui è citata un'intera frase in italiano, senza alcuna traduzione, probabilmente il motto del locale: «per noi la qualità è tradizione nel tempo».

Come abbiamo già osservato per la gelateria Calchera, il prodotto italiano è di nuovo sinonimo di qualità, ma anche di tradizione, elementi fondamentali nella nostra cultura gastronomica, in quanto particolarmente apprezzati e ricercati all'estero (cfr. Figura 10).

Figura 10. *Vetrata esterna Casa del Caffè*



Il secondo locale, *Mondo del caffè*, indicato su *Tripadvisor* come "*caffetteria*", si trovava, inizialmente, in una strada laterale del centro; ora ne è stata aperto uno molto più grande a Nord della città, nella *Franz Georgstraße* 50[29].

Il logo è caratterizzato da una scritta bilingue: a destra l'italiano *Mondo del caffè*, a sinistra il tedesco *Genusswelt* (che equivale a "mondo di piacere"). Anche in questo caso, l'italiano anticipa una serie di associazioni connesse a esperienze piacevoli che vengono evocate grazie all'impiego esplicito della nostra lingua (cfr. Figura 11).

Figura 11. *Mondo del Caffè*



Nel caso delle caffetterie la struttura tipica delle insegne bilingue è italiano-tedesco con l'italiano come lingua dominante (Bagna, Barni, 2006: 25; 29-30).

[29] Il gestore Falk Schramer ha filiali a Echternach e Bitburg. Il locale in centro nella *Fahstr.* 10 dopo 27 anni è stato chiuso definitivamente e ha riaperto con un altro concetto: il cliente si fa il caffè (https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/mondo-del-caffe-schliesst-eine-filiale-in-trier_aid-117847047).

7. ITALIANISMI ALIMENTARI NELLA LINGUA TEDESCA

Dal Medioevo ad oggi gli italianismi si sono diffusi all'estero[30], soprattutto grazie all'ambito della gastronomia italiana. Termini come *maccheroni*, *mortadella*, *vermicelli*, *antipasto*, *polenta*, *lasagne* erano presenti in alcune lingue europee (spagnolo, francese, inglese) già a partire dal XVI secolo[31], ma fu soprattutto alla fine del Novecento, «grazie […] al successo internazionale dei prodotti made in Italy, sinonimo di eccellenza e di qualità»[32] che s'imposero «vocaboli come *pizza*, *spaghetti*, *espresso e cappuccino*, *cannelloni*, *mortadella*, *panna*, *ravioli*, *risotto*, *salame*, *bruschetta*, *carpaccio*, *ciabatta*, *pesto*, *rucola*, *tiramisù*, *parmigiano*, *mozzarella*, *olio d'oliva*, *aceto balsamico*, *farfalle e tagliatelle*»[33] (Campanale, 2022: 319). Tra questi, i cosiddetti "gastronimi", come ad esempio *tiramisù*, *pesto*, *carpaccio*, *bruschetta*, *rucola* (Gerolimetto, 2017: 10; Campanale, 2022: 319).

Nei paesi di lingua tedesca, la nostra lingua visse, secondo Basile (1991: 33-46), un periodo di splendore tra il Cinquecento e il Settecento, con termini relativi alla musica, al teatro, ma anche alla cucina, «come *minestra*, *spaghetti* o *maccheroni*» (Gerolimetto, 2017; Campanale, 2022: 319).

Già nel 2009 ci sarebbero stati nel vocabolario Duden GWDS 1888 parole di origine italiana (Rovere, 2009: 160), soprattutto relative all'ambito gastronomico, a conferma del successo della nostra tradizione culinaria in Germania (Ugolini, 2020; Campanale, 2022: 321). Qui si impiega volentieri la nostra lingua soprattutto a livello pubblicitario e commerciale, perché è «attraente, piace, crea atmosfera» (Ugolini, 2020) grazie ai suoi «tratti estetici [come] [...] l'eleganza, il lusso, la raffinatezza che compongono l'immagine dello stile di vita italiano» (Rovere, 2009: 165)[34].

Diversi sono ormai i gastronimi penetrati nella lingua tedesca; termini come *Ristorante*, *Pizzeria*, *Osteria*, *Caffetteria*, *Gelateria*, ma anche *Pasta*, *Pizza*, *Spaghetti*, *Gelato*, *Caffè*, *Cappuccino*, *Latte Macchiato* (cfr. Melchior, 2020: 26) sono presenti anche nei vocabolari, non solo nel DIFIT (versione 2013)[35], ma soprattutto nell'ultima versione on-line del DUDEN[36], «vocabolario tedesco che fornisce informazioni dettagliate sulla pronuncia, sull'ortografia, sulla grammatica e sul significato di una parola (e relativi sinonimi), sulla sua provenienza, così come sul suo corretto impiego»[37] (Campanale, 2022: 322). In quest'ultimo si rivengono, inoltre, diversi «termini correlati al mondo del caffè e degli aperitivi, come *Caffè*, nel composto *Caffè Latte* (dal 2006), *Latte Macchiato* (già dal 2004), *Aperol*, *Campari*, *Espressobar* e *Barista*» (ivi: 331):

> In tal caso, la penetrazione linguistica è conseguente a una precedente azione commerciale che ha portato alla diffusione non solo di una "cultura italiana" del caffè già dal 1990 e, successivamente, dell'aperitivo, ma anche di una rappresentazione simbolica connessa alla *Dolce vita* italiana radicata nell'immaginario dei tedeschi (*ibidem).*

[30] Diversi studiosi italiani e stranieri si sono occupati di analizzare il fenomeno, tra cui Serianni (2008), Vedovelli (2005), Rovere (2009), Heinz (2017). Da annoverare anche l'"Osservatorio degli Italianismi" (OIM), progetto dell'Accademia della Crusca, condiretto fino alla sua scomparsa nel 2022 da Luca Serianni insieme a Matthias Heinz.

[31] https://www.viv-it.org/index.php?q=schede/7-2-italianismi-gastronomici.

[32] *Ibidem*.

[33] *Ibidem.*

[34] Campanale (2022: 320-321).

[35] http://difit.italianismi.org/piattaforma.

[36] https://www.duden.de/dudenonline/.

[37] Cfr. https://www.duden.de/woerterbuch.

8. LINGUISTIC LANDSCAPE: IL RESOCONTO DI ALCUNE ESPERIENZE DIDATTICHE ALL'UNIVERSITÀ DI TREVIRI

Durante il nostro mandato come lettori MAECI presso l'Istituto di Romanistica dell'Università di Treviri dal 2009 al 2015, abbiamo avuto la possibilità di insegnare, a diversi livelli, lingua e cultura italiana nei corsi *Bachelor* e *Master* rispettivamente *of Arts* e *of Education*.

L'utenza era a quel tempo rappresentata da studenti, per lo più giovani donne, provenienti non solo dalla città e dal circondario, ma anche dalla *Großregion* (in particolare dal Lussemburgo e dal vicino Saarland).

Un 20% era costituito da oriundi di seconda e terza generazione, con diversi livelli di competenza, ma tutti molto fieri delle proprie origini e motivati a migliorare le proprie conoscenze linguistiche e culturali[38].

Proprio la presenza di un pubblico così eterogeneo ci spinse ad adottare un approccio plurilingue, interculturale e inclusivo. Pertanto, si era ricorsi nella pratica didattica allo studio del panorama linguistico per stimolare la motivazione, l'apprendimento permanente e la consapevolezza linguistica[39]:

> Tramite attività che coinvolgono i segni del panorama linguistico è possibile sviluppare competenza pragmatica e multimodale, si può riflettere sulle forme linguistiche, sul lessico, sulle espressioni idiomatiche e sulle caratteristiche grammaticali di una lingua, così come sulle sue funzioni sociali[40].

Qui di seguito presenteremo alcune delle attività didattiche curricolari ed extracurricolari svolte durante il nostro mandato con l'obiettivo di valorizzare le potenzialità dei diversi corsisti.

Rispetto al livello di competenza iniziale lo studio del LL della città di Treviri fu impiegato per operare un'attenta riflessione in merito alla penetrazione di alcuni elementi della nostra lingua e cultura in quella tedesca. In particolare, ci eravamo concentrati sulla gastronomia, sui suoi locali e prodotti, oltre che sulla consistente presenza di italianismi nel lessico tedesco.

8.1. *Attività curricolari* (*livello B1*)

Il ricorso a materiale autentico relativo al paesaggio linguistico di Treviri fu adottato in fase iniziale per la riattivazione delle competenze pregresse in riferimento all'ambito gastronomico.

Lo spunto visivo riportato in Figura 12 ci è servito al raggiungimento di diversi obiettivi, tra cui: ampliamento lessicale, rafforzamento delle conoscenze culturali in merito ai diversi locali italiani, alle svariate tipologie di prodotti e alle diverse modalità di degustazione con conseguente confronto interculturale sulle suddette dinamiche.

[38] https://www.uni-trier.de/fileadmin/profil/Universitaet_in_Zahlen/UIZ_2015.pdf.
[39] https://www.linguisticamente.org/linguistic-landscape-un-museo-di-parole-a-cielo-aperto/.
[40] *Ibidem*. Si veda anche Gianollo, Fiorentini, 2020: 378 e Bagna, Gallina, Machetti, 2018: 229-230.

Figura 12. *Spunto visivo*



L'attività aveva consentito ai corsisti di esercitare la competenza orale, lessicale e interculturale, partendo da un input basato sul *problem solving* in virtù del materiale autentico proposto (cfr. Tabella 5) (cfr. Bagna, Gallina, Machetti, 2018: 229).

Tabella 5. *Il mondo del caffè e LL a Treviri*

DOVE (in quali locali)	TIPI DI CAFFÈ	QUANDO E COME SI BEVE	DIFFERENZE INTERCULTURALI TRA GERMANIA E ITALIA (anche rispetto ai cambiamenti degli ultimi anni)

Buoni i risultati raggiunti in termini di motivazione, partecipazione e acquisizione di nuove competenze, in particolare relativamente al lessico sulle diverse tipologie di caffè e sulle differenti abitudini culturali tra italiani e tedeschi (il latte macchiato viene bevuto in Italia soprattutto dai bambini; il cappuccino non si beve dopo pranzo o con la panna, etc.).

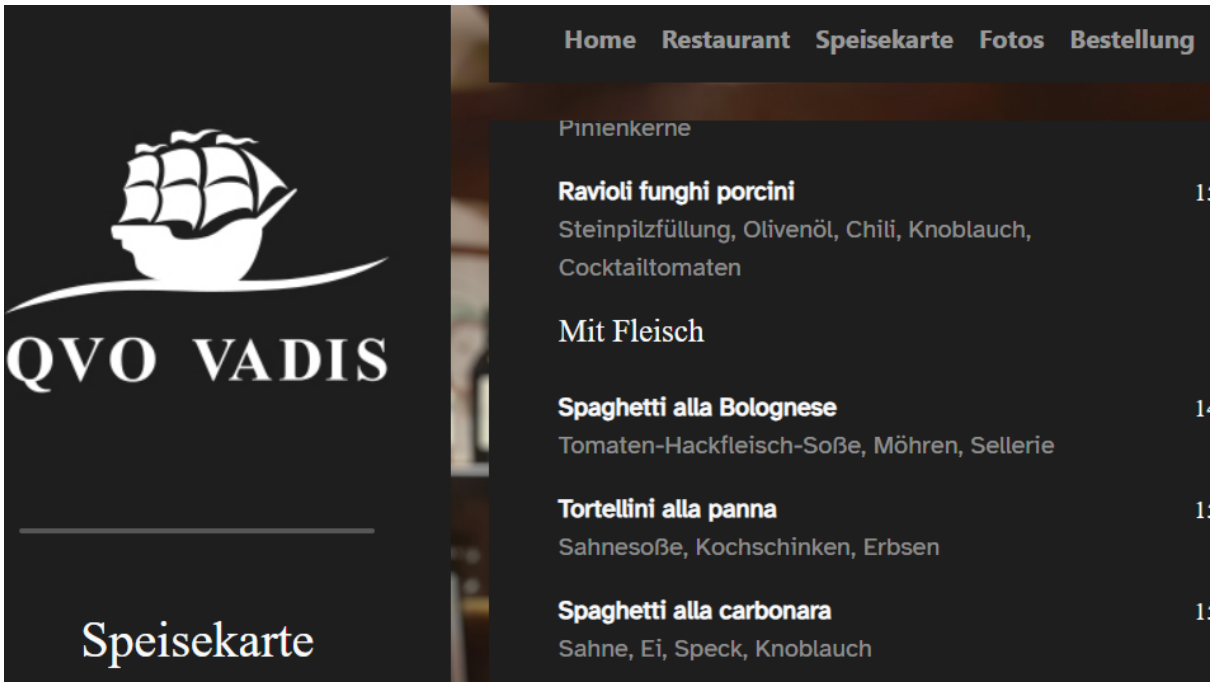
8.2. *Attività curricolari* (*livello C1*)

All'interno dei seminari di cultura italiana per i livelli avanzati, una parte del programma era stata dedicata alla riflessione sull'importanza identitaria e comunicativa del cibo nella nostra cultura e sulla conseguente diffusione di locali e prodotti italiani all'estero con evidenti ripercussioni a livello linguistico.

Anche in questo caso, lo studio del paesaggio linguistico caratterizzato dalla presenza di numerosi ristoranti e pizzerie italiani e l'analisi di alcuni menù (Bagna, Machetti, 2012) aveva consentito ai corsisti di ampliare le proprie conoscenze lessicali, culturali, interculturali e metalinguistiche.

In merito agli obiettivi e ai risultati raggiunti, si veda quanto esposto nel precedente paragrafo. Particolarmente importante e stimolante fu la presenza nel seminario di studenti oriundi italiani di seconda e terza generazione; positivo il loro contributo in merito all'importanza identitaria del cibo in emigrazione, allo sviluppo ed evoluzione dei locali italiani nell'ambito dei processi migratori e ai fenomeni di "rivisitazione" culinaria di alcuni piatti proposti nei ristoranti italiani in Germania, rispetto alla ricetta originale così come tramandata dalle proprie madri e nonne (si veda ad esempio l'uso della panna e dell'aglio nella pasta alla carbonara contrariamente all'originale ricetta italiana) (cfr. Figura 13).

Figura 13. *Menù Quo Vadis* (*proprietario italiano*)



Da una un'analisi linguistica di alcuni menù era emersa, inoltre, la sostanziale differenza tra ristoranti italiani gestiti da italiani (cfr. Figura 14) rispetto e quelli in mano a tedeschi o altri stranieri (Figura 15, 16 e 17), *in primis* per la presenza di diversi errori in ambito ortografico (Siebetcheu, 2015: 68).

Figura 14. *Menù pizzeria da Franco* (*proprietario italiano*)



Nel caso dei locali tedeschi, il processo di germanizzazione comprendeva la generalizzazione della lettera maiuscola a tutti i sostantivi e i connessi aggettivi, come in *Calamari al Forno* o *Cozze Vino Bianco*, *Prosciutto Crudo*. Presenti inoltre chiare interferenze dal tedesco nella scrittura di termini come in *Cappucino*, *Coretto*, *Lumace* (cfr. Figura 15).

Figura 15. *Menù Pizzeria & Restaurant Toni* (*proprietario tedesco*)



Nel menù di *Donna Mia* manca anche l'accordo con l'aggettivo come in *Penne integrale* o in *Lasagne Classica* e la preposizione articolata *a*, come in *Spaghetti Carbonara*, forma piuttosto diffusa in area germanofona (Gerolimetto, 2017: 107; Melchior, 2020: 36). Presenti, anche in questo caso, errori ortografici, come nella scrittura di *Arrabiata* (cfr. Figura 16).

Nel menù del ristorante italiano *Oro* (proprietario tedesco) è, invece, interessante notare la combinazione creativa di termini italiani e tedeschi: l'italiano può precedere il tedesco come in *Bruschetta Tomate* per indicare la bruschetta al pomodoro o essere posticipato come in *Rote Bete Carpaccio* per indicare il carpaccio alla barbabietola rossa. In *Gambas All Áglio* troviamo persino la combinazione dell'ispanismo *Gambas*[41], nel senso di gamberoni con la determinazione italiana *All Aglio,* tuttavia con la generalizzazione della maiuscola a tutti i costituenti e la mancanza dell'apostrofo (cfr. Figura 17).

> L'italiano consente, quindi, di creare un territorio di confine e di contatto che rende possibili intricati sovrapposizioni, scambi, interferenze e miscugli linguistici che costituiscono risorse espressive per il territorio e dove l'individuo costruisce e ricostruisce la propria identità, innanzitutto linguistica (Siebetcheu, 2015: 68).

Figura 16. *Menù Donna Mia* (*proprietario tedesco*)



[41] Il termine spagnolo *die Gamba* presente nel vocabolario tedesco DUDEN traduce il tedesco *Garnele, Krevette*, ossia gamberetto.

Figura 17. *Menu ristorante Oro* (*proprietario tedesco*)



Tra gli *Antipasti* del menù del ristorante *Oro* rinveniamo inoltre un italianismo non ancora registrato dal DUDEN, cioè *Prosciutto cotto*, trascritto correttamente[42].

L'analisi dei menù ribadiva, comunque, quanto già osservato da Bagna e Machetti (2012), ossia la predominanza dell'italiano accompagnato dalla traduzione in tedesco o da una combinazione di termini in italiano e in tedesco, come abbiamo evidenziato prima.

Numerosi gli italianismi conosciuti e impiegati da tutti i corsisti e quindi ormai d'uso nella lingua tedesca, così come confermato anche dal vocabolario della lingua tedesca DUDEN (cfr. Bagna, Barni, 2007: 542).

8.3. *Attività extracurricolari*

Su espressa richiesta dei corsisti, soprattutto di discendenza italiana, sono state offerte durante il nostro mandato alcune attività extracurricolari per motivare allo studio dell'italiano.

[42] Cfr. https://www.duden.de/rechtschreibung/online.

8.3.1. *I pomeriggi italiani*

Durante i pomeriggi italiani i partecipanti esponevano al gruppo una regione italiana che poteva essere quella di provenienza dei propri ascendenti oppure quella in cui avevano svolto un semestre *Erasmus* o altre esperienze lavorative.

La regione veniva presentata sotto tutti i punti di vista, con particolare riferimento alle differenze interculturali emerse.

Il pomeriggio si concludeva in modo conviviale, con alcuni piatti della rispettiva cucina regionale accompagnati dalla relativa ricetta.

8.3.2. *Lo "Stammtisch" italiano*

In orario serale e infrasettimanale, dopo le lezioni, ci si trovava con un gruppo di studenti in centro per cenare in un ristorante italiano.

In questo modo era possibile analizzare con i partecipanti il paesaggio linguistico della città con la presenza di numerosi locali italiani, soprattutto dal punto di vista *bottom-up* (Bagna, Barni, 2007).

La proposta era aperta ai corsisti di tutti i livelli: inizialmente si cercava di scegliere ogni volta un ristorante italiano diverso, fino a quando, nell'ultimo periodo del nostro mandato, gli studenti optarono per incontrarsi sempre presso lo stesso ristorante non distante dall'università.

All'interno del locale, gli allievi meno esperti imparavano a leggere il menù, oltre a esercitare praticamente con il cameriere la situazione comunicativa appresa in classe (ordinare da bere e da mangiare in un ristorante). Gli studenti dei livelli più avanzati si potevano intrattenere, analizzando il menù dal punto di vista gastronomico (rispetto della ricetta tradizionale italiana o "ibridazione") e linguistico (italianismi, ortografia, impiego del tedesco per la spiegazione della ricetta) (Campanale, in stampa). Gli spunti emersi durante la serata venivano poi sviscerati all'interno del seminario dedicato alla cultura italiana sopra esposto (cfr. 8.2).

9. Conclusioni

Abbiamo visto che il settore agroalimentare è ai primi posti nel nostro *export*, in particolare in Germania, in cui non solo i nostri prodotti, ma anche i locali della nostra gastronomia sono ampiamente rappresentati pure in città di medie dimensioni come Treviri.

Lo studio del LL ci ha confermato che nell'ambito dell'alimentazione l'italiano risulta essere la principale lingua straniera con un alto livello di vitalità e di penetrazione nel lessico e nella cultura tedesca (Bagna, Barni, 2007: 548; Siebetcheu, 2015: 69) e una «funzione [...] simbolico-evocativa ed espressiva» (Melchior, 2020: 36).

Negli ultimi dieci anni abbiamo, infatti, potuto osservare un incremento soprattutto di ristoranti-pizzerie. Per contro, la maggior parte dei locali con denominazione italiana non risulta più appartenere a titolari o gestori italiani, ma a tedeschi o ad altre comunità etniche, come quella turca, albanese o dell'Europa dell'Est, pur se con passaporto tedesco. Le difficoltà economiche causate dalla pandemia del 2020, il conseguente rincaro dei prezzi delle materie prime e degli affitti dei locali, ma anche il mancato ricambio generazionale hanno indubbiamente contribuito alla chiusura di diversi locali o al fenomeno sopra descritto.

A Treviri si verifica pertanto quanto indicato da Pilcher (1992: 27) in merito all'economia etnica e alla relativa evoluzione: in alcuni ambiti come quello della gastronomia, originariamente in mano agli italiani, subentrano altre comunità migranti.

Gli stessi detentori tedeschi, per il potere attrattivo, evocativo e quindi fortemente commerciale, ricorrono talvolta con esiti creativi (come per *Pellolitto*) alla denominazione italiana a causa di tutti i valori positivi connessi all'italianità e alla «civiltà italiana del mangiare» (Bagna, Barni, 2007: 546; Siebetcheu, 2015: 68; Melchior, 2020: 26).

Ciò presuppone, tuttavia, una «una certa competenza lessicale da parte dei destinatari [,] […] [e quindi] […] di un certo plurilinguismo della popolazione locale: sia da parte degli emittenti, [...], sia da parte dei destinatari» (Melchior, 2020: 29; 33; cfr. Ferrini, 2016: 195-196; Krefeld, 2021).

Nonostante negli ultimi anni il numero di italiani immigrati a Treviri sia aumentato, non abbiamo rilevato presenza di ghetti o di quartieri tipici, ma solo la corrispondenza tra la maggior percentuale di residenti e la presenza di locali gastronomici, ossia nel distretto centrale di *Trier* Mitte-Gartenfeld, anche se la gastronomia non rappresenta l'ambito in cui gli italiani trovano preferibilmente occupazione.

Di certo, Treviri non essendo una città mineraria o industriale come le vicine Dudelange in Lussemburgo o Saarbrücken non è mai stata un punto di approdo per la comunità italiana.

In città la nostra lingua ha in generale un forte valore identitario, mentre nel caso delle gelaterie, ne ha uno piuttosto etnico per la predominanza di locali intestati allo stesso proprietario, Calchera, o che si riferiscono all'area di provenienza della famiglia veneta del capostipite.

Riteniamo che in questa città la memoria dell'antico passato imperiale romano, di cui gli abitanti vanno particolarmente fieri, abbia sostenuto la fortuna e il successo dell'italiano e alimentato l'atteggiamento positivo verso la nostra lingua supportato dal contesto plurilingue di riferimento (*Großregion*).

Concludendo, possiamo affermare quanto già rilevato e sostenuto dalla "scuola senese" in merito alla scelta e diffusione di italianismi nell'ambito gastronomico, ossia il potere evocativo e creativo della nostra lingua che esercita un forte potere attrattivo e quindi commerciale, tanto che viene intenzionalmente scelta anche dai detentori stranieri per gli effetti positivi che produce nel consumatore e infine nel cliente, «le cosiddette *good reasons*» di cui parla Ben-Rafael *et al.* (2006: 9) (Bagna, Barni, 2007: 534).

Italiano e italianità stanno quindi predominando a Treviri, *secunda Roma*.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Bagna C., Barni M. (2007), "La lingua italiana nella comunicazione pubblica/sociale planetaria", in *Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 36, 3, pp. 529-553.

Bagna C., Machetti S. (2012), "LL and (Italian) Menus and Brand Names: A Survey around the World", in Hélot C., Barni M., Janssens R., Bagna C. (eds.), *Linguistic landscapes, multilingualism and social change*, Peter Lang, Frankfurt am Main, pp. 217-230.

Bagna C., Gallina F., Machetti S. (2018), "L'approccio del Linguistic Landscape applicato alla didattica dell'italiano L2 per studenti internazionali", in *Studi e ricerche*, 13, pp. 219-231.

Bagna C. (2022), "L'italiano e i panorami linguistici del mondo", in *SILTA*, 51, 2, pp. 358-375.

Barni M., Bagna C. (2006), "Per una mappatura dei repertori linguistici urbani: nuovi strumenti e metodologie", in De Blasi N., Marcato C. (a cura di), *La città e le sue lingue. Repertori linguistici urbani*, Liguori, Napoli, pp.1-43.
Barni M., Mori L. (a cura di) (2024), *Italianità nel mondo fra cultura ed economia del Made in Italy*, Edizioni Dell'Orso, Alessandria.
Basile G. (1991), "Gli italianismi nel lessico specialistico della lingua tedesca", in Coveri L. (a cura di), *L'italiano allo specchio: aspetti dell'italianismo recente. Saggi di linguistica italiana*, Rosenberg & Sellier, Torino, pp. 33-46.
Bellinzona M. (2018), "Linguistic landscape e contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune scuole italiane", in *Lingue Linguaggi*, 24, pp. 297-321.
Bellinzona M. (2023), "Linguistic landscape: un museo di parole a cielo aperto", in *Linguisticamente*: https://www.linguisticamente.org/linguistic-landscape-un-museo-di-parole-a-cielo-aperto/.
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, pp. 7-30.
Bernardy K. (2023), "Beate Lheritier gibt das Casa del Caffè ab: Wie es am Hauptmarkt jetzt weitergeht": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/beate-lheritier-verlaesst-casa-del-caffe-in-trier_aid-104114385.
Bernhard P. (2006), "L'Italia nel piatto: Per una storia della cucina e della gastronomia italiane in Germania nel XX secolo", in Corni G. (a cura di), *Italiani in Germania tra Ottocento e Novecento. Spostamenti*, *rapporti*, *immagini*, *influenze*, il Mulino, Bologna, pp. 263-287.
Bombardibm A. (2022), "La storia della prima pizzeria in Germania e dell'italiano Nicolino di Camillo, anno 1952": https://berlinomagazine.com/2022-storia-prima-pizzeria-in-germania-e-italiano-nicolino-di-camillo-1952/.
Borrelli D., De Iulio S., Stazio M. (2018), "Il ristorante italiano tra etnoscapes e mediascapes", in *Comunicazionepuntodoc*, 19, pp. 5-20.
Caldognetto M. L. (2014), " Storia e memoria di sapori e saperi: la forza del territorio nella cultura del cibo italiano oltre frontiera", in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Tra innovazione e tradizione - un itinerario possibile. Esperienze e proposte in ambito linguistico-letterario e storico-culturale per la didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri 2011 - 2012 - 2013, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 179-229.
Caldognetto M. L. (2019), "Al confine tra l'italiano e le altre lingue: esperienze e riflessioni di un'operatrice culturale all'estero in contesto migratorio", in *Éducation et sociétés plurilingues*, 46, pp. 71-82: https://doi.org/10.4000/esp.3994.
Campanale L. (2006a), *I gelatieri veneti in Germania. Un'indagine sociolinguistica*, Peter Lang, Frankfurt a. M.
Campanale L. (2006b), "I gelatieri veneti in Germania: un'indagine sociolinguistica", in *Altreitalie*, 33, pp. 45-64.
Campanale L. (2014), "Uniti a tavola: italianità alimentare, successo e simbologie del Made in Italy all'estero, in particolare nella cultura e lingua tedesca", in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Tra innovazione e tradizione - un itinerario possibile. Esperienze e proposte in ambito linguistico-letterario e storico-culturale per la didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri 2011 - 2012 - 2013, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 33-50.
Campanale L. (2022), "Italianità alimentare nella lingua e cultura tedesca: il contributo della gelateria italiana in Germania", in *Italiano LinguaDue*, 14, 1, pp. 309-337: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/18182.

Campanale L. (in stampa), "Come valorizzare le competenze multiple degli studenti di origine italiana nelle sezioni di Italianistica delle università tedesche: alcune proposte per una didattica inclusiva e transculturale", in Heimann-Bernoussi N., Meuter J., Serena E. (a cura di), *Insegnare (e imparare) l'italiano in contesti germanofoni: ricerca scientifica ed esperienze didattiche a confronto*, Atti del Convegno internazionale di Bochum, 3-4 settembre 2021, Frank & Timme, Berlin.

Di Natale Carlo (2019), "Treviri la città natale di tre rivoluzionari: Sant'Emidio, Karl Marx e Sant'Ambrogio": https://www.ilmartino.it/2019/03/treviri-la-citta-natale-di-tre-rivoluzionari-santemidio-karl-marx-e-santambrogio/.

Ferrini C. (2016), "Italianismi a Mannheim: la dialettica fra elementi etnici tradizionali e nuovi valori identitari", in *Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 45, 1, pp. 183-202.

Gerolimetto M. (2017), *Italianismi nel piatto. Studio interlinguistico del lessico culinario di origine italiana nei ristoranti d'Europa*, Tesi di Laurea, Università degli Studi di Padova.

Gianollo C., Fiorentini I. (2020), "La classe plurilingue: neoplurilinguismo, autovalutazione e valorizzazione", in *Italiano LinguaDue*, 12, 1, pp. 372-380: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/13767.

Gorter D. (ed.) (2006), *Linguistic Landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon.

Gorter D., Marten H. F., Van Mensel L. (eds.) (2012), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

Haller H. (2005), "L'italiano nei nomi dei ristoranti di New York", in *Lid'O – Lingua italiana d'oggi*, 2, pp. 331-352.

Heinz M. (a cura di) (2017), *Osservatorio degli italianismi nel mondo. Punti di partenza e nuovi orizzonti*, Accademia della Crusca, Firenze.

Kramer J. (2013), "Trier, ein Abbild Roms", in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Percorsi storico-letterari e linguistico-metodologici nella didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri, 2008, 2009, 2010, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 185-200.

Krefeld T. (2006), "Chicago di Baviera? Repertori, reti e spazio urbano", in de Blasi N., Marcato C. (a cura di), *Le città e le sue lingue*, Liguori, Napoli, pp. 233-243.

Krefeld T. (2021), "Geschriebene Sprache(n) im öffentlichen Raum und die *Linguistic Landscape*. *Version 1 (02.02.2021, 10:27)*", in *Lehre in den Digital Humanities*: https://www.dh-lehre.gwi.uni-muenchen.de/?p=211807&v=1.

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.

Mazzarò T. (2022), "La ristorazione italiana in Germania è in ginocchio": https://www.corriereditalia.de/italiani-allestero/la-ristorazione-italiana-in-Germania-e-in-ginocchio/

Melchior L. (2020), "L'italiano nei linguistic landscapes dell'Austria meridionale: alcune considerazioni", in *Studia Universitatis Hereditati*, 8, 2, pp. 23-43.

Möhring M. (2018), "Pizzeria-Ristorante. The Italian Restaurant in (West) Germany as a Material, Social and Imaginary Space", in *Comunicazionepuntodoc*, 19, pp. 81-87.

Morgen R. (2023), "Donna Mia: Die Erfolgsgeschichte aus Trier geht weiter": https://www.volksfreund.de/themen/lecker/trier-zehn-jahre-italienisches-restaurant-donna-mia_aid-87532577.

Morgen R. (2025), "Donna Mia & Kasino-Saal in Trier wechseln Besitzer - Was das bedeutet": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/donna-mia-restaurants-und-kasino-saal-trier-wechseln-besitzer_aid-125925011.

Morgen R. (2025), "Jubiläum mit Seltenheitswert: Da Franco wird am Freitag 50 Jahre alt": https://www.pressreader.com/germany/trierischer-volksfreund/20250109/281724095191828.
Neubert R. (2024), "Darum gibt es vor dem verkaufsoffenen Sonntag in Trier mächtig Zoff": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/verkaufsoffener-sonntag-trier-darum-gibt-es-vorher-zoff_aid-120385223.
Pilcher E. (1992), *Geschichte der italienischen Gewerbemigration nach Deutschland*, Arbeitsheft, Berlin.
Pilcher E. (1997), *Migration, Community-Formierung und ethnische Ökonomie. Die italienischen Gewerbetreibenden in Berlin*, Ed. Parabolis, Berlin.
Pizzoli L. (2019), "Italiano e italianismi nel mondo: osservazioni sulla ricerca di neologismi", in Bombi R. (a cura di), *Italiano nel mondo. Per una nuova visione. Valori identitari e imprenditorialità*, 5, Forum, Udine, pp. 151-158.
Rovere G. (2009), "Quanti sono gli italianismi nel tedesco contemporaneo?", in *Italiano LinguaDue*, I, 1, pp. 160-167: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/437.
Serianni L. (2008), "Gli italianismi nelle altre lingue romanze: prime riflessioni", in *Italianismi e percorsi dell'italiano nelle lingue latine*. Atti del Convegno di Treviso (28 settembre 2007), Fondazione Cassamarca-Unione Latina, Treviso-Parigi, pp. 9-41.
Siebetcheu R. (2015), "La lingua italiana nei panorami linguistici urbani delle città camerunensi", in Kuitche Talé G., Pallante G. (a cura di), *1995-2015: 20 anni di insegnamento dell'italiano l2 in Camerun. Bilancio e prospettive*, in *Italiano LinguaDue*, 7, 2, pp. 59-78: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/6807/6737.
Sorrentino L. (2024), "Made in Italy, l'agroalimentare vale il 10% dell'export italiano": https://www.fortuneita.com/2024/05/06/made-in-italy-lagroalimentare-vale-il-10-dellexport-italiano/.
Tirabassi M. (2015), "Dai 'macaroni' al 'mokaccino' alle 'boarding houses' agli spacci aziendali nei cantieri", in IMAF: http://milano.imafestival.com/imaf/Macaroni_e_Mokaccino/.
Ugolini G. (2020), "Quanto italiano nella lingua tedesca!": https://www.corriereditalia.de/italiani-allestero/quanto-italiano-nella-lingua-tedesca/.
Vedovelli M. (2005), "L'italiano nel mondo da lingua straniera a lingua identitaria: il caso 'freddoccino' ", in *Studi italiani di linguistica applicata*, 34, 3, pp. 585-609.
Vedovelli M., Machetti S. (2006), "Italiano e lingue esotiche in con tatto nella comunicazione sociale: il caso degli italianismi a Tokyo", in Banfi E., Iannaccaro G. (a cura di), *Lo spazio linguistico italiano e le «lingue esotiche». Rapporti e reciproci influssi*. Atti del XXXIX Congresso Internazionale di Studi della Società di Linguistica Italiana (SLI) (Milano, 22-24 settembre 2005), Bulzoni, Roma, pp. 181-206.
Vedovelli M., Casini S. (2013), "Italianismi e pseudo italianismi in Giappone: le radici profonde di una consonanza culturale in un mondo globale", in Gesuato M. K., Peruzzi P. (a cura di), *La lingua italiana in Giappone*, 2, Istituto Italiano di Cultura, Tokio, pp. 34-106.
Vedovelli M. (2019), "Italiano e italianismi nel mondo: osservazioni sulla ricerca di neologismi", in Bombi R. (a cura di), *Italiano nel mondo. Per una nuova visione. Valori identitari e imprenditorialità*, 5, Forum, Udine pp. 181-194.
Vedovelli M. (2022), "L'Italian Sounding: per un modello di analisi semiotico-linguistica dei processi produttivi nei contesti di emigrazione italiana nel mondo", in D'Angelo

M. P., Ozbot P. (a cura di), *Studi in onore di Paola Desideri*, Franco Cesati Editore, Firenze, pp. 59-75.
Vedovelli M. (2024), "Proposte conclusive. Una comunicazione del Made in Italy efficace, inclusiva, adeguata ai contesti: idee per un Manifesto", in Barni M., Mori L. (a cura di), *Italianità nel mondo fra cultura ed economia del Made in Italy*, Edizioni Dell'Orso, Alessandria, pp. 219-230.
Von Engel B. (2013), "Intervento di Bettina von Engel", in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Percorsi storico-letterari e linguistico-metodologici nella didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri, 2008, 2009, 2010, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 215-218.
Wolff A. (2023), "Der Pizzaofen steht mitten im Restaurant – das "Oro" im alten Bahnhof Trier-Süd": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/restaurant-oro-in-trier-pizza-pasta-und-mehr_aid-92100313.
Wolff A. (2024), "Mondo del Caffè in der Trierer Fahrstraße: Zukunft mit neuem Besitzer noch ungewiss": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/mondo-del-caffe-schliesst-eine-filiale-in-trier_aid-117847047.
Wolff C. (2024), "Aus noch dieses Jahr: Warum das Oro in Trier-Süd schließt": https://www.volksfreund.de/themen/lecker/restaurant-oro-in-trier-sued-schliesst-das-sind-die-gruende_aid-121967219.

SITOGRAFIA

https://de.statista.com/statistik/daten/studie/222739/umfrage/fuehrende-kaffeebar-marken-in-deutschland-nach-anzahl-der-filialen/.

http://difit.italianismi.org/piattaforma.

https://firmeneintrag.creditreform.de.

https://rheinischer-spiegel.de/zum-domstein-authentische-roemische-gerichte-verbinden-tradition-und-moderne/.

https://www.altreitalie.it/nuove_mobilita/dati_e_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl.

https://www.comunicaffe.it/segafredo-zanetti-deutschland-germania/.

https://www.derweg.org/wp-content/uploads/2015/07/deutschlandkarte-alt.png.

https://www.duden.de/dudenonline/.

https://www.duden.de/rechtschreibung/online.

https://www.duden.de/woerterbuch.

https://www.integration-trier.de/informationen-und-fakten/zahlen/.

https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/agrifood-il-made-italy-ora-resiste-29754.

https://www.kvplusr.de/portal-tr1-v1/.

https://www.linguisticamente.org/linguistic-landscape-un-museo-di-parole-a-cielo-aperto/.

https://www.saarland.de/EN/history/europe-saarlorlux.

https://www.speisekarte.de/trier/restaurant/restaurant_zum_domstein/speisekarte.

https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri/.

https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri_(Enciclopedia-dell'-Arte-Antica)/.

https://www.trier.de/rathaus-buerger-in/trier-in-zahlen/wirtschaft/.

https://www.uniteis.com/de/press/2021/03/24-maerz-2021-gelato-day-europa-tag-des-gelato/.

https://www.uni-trier.de/fileadmin/profil/Universitaet_in_Zahlen/UIZ_2015.pdf.

https://www.viv-it.org/index.php?q=schede/7-2-italianismi-gastronomici.

https://www.waltroper-zeitung.de/ueberregionales/15-dinge-ueber-unsere-uralte-liebe-zum-eis-w1650076-11000028769/.

VISIBILITY, ROLES AND FUNCTIONS OF ITALIAN IN THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF ZADAR, CROATIA

Antonio Oštarić [1]

1. INTRODUCTION[2]

The first decade of the 21st century brought significant changes to the economy of Zadar (*Zara* in Italian). The town became an extremely popular tourist destination for people from all around the world, especially in the warmer half of the calendar year, from April to October. In the final decades of the 20th century the Zadar area was a preferred destination for mostly European tourists, following similar patterns seen elsewhere along the Croatian coast. However, the arrival of low-budget airlines to Zadar Airport and an increase in the number of cruise ships in the Port of Zadar resulted in an increasing number of visitors from other continents. One of significant features of that new form of tourism, which is visible not only in Zadar, but in many other international tourist destinations as well, is the presence of an increased number of texts in various languages in the public space, in other words, a more dynamic and diverse linguistic landscape (LL). Most of those signs are targeted at tourists and other visitors and have diverse functions in the public space. The linguistic landscape of Zadar today includes signs in various languages of the world, but those passers-by who perceive the written texts around them will soon observe that Croatian and English are the most common languages in the LL (Oštarić, 2020). However, that phenomenon is not something observable only in Zadar – the combination of the main official language of a country and English is probably the most common language pair in many tourist destinations around the world (cf. Backhaus, 2007; Blackwood, Johannessen, Mendisu, 2022; Bruyèl-Olmedo, Juan-Garau, 2009; Cenoz, Gorter, 2006; Coluzzi, 2012; Gradečak-Erdeljić, Zlomislić, 2014; Grbavac, 2013, 2015; Huebner, 2006; Kasanga, 2012; Stolac, 2018; Taylor-Leech, 2012).

Nevertheless, local inhabitants and returning tourists in Zadar would probably recall times when tourist signage in the public space was almost exclusively in Croatian, German, and Italian, sporadically even in Slovene, Czech, Slovak, Hungarian, or sometimes French. Those languages catered for most of the tourists who visited the Croatian coast in the summer holiday season.

The change from a European-oriented to a globally oriented type of tourism resulted in the changed practices of using foreign languages on written forms in the public space, due to which many traditional languages of tourism simply disappeared and were substituted by English, the present-day universal and ubiquitous language of tourism (Oštarić, 2020). However, in the centuries before the onset of that change, other languages had been used in the public space of Zadar, depending on who ruled the area. Thus, even today we can observe many epigraphic inscriptions in Latin or Italian in numerous town

[1] University of Zadar, Croatia. This is an updated and rewritten version of the paper published as Oštarić (2022). The earlier version was written in Croatian and thus it was largely unavailable to readers outside of the Croatian-speaking areas.

[2] The author would like to thank the two anonymous reviewers for their insightful comments and suggestions.

centres of the Croatian coast, sometimes even in other languages. Those signs are reminders of earlier times, as well as of other language policies and practices in the region.

The aim of this study is to provide an insight into the roles and functions the Italian language has in contemporary LL of Zadar, as well as into the patterns of its visibility. The study aims to answer the following research questions: 1) How frequently does Italian occur on LL signs in Zadar? 2) In which niches of the LL of Zadar can Italian be found? 3) What are the roles and functions of Italian in the LL of Zadar? 4) What are the visibility patterns of Italian in the LL of Zadar? 5) What changes may be identified in the visibility of Italian in the LL of Zadar in the studied period?

The article starts with an overview of earlier historical periods, the traces of which can still be observed in the LL. It is based on data collected in three sampling periods, from 2011 to mid-2025. Some of the data were collected for an unpublished doctoral work on the language ecology of Zadar (Oštarić, 2020), while some were collected specifically for this study in the first half of 2025. Since the data used for the analysis span over a period of around fourteen years and were collected on several occasions, the study also identifies the trends and changes in the usage of Italian in the linguistic landscape of Zadar.

2. HISTORICAL CONTEXT

From a historical perspective, the geographical position of Zadar made it a strategically important town in the mid-Adriatic. In ancient times, when most of seafaring was done only during the day, it was important to have a safe port halfway to the north or south in the Adriatic Sea. That position made the town valuable to various peoples and cultures. Romans conquered it very early and settled their citizens there, thus brining Latin into the area (Novak, 1965), both in its official and vulgar forms (Brozović, 1976). At the beginning of the 7th century, Zadar became the administrative centre of the Byzantine theme of Dalmatia, at which time most of its inhabitants were of Romance origin (Katičić, 1998). Historical name studies show that the 9th and 10th centuries were marked by an intensification of Slavic- Romance relations, and consequently ethnic mixing, which must have been completed by the 12th century, when Slavic names appear to have become predominant (Jakić-Cestarić, 1972; Katičić, 1998). At that time, the Romance population in Zadar spoke Dalmatian, a language that evolved from vulgar Latin on the eastern coast of the Adriatic Sea, which later disappeared and became substituted by the Venetian vernacular. The time Zadar spent under the rule of the Venetian Republic, from 1403 to 1797, was certainly the period that had the greatest influence on cultural and linguistic components of its history. During the Venetian, and later Austrian rule, Zadar experienced significant flows of population from present-day Italy and other regions under the Venetian rule, mostly due to wars and various plagues, which would periodically decimate the town's population (Klaić, Petricioli, 1976; Raukar, 1977; Raukar *et al.*, 1987). Although Italian was not an official language in the Venetian period, a great number of immigrants to Zadar spoke Italian; schoolteachers spoke Italian, Italian was taught in junior classes, and Italian culture generally had a significant influence on the urban life of Zadar (Raukar *et al.*, 1987). As a result, Italian gradually became the primary language of written communication of the period (Brozović, 1976).

The significant role of Italian continued even during the French Napoleonic rule (1806-1813), when it was used as the language of instruction in schools, as well as during the Austrian rule (1797-1805 and 1813-1918), when it was the major language of administration. During the Italian rule between the two world wars (1918-1947), Italian was the only official language in Zadar, while Croatian, the most widely spread vernacular, was banned from the press and public usage (Begonja, 2001). The process of Italianisation

in that period was so intense that before the onset of World War II almost three quarters of the population of the province of Zadar (18 533 people) also spoke Italian (Istituto Centrale di Statistica, Venezia Giulia, 1939, as cited in Begonja, 2001: 193). As a result of severe Allied bombing during World War II, as well as of the transfer of Zadar to Yugoslavia, both of which led to drastic population changes, only a handful of pre-war inhabitants remained in Zadar until the 1950s. From a linguistic point of view, according to Brozović (1976), the post-war decades were marked by a widespread Croatian/Italian bilingualism in Zadar, by an Arbanasi/Croatian/Italian[3] trilingualism in the Arbanasi[4] neighbourhood, as well as by the disappearance of the local variety of Venetian, called *Zaratino*. Towards the end of the 20th century, the linguistic situation in Zadar manifested convergence towards one main language, Croatian (Brozović, 1976), *Zaratino* is spoken by a handful of mostly older speakers (Šimičić, Škevin, Vuletić, 2018; Škevin, Jazidžija, 2015, 2017; Škevin Rajko, Šimičić, 2019), and Arbanasi is not as vital as it used to be, despite some community efforts to save it (Šimičić, Bilić Meštrić, 2018).

3. Linguistic Landscape Studies in Croatia

Although Croatia is not as linguistically diverse as some of the countries that have been studied in early LL studies, linguistic landscape has become a popular topic for Croatian sociolinguists. Two main foci have been present in the study of Croatian linguistic landscapes until the present time: the presence of foreign languages in LL, particularly English (Gradečak-Erdeljić, Zlomislić, 2014; Stolac, 2018), as well as the diachronicity of the LL of cities that belonged to different political systems in different historical periods, thus having undergone different practices of using written language in the public space (Oštarić, 2020, 2022, 2024; Rončević, 2019).

The LL of Zadar has been analysed to some extent even before the emergence of the field itself (Ćosić, Mahnić-Ćosić, 2001), but the authors involved had not based their study on the seminal works (cf. Landry, Bourhis, 1997; Spolsky, Cooper, 1991) that later led to LL studies – they conducted an analysis of naming practices in the companies within the Zadar County, documenting the onomastic material by observing the text on tables that companies are required to install on the facade of their seat. In a repeated study ten years later, the authors changed the focus on the increasing visibility of non-Croatian elements in company names (Ćosić, 2013). Bilandžija (2023) conducted a similar study, investigating the naming practices of accommodation establishments and eateries in the LL of Zadar. Oštarić (2020) conducted a comprehensive study of the linguistic landscape of Zadar, focusing on its significance in the overall language ecology of the city. Several other studies by the same author focused on different aspects of the linguistic landscape of Zadar, such as the presence of the Glagolitic script[5] in the LL (Oštarić, 2018, 2025), the presence of Italian in contemporary LL of Zadar (Oštarić, 2022), as well as the differences between written language practices and spoken language practices in the LL of Zadar (Oštarić, 2024).

Most of the early Croatian LL studies were conducted in urban environments where Italian had not been historically relevant, such as in the city of Osijek (Gradečak-Erdeljić,

[3] The label *Italian* in both mentioned situations can refer to standard Italian and/or Venetian.

[4] *Arbanasi* is the name of a neighbourhood in Zadar, where in 1726 a group of Albanian Catholic refugees settled, fleeing the Ottoman incursions around the territory of Lake Shkodra. For centuries the community has used the *Arbanasi* vernacular, a Gheg-based Albanian variety, which today has a relatively small number of speakers and is slowly dying out in the community.

[5] *Glagolitic script* was the first script Slavic peoples used for writing in their languages. Although most Slavic peoples switched early to Cyrillic or Latin scripts, Glagolitic was used in the coastal part of present-day Croatia until the 20th century, mostly for religious purposes within the Roman Catholic Church.

Zlomislić, 2014; Gradečak-Erdeljić, Zlomislić, Kružić, 2018; Kordić, Čuljak, Bionda, 2014), whereas several more recent studies investigated the LL of coastal cities where Italian had been used in the past, for instance in Šibenik (Baraka, 2022) or in Split (Perkov, 2024). Finally, two LL studies provided analyses[6] of the linguistic landscape of the city of Rijeka, and they additionally focused on the use of Italian (Rončević, 2019; Stolac, Hlavač, 2021).

A common denominator of those earlier Croatian LL studies is the recognition of an increased visibility and presence of English in the LL, as a language whose main purpose is communication with foreigners and tourists, but also a language that sometimes has a significant symbolic value for local people – this is in line with many international contexts where a similar situation has been identified (Backhaus, 2007; Blackwood, Johannessen, Mendisu, 2022; Bruyèl-Olmedo, Juan-Garau, 2009; Coluzzi, 2012; Grbavac, 2013; Huebner, 2006; Kasanga, 2012; Taylor-Leech, 2012). The second common feature of those studies is the finding that Croatian is everywhere the most frequently used language on signs in the public space. This study draws on the cited studies of the LL of Zadar and complements them by providing an overview of the visibility, roles and functions of Italian in the contemporary linguistic landscape of Zadar.

4. Italian in LLs around the world

The presence of Italian in the linguistic landscape of Zadar is not something unexpected – Italian has been there for centuries. However, it can also be found all around the world, even in those linguistic landscapes where historically it had not been used as a language of communication. Italy today holds a very prominent position in the world of gastronomy, culture, fashion, tourism, automobilism, and in many other areas, thus endowing the Italian language with a symbolic value that facilitates its use in many linguistic landscapes of the world. In many such international contexts, Italian in the linguistic landscape or on objects of material culture provides an additional symbolic value that resonates the mentioned prominence of Italy in numerous fields of human activity, as manifested in various linguistic landscapes in diverse ways (Bagna, Barni, 2007; Bagna, Machetti, 2012; Bombi, 2017; Dalla Libera, 2024; Gallina, 2016; Vedovelli, 2006).

Numerous authors have already studied the roles and functions of Italian in various linguistic landscapes across the planet, and for illustrative purposes several of such cases will be mentioned here. For instance, in the linguistic landscape of Tanzania (Gallina, 2016) Italian has a twofold pattern of use: in the continental part of Tanzania its function is symbolic, and it is used for the promotion of positive values, catering for all visitors. In the insular part of Tanzania, on the island of Zanzibar, Italian in the linguistic landscape does not manifest a symbolic value, it is used as a communication tool needed to cater for Italian tourists, who are apparently notorious for their poor foreign language speaking skills (Gallina, 2016).

In the context of gastronomy, Italian is a frequent language on menus around the world, given that Italian cuisine is universally popular, so that local eateries often combine local and Italian cuisine (Bagna, Machetti, 2012). Apart from menus, Italian is also present in numerous other text genres of the linguistic landscape (Bagna, Barni, 2007; Coluzzi, 2016), such as on commercial signs that often include trademarks that are based on the Italian language or derive from Italy.

Italian is present around the world in the context of enjoying beverages based on coffee – it is impossible not to find it in a coffee shop or a bar anywhere in the world, even if

[6] One provides a diachronic overview, while the other focuses on the contemporary linguistic landscape of Rijeka.

the shop does not serve *espresso* coffee. For example, Italian is omnipresent in tens of thousands U.S. coffee shops (Lanzilotta, 2014), as the entire terminology for coffee-based beverages derives from Italian (for instance, *espresso*, *latte*, *macchiato*, *ristretto*, *lungo*, etc.). Similarly, Italian is very common on LL signs in Malaysia and only English occurs more frequently in the Malaysian LL in comparison to other foreign languages; yet, Malaysia historically did not have political connections with Italy, nor did it take in a great number of Italian immigrants (Coluzzi, 2016). In the Canadian province of Ontario, particularly in Toronto, Italian is very frequently used in the LL, especially in the context of food and drinks production and serving, where it has a major symbolic value (Casini, 2017).

Furthermore, in Serbia Italian also has a significant position in the LL, as it is very popular to use Italian words, as well as pseudo-Italianisms, as names of various shops, bars, and restaurants in which the Italian or pseudo-Italian name evokes elements of Italian style, quality and merchandise origin (Moderc, 2012). In a similar way, Italian has been used in the LL of Moscow, both before and after the recent war in the Ukraine. In that specific context, Italian is positively appraised and is used in domains that are particularly important for Russians, for instance in art, music, fashion and gastronomy (Dalla Libera, 2024).

Moving from the physical into the virtual linguistic landscape (Ivkovic, Lotherington, 2009), Italian is similarly present on various websites in the previously mentioned contexts of fashion, music, automobilism and gastronomy. To illustrate that with one selected example, several U.S. websites related to *Eataly* from New York and Chicago display a heavy use of Italian used in the promotion of their products, creating an effect of the prestige the language has in the world of gastronomy and oenology (Bombi, 2017).

From all the cited examples of the use of Italian in LL it is obvious that Italian brings prestige and significant economic and symbolic value to those respective linguistic landscapes. Although the previous passages cite only a handful of published studies, most globetrotters and cybernauts will certainly encounter Italian in those contexts everywhere: if they decide to have a slice of pizza, if they are in need of their morning double espresso, if they like to grate some parmesan on their pasta, if they like to have a glass of prosecco while they watch fast car or motorcycle races, or if they like to attend fashion shows or opera performances. In those contexts, Italian brand names and other words are simply unavoidable.

5. ITALIAN IN THE LL OF ZADAR – A DIACHRONIC PERSPECTIVE

To understand the roles of Italian in the contemporary LL of Zadar, it is essential that we also consider the historical perspective contained in other niches of the linguistic landscape, such as the inscriptions in the Municipal cemetery or the old postcards and photographs of Zadar, which are frequently reproduced on magnets and other souvenirs as reminders of previous historical periods. There are several private collectors of old postcards and photographs of Zadar and there is a rich collection of old postcards (ca. 30,000) available in the University of Zadar Research Library (Znanstvena knjižnica Zadar, 2025). These additional examples give us an insight into the historical aspect of the LL of Zadar. By comparing the present-day LL with the historical one on postcards and photographs, we can identify the differences and make conclusions about the changes that led to the contemporary linguistic landscape.

The photographs of inscriptions from the Municipal cemetery (Figure 1), whose oldest section includes numerous gravestones with texts in Italian and is the most diverse part of the cemetery in terms of languages and traditions, enables us to grasp the historical

context of the use of languages in the public space of Zadar, as it contains tombstones in various languages used in Zadar in the last two centuries (Oštarić, 2020).

Figure 1. *A commemorative inscription for the victims of World War I (Zadar cemetery)*



While the cemetery still preserves gravestones with inscriptions in Italian, in the rest of the city the historical LL signs in Italian have almost completely disappeared. What is left from those periods are the manhole covers (Figure 8) and a few metal plates of insurance companies (Figure 2) that had been installed on the facades of insured buildings. The latter have been painted over or covered by rust over time and are not clearly visible from the street level. Other LL signs in Italian that also remained are those that were not easily visible to passers-by and thus did not stand out. Sometimes signs in Italian remained, but the text was destroyed or covered with a layer of paint (Figures 3 and 4).

Apart from the cemetery inscriptions that withstood the historical events, we know from the available historical postcards and photographs that Italian was widely used on public signage in Zadar in the period before World War II (Oštarić, 2022). However, some of those signs were erased from the public space after World War II, while most of them probably did not survive the heavy bombardment of Zadar by the Allied Forces in 1943 and 1944.

Figure 2. *Home insurance plate "Riunione Adriatica di Sicurtà Trieste"*



The process of removing LL signs that include languages of former rulers or regimes (labelled in literature as *language erasure* or *language removal*) is a common phenomenon that has been described in the LL literature (Du Plessis, 2011; Marten, 2010; Pavlenko, 2008, 2009, 2010). An idiosyncrasy of the LL of Zadar is that all LL signs in Italian on facades that survived the bombing were removed after the war, while the metal manholes with Italian text were retained. It is difficult to find an explanation for the different treatment of LL signs in this example, as the people who were involved in the process are not among us anymore. Some of the possible reasons might be the unavailability of iron and other metals in the post-war period, or too expensive costs of substituting them with those with Croatian text, or it may be that those covers on the ground did not stand out being out of sight for most passers-by. However, this phenomenon points to a necessity of methodological distinguishing between the *vertical linguistic landscape* and the *horizontal linguistic landscape* (Oštarić, 2020). The vertical linguistic landscape includes all the signs on the facades and vertical sign carriers, while the horizontal linguistic landscape includes all the signs on the ground, on streets, on the floor, etc. The vertical linguistic landscape stands out as it is directly at the level of the passer-by's view, it is conspicuous and thus may trigger an affective response in passers-by. The horizontal linguistic landscape is below one's feet and is mostly inconspicuous, which is why it probably does not attract attention of passers-by.

Figure 3. *The sign "Strada comunale" covered with paint*



Figure 4. *Street name tablet from the Italian period – the street name was removed*



6. RESEARCH METHODOLOGY

This study is based on a mixed-method approach and combines the use of a quantitative and a qualitative research methodology. Many early LL studies used only quantitative methodologies, thereby making conclusions on language diversity, language practices, or relations between different ethnolinguistic groups just basing their findings on the enumeration of signs in specific languages in a public space. However, as the field developed, the shortcomings of such a practice were identified – the earlier approaches did not consider numerous key elements, which are significantly important for making correct and valid conclusions about the linguistic landscape. One of the most salient shortcomings of the early LL studies was the lack of an insight into various components and stages of creation of an LL sign (Blommaert, 2016; Oštarić, 2020; Spolsky, 2009). Such studies lacked information on the motivation, ideas, reasons, processes, and people behind the LL sign creation.

The methodological approach adopted in this study allows for the use of complementary research methods (cf. Blackwood, 2015; Thistlethwaite, Sebba, 2015; Troyer, Cáceda, Giménez Eguíbar, 2015). The quantitative method was used with the aim of determining the total number of signs and the number of signs in specific languages, as well as the number of signs that contain text in multiple languages. Consequently, the purpose of the method was to investigate where Italian stands as one of the languages used in the LL. That information is important in the historical context as well, such as when we want to observe diachronic trends in the use of a language. The qualitative method was based on ethnography, and its purpose was to analyse the processes of devising, designing, producing and installing an LL sign, as well as to explore the effects such signs have on passers-by, the consumers of signs in the linguistic landscape. Using such a holistic approach that takes into account the complex and dynamic nature of the linguistic landscape should result in valid and meaningful findings and conclusions.

For the purpose of the quantitative part of the study, I photographed and/or recorded all signs in the linguistic landscape of Zadar in a determined geographical area on several occasions and in a determined period. An LL sign was defined according to Backhaus' methodology (Backhaus, 2007) as a text in a visible frame, whose size can vary from a small sticker to a huge billboard. The geographical sampling area covered the neighbourhood of the Zadar Peninsula (in Croatian: *Poluotok*). That is the neighbourhood in which most of the educational, religious, judicial, financial and commercial institutions are located, and where most tourists find accommodation or spend time sightseeing (Oštarić, 2020). The first sampling was done in September 2011, when I documented all the LL signs in the public space of the mentioned neighbourhood, either through photography or in the form of written field notes. In the first sampling period I took 883 photographs, with total 3,502 LL signs. The second sampling took place in October/November 2018, when I again documented all LL signs in the Peninsula, producing 1,586 photographs and recording 4,862 LL signs. The third sampling took place in April/May 2025, when I documented only the changes in the LL of the Zadar Peninsula (i.e. new signs installed in the period 2019-2025), again using photography or taking field notes. These three sampling stages, spanning over the period of fourteen years, provided an opportunity for a longitudinal study of changes in the LL of Zadar (Table 1).

Table 1. *Number of photographs and LL signs in three sampling periods*

Sampling year	Number of photographs	Number of LL signs
2011	883	3,502
2018	1,586	4,862
2025	60	91

Regarding positionality, I must point out that I am a long-term resident of Zadar, having lived there continuously since 2005. I also participate in these processes of meaning-making and creating signs in the linguistic landscape, because I sometimes translate Croatian texts into English, and vice versa, for the local concert office, and my translations sometimes end up in the LL on posters, advertisements, banners and printed materials. I also see myself as a *consumer* of LL, as I regularly walk in the Zadar Peninsula and observe texts on signage, probably more than an average passer-by, as this characteristic may be quite obsessive for a professional sociolinguist. Being a participant in these described processes, I am obliged to put extra effort into attempting to provide an objective view of the linguistic landscape of Zadar. In addition, being a participant also allows me to observe different processes in the LL as they happen, because every day I spend a certain amount of time in the public space of Zadar.

The qualitative methodology was based on ethnography and included interviews, informal conversations, participant observation, collecting old photographs and postcards, photographic documentation, following media communications on languages and naming practices in the LL of Zadar. I conducted 40 semi-structured interviews with various participants, grouped into three categories: (1) passers-by, (2) business owners or managers, and (3) decision makers. Passers-by were the so-called *consumers* of the linguistic landscape; they are people who have lived in Zadar or have resided in Zadar for a period longer than one year. They walk the streets of Zadar daily and possibly consume the signs in the linguistic landscape. Business owners and/or managers are entrepreneurs or employees of entrepreneurs who manage various shops and businesses. They are people who decide on installing, creating and designing LL signs on the facades or in the windows of their shops. Finally, decision makers are representatives of two local institutions that have a direct influence on municipal regulations and restrictions in installing (especially top-down) LL signs in the public space. In this particular case, they were two employees of the local municipality and tourist association, respectively. In total, there were twenty interviews with passers-by, eighteen interviews with shop owners or managers, and two interviews with decision makers. For each of the three groups I used specially tailored interview protocols. All interviews were conducted in Zadar in 2019, mostly in Croatian, but several were conducted in English and Italian, as the interviewees were not speakers of Croatian[7].

In addition to interviews, for the qualitative part of the study I also had a number of informal conversations, I used other collected materials that helped me to understand the diachronic aspect of the development of the linguistic landscape of Zadar, such as the evidence of LL signs from earlier historical periods – for instance, old photographs and postcards of Zadar, and photographs of LL inscriptions from the Municipal cemetery in Zadar. Finally, I also followed the local media in Zadar and noted whenever there was a topic related to the use of languages in the public space.

[7] All interview transcript excerpts used in this study have been translated into English by the author.

6.1. *Findings of the quantitative part*

The following features of LL signs have been analysed for this study (Table 2): the function of signs, languages on signs, the number of languages used, their order and/or prominence, the LL sign genre, the type of activity of the sign-holder. The function of an LL sign, from one perspective, can be determined as informative or symbolic (Landry, Bourhis, 1997). The purpose of an informative sign is to provide the reader with a piece of information, for instance the opening hours of a shop or the name of the street. The purpose of a symbolic sign is not to provide the reader with a specific piece of information derived from the text on the sign, but to create an impression of the symbolic value of what is behind the LL sign. An example of a symbolic function of a sign in the LL of Zadar would be a football club fan slogan written in the ancient Glagolitic script, which can be read and understood by only a handful of passers-by – to most consumers of such a sign, Glagolitic would be symbolic, as it evokes a number of characteristics related to the Croatian national identity and belongingness to cultural traditions (Oštarić, 2018, 2025). In some situations, LL signs may have both an informative and symbolic function, as they can provide information, as well as symbolic value (Blackwood, Johannessen, Mendisu, 2022; Leeman, Modan, 2009). Languages on the signs were identified according to their vertical order and/or their prominence. The sign genre was identified according to the type of the text-carrier, based on Spolsky and Cooper's classification (Spolsky, Cooper, 1991) with two additional categories: street name signs, commercial signs, warnings and prohibitions, company name signs, informative signs, commemorative signs, three-dimensional objects (e.g. ATM machines, telephone booths, statues, manhole covers, etc.), graffiti, trademarks, and traffic signs. Finally, the type of activity of the sign-holder included 36 different types of activities, such as shops, cosmetic services, real estate, financial institutions, food delivery, municipal infrastructure, bars and restaurants, accommodation services, medical services, religious institutions, etc.

Table 2. *Features of LL signs analysed in the study*

Function	**Authorship**	**Language(s)**	**Genre**	**Business activity**
Informative or symbolic	Official or private	Croatian, English, Italian, German, Spanish, Portuguese, French, Korean, Mandarin, Japanese, Russian, Albanian, Czech, Latin, Thai, Slovene, Hungarian, Swedish, Dutch, Finnish, Serbian, Hindi	Street name signs, commercial signs, warnings and prohibitions, company name signs, informative signs, commemorative signs, 3-D objects, graffiti, trademarks, traffic signs	Shops, cosmetic services, real estate, rentals, financial institutions, telecommunications, food delivery, infrastructural, bars and restaurants, accommodation services, IT services, printing and graphical services, betting shops, maintenance services, insurance, bakeries, tourism, intellectual services, construction and architecture, legal services, medical services, government and municipal institutions, traditional workshops, children's

				entertainment, sports, religious institutions, postal services, libraries and bookshops, jewellery shops, press and publishing, education, commemorative, transport, cultural institutions, Zadar-related, unknown

The research findings indicate that in 2011 Croatian was the most frequent first or only language on LL signs (Table 3), immediately followed by English as the most common foreign language, and Italian in the third place. Croatian and English were frequently used together. In addition to those two languages, the LL of Zadar also included signs in German, Italian and French, mostly in situations when these three languages served as auxiliary languages of tourism. Regarding the genre of LL signs, Italian was mostly present in advertisements and informative signs, but it must be emphasized that those informative signs were not of contemporary origin, they were signs that had remained in the public space from the time when Italian had been the official language – the group mostly included the metal manhole covers from the periods of Italian rule or Austrian rule. Regarding the type of sign-holder activity, Italian was mostly present on signs in commerce, bars and restaurants, medicine, finance, and infrastructure.

Table 3. *Number of LL signs with three most frequent languages in 2011*

Language	**Number of LL signs**	**Percentage of LL signs**
Croatian	2,740	78,24 %
English	504	14,39 %
Italian	148	4,23 %

In the second sampling period, in 2018 (Table 4), there has been an increase in the total number of signs in the linguistic landscape, as well as an increase in language diversity – more signs and more languages were identified in the LL. If we observe the criterion of the number of signs where a language is the first or the only language of the sign, Croatian was still the first language (73,49%), English was the second most frequent (20,88%); however, there has also been a significant doubling in the total number of LL signs in English (from 504 signs in 2011, to 1015 signs in 2018). Italian still held the third position (2,92%). As the first language of an LL sign, Italian was present mainly on advertisements (in commerce and bars and restaurants), on trademarks (in commerce), as well as on infrastructural objects (on manhole covers). That means that, apart from Italian on manhole covers (e.g. *Canalizzazione comunale di Zara*, *Acquedotto comunale*), most of Italian found in the LL was used in commercial trademarks (such as *Intimissimi*, *Dolce & Gabbana*, *Scuderia Ferrari*, *Francesca*) or Italian names of shops and restaurants (for instance *Salsa Rossa*, *La Famiglia*, *Groppo*, *Il Padrino*). What is more, in most situations where Italian was used in naming restaurants or shops, the name was usually accompanied by additional text from another language, predominantly English, that described the type of business activity or provided additional information (e.g. *Francesca Shoes*, *Restaurant Groppo*, *Teatro Verdi – Boutique Hotel*, *Salsa Rossa – Italian Restaurant*, *La Famiglia – Since 1964*, *Be pasta – Fast, fresh*

and fun, *Accommodation Piazzetta Marina*). In most eateries with Italian names, outdoor menus and advertisements were almost entirely in English, even when the name was Italian and the Italian national flag colours were used on decorations and printed materials (such as on the LL signs in Figure 5). Almost all those Italian-named eateries offer food that would not be accepted under the label 'Italian cuisine' – they offer a mixture of various dishes that are not typically Italian (e.g. hamburgers or dishes from Croatian traditional cuisine) and dishes that could be labelled Italian (e.g. various *pasta* dishes, *pizzas* and *risottos*). Since an Italian name on these eateries obviously does not tell the customers that Italian cuisine is what they offer, these findings point to the conclusion that the function of Italian in the linguistic landscape of the Zadar Peninsula is generally not used to transmit information – its function is mainly symbolic and it attempts to connect the particular eatery with the symbolic values attached to Italian in the world of gastronomy.

Figure 5. *Be pasta bistro in Zadar*



Table 4. *Number of LL signs with the three most frequent languages in 2018*

Language	Number of LL signs	Percentage of LL signs
Croatian	3,573	73,49 %
English	1,015	20,88 %
Italian	142	2,92 %

If we compare the changes emerged in the linguistic landscape of the Peninsula in the period 2011-2018, Italian remained the third language by the number of LL signs, but the total number of signs in Italian (summing up signs where Italian is the first or the only language with those where Italian is the second, third, fourth, or fifth language of the sign) decreased from 268 (in 2011) to 215 signs (in 2018). One of the causes of the decrease was a project by Zadar Tourist Board, who modernized their informative posters nearby

important cultural sights – in 2011, those posters included texts in five languages (Croatian, English, German, Italian and French), while in 2018 the posters were bilingual (Croatian and English).

Several rare informative LL signs in Italian included two signs installed on the building where the Zadar Italian Community have their headquarters, as well as a few signs in the window of Dante Alighieri Cultural Association seat. There the information is delivered in both Italian and Croatian (Figure 7). Additional informative LL signs in Italian can be found on exchange offices (e.g. *Cambio valute*), bakeries (*Pasticceria*), or notifications in front of the national ferry company office (Figure 6), which sells ferry tickets for the international ferry line Zadar (Cro)-Ancona (It). In neither of the two sampling periods were LL signs in Venetian or *Zaratino* found in Zadar.

Figure 6. *A notification in Croatian, English and Italian*



Figure 7. *Tablet installed on the facade of the offices of the Italian Community in Zadar*



Most LL signs in Italian were found on infrastructural objects – numerous metal manhole covers of sewage and aqueduct piping, which have been present on the streets of Zadar since the time of either Austrian or Italian rule from the first half of the 20th century (Figure 8).

Figure 8. *A manhole cover with Italian and German text*



In the third sampling period (April/May 2025), I identified and noted a number of new businesses in the public space of the Zadar Peninsula, which bear an Italian name and thus have added more Italian to the LL of Zadar. Some of those LL signs in Italian include signs for accommodation services (e.g. Figure 9) or advertisements of eateries which bear Italian names but do not offer strictly Italian cuisine (Figures 11-13).

In addition to the examples visible on the provided photographs, there are also a few hotels or apartments that bear an Italian name, such as the hotel *Teatro Verdi*, named after the Zadar theatre from the Italian period, destroyed in the World War II bombing, and a few that were named *Zara*, after the Italian name for Zadar. Other eateries with Italian names (advertised on various placards and posters in the LL) are restaurants *Groppo*, *Salsa Rossa*, *Tramonto*, *Intermezzo*, *Teatro*, *L' Osteria*, *Il Padrino*, *Trattoria Mediterraneo*, *Bello*, *Corte*, *Bella Italia*, *Rosmarino*, *La Baia*, *La Famiglia*, a bakery named *Torrente*, and an ice cream shop *Michelangelo*. From the provided examples, it is obvious that Italian is the preferred language of restaurants and ice cream shops, which is in line with the previously cited studies, in which gastronomy is linked with Italian cuisine through naming practices.

Occasionally it is also possible to find pseudo-Italianisms in the LL of Zadar, that is names or other words that appear to be Italian, but do not have standard Italian morphology or spelling. One such example is *Trattoria Canzona* (Figure 12), where the name ends in *-a* instead of *-e* (as in standard Italian *canzone*), which must have been influenced by Croatian *kancona*, an Italian loanword used for some specific types of 'a song'.

Figure 9. *Accommodation services with an Italian name*



Figure 10. *Ice cream shop Mammamia*



Figure 11. *Bistro 'La Famiglia' in the centre of the Zadar Peninsula*



Figure 12. *Trattoria Canzona in Zadar*



Figure 13. *Trattoria Terracotta in Zadar*



6.2. *Findings of the qualitative part*

The qualitative data collected through interviewing indicated poor visibility of Italian in the present-day LL, as only a few interviewees reported having perceived Italian on LL signs. Most people do not look down when they walk in the streets, so they probably do not notice the text on manhole covers – this was confirmed by my interviewees, since none of them reported having seen the Italian text on manhole covers in Zadar.

When asked about the visibility of foreign languages in the linguistic landscape, some interviewees believed that Italian should be used on signs for tourism purposes, in line with those who believed that Croatian/English bilingualism on signage is not sufficient. Two interviewees thought that Italian should be used more on LL signs, because they had witnessed situations in which Croatian and English on LL signs proved to be insufficient for Italian tourists and they remembered that Italian tourists were usually pleased when addressed in Italian.

> Perhaps for some older tourists it would be useful to have more texts in Italian because they don't understand English. But it would be important to have those texts written in good Italian to make sense, because otherwise they wouldn't be useful. Once we were in an ice cream shop that boasts with their Italian ice cream, we entered the shop and asked for pistachio flavour. The person who worked there kept using the local pronunciation of the word '*pistaćo*', and my wife told him that the word is properly pronounced '*pistachio*' in Italian, thinking that he would like to know, but he just said, 'I don't care'. So, you have an ice cream shop that is advertised as an Italian ice cream shop while its workers are not interested in how the flavours are properly pronounced in Italian (Interview 4, September 2019).

> No, I am very sceptical about that because I think all that is actually – let's sound exotic; so, the name is one thing and the other is… I think that in the background there is actually the wish to attract more customers, so that is why they try being slightly different from the others, but I have seen, besides restaurants and all those catering places, that there are also many apartments that bear Italian names (Interview 1, July 2019).

From the perspective of language repertoires, owners and managers of various businesses who were interviewed in this study claimed that they expected from their employees to be proficient in Croatian and English, although during the tourist season the ability to speak Italian is frequently needed. However, when owners and managers conduct job interviews with candidates for employees, being able to speak Italian and German is certainly treated as an additional value, but not a crucial one, since the ability of speaking English satisfies almost all communication needs.

> When we employ staff, we always require from them to know English, it's simply like that. Just to illustrate, years ago when we printed our menus they were in four languages, Italian was one of them; but this year we printed the menu in just two languages, English and Croatian. It is clearer that way. We assume that many people can understand English, and those who don't, we help them with the translation. If I had to use more languages, I would definitely use French, Italian, German, English, Croatian, and Spanish, of course; so, six languages! Do you know what that means when you have to change your menu? If you want to regularly update your menu, that would be a huge logistic enterprise (Interview 2, August 2019).

Regarding the visibility of languages used on advertisements, most business owners stated that they would be happy to use more foreign languages on their signage in storefronts and outside their shops, but that would be aesthetically challenging. Too many texts in various languages in storefronts and on building facades leads to saturation and such a saturated space, according to the owners, is not appealing. Moreover, that is why many of them have texts in Italian and other foreign languages on their business websites, where software and web-design solutions can help avoid the multilingual noise in the public space.

> I think Italian should also be on the tourist info boards because our history has been closely connected to Italians, even since the Venetian times, and because we have been entwined with them in the past, so I think every Italian would find it interesting to read about that, I think they would find it more interesting. It seems to me that tourists who come from Germany or Italy, if they can't understand English, they will be deprived of that information. I think it would be ok to have the text translated into more languages (Interview 3, August 2019).

One of newcomers in Zadar in this context is the ice cream shop *Aroma*, which belongs to a recently established and quickly-growing chain of ice cream shops on the Croatian coast, whose name at the first sight might appear to be Italian, because visually it could also be read as 'A Roma', when one sees the name on the shop window (Figure 14). When I asked one of the company representatives how they chose the name for the business, they told me that «the owners wanted the name to sound Italian and have a connection with tasty food», and the word 'aroma' satisfied both those criteria (*Informal conversation*, June 2025).

Figure 14. *Gelato shop 'Aroma' in Zadar*



Two interviewees from the group of decision makers expressed their opinion that Italian was sufficiently present in the LL and that it, from the perspective of societal relevance, follows Croatian and English. This is in line with the finding that all official LL signs in Zadar are exclusively in Croatian, although in some situations, according to several of my interviewees, it would be practical to have them in foreign languages, considering the importance of tourism in the economy of Zadar.

7. Conclusions

The presented analysis shows that the linguistic landscape of Zadar is in an ongoing flux and that the present moment has been strongly influenced by tourism as the most important economic activity in the area, in line with the previous studies (Oštarić, 2020, 2022, 2024). Tourism is still the main driving force in the linguistic landscape of Zadar; therefore, the inhabitants of Zadar have adapted to that situation and on their LL signs they use Croatian and/or English, since those two languages are at the moment the two most useful languages in economic terms, allowing effective communication with the highest number of visitors. Since English has become the most important resource among all foreign languages, those other languages, and especially traditional languages of tourism in Croatia (German and Italian), were demoted and are not used in the linguistic landscape as they used to be in the 20th century. The cause of these changes is not tourism itself, but the transformation of the type of tourism. From a European-based phenomenon, the tourism in Zadar has become global; for such a tourism, traditional European languages have no use and thus are less used in the linguistic landscape.

Italian is still present in the LL of Zadar; in terms of the number of LL signs, it holds the third position, following Croatian and English. However, when we analyse the LL signs in Italian, we can conclude that the purpose of Italian on those signs is not to inform passers-by; on contrary, it is generally symbolic – Italian is present on advertisements and in trademarks, where it has the function of endowing the sign-holder with the positive symbolic values attached to Italian origin. Informative signs in Italian are present in front of the building where the Italian Community in Zadar has their seat, and on notifications and posters of Dante Alighieri Cultural Association, both catering for Italians who reside in Zadar. In the context of bars and restaurants, Italian is expected to link the local offer with the globally recognized Italian cuisine, while in trademarks, especially in clothing, the use of Italian evokes the distinguished style and elegance. One domain in which an increase in the use of Italian has been noted since 2018 is the food and beverage sector – many recently open restaurants and ice cream shops bear Italian names and there have been signs that the trend will continue in the future. This is in line with a previous study, which identified a quarter of restaurants and bars bearing Italian names in Zadar, with many others bearing a Croatian dialectal name that has Romance etymology (Bilandžija, 2023). However, those entities use Italian only in their names – their advertisements and other LL signs on storefronts are usually in English, or Croatian.

Furthermore, the interviewees' accounts point to the conclusion that Italian holds a specific position in the LL of Zadar, especially because of Italian tourists who, according to interviewees, sometimes experience difficulties in communicating in other languages. Italian certainly is an important language of tourism in Zadar, and it would be even more visible in the LL but based on the presented data it is clear that English has pushed it out of the linguistic landscape, together with German and other European languages. Likewise, one could hypothesise that Italian may return to the linguistic landscape in a possible future in which Italian tourists would once again become economically more significant for tourism in Zadar. Indeed, economic reasons drive the changes in the

linguistic landscape and presently English is economically the most useful resource in this global type of tourism.

Finally, considering the research findings in relation to the overall diachronic picture of the presence of Italian in the linguistic landscape of Zadar, we can conclude that Italian has become a significant source of names for restaurants and bars. However, it has almost entirely lost its informative function in written communication with Italian tourists. As times change, so do the written language practices in the public space, creating a diverse linguistic landscape.

REFERENCES

Backhaus P. (2007), *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Clevedon.

Bagna C., Barni M. (2007), "La lingua italiana nella comunicazione pubblica/sociale planetaria", in *Studi italiani di linguistica teorica ed applicata*, 35, pp. 529-553.

Bagna C., Machetti S. (2012), "LL and (Italian) menus and brand names: A survey around the world", in Hélot C., Barni M., Janssens R., Bagna C. (eds.), in *Linguistic landscapes, multilingualism and social change*, Peter Lang, Frankfurt am Main, pp. 217-230.

Baraka S. (2022), "Jezični krajolik u turističkoj ponudi Grada Šibenika", in *Zbornik Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 13, pp. 7-12.

Begonja Z. (2001), "Zadar između fašizma i komunizma: Pregled zbivanja u Zadru od 1918. do 1944", in *Zadarska smotra*, 5-6, pp. 179-212.

Bilandžija I. (2023), "The names of accommodation and food service establishments in the linguistic landscape of the historical centre of Zadar", in *Sponde*, 2, pp. 15-40: https://doi.org/10.15291/sponde.4198.

Blackwood R. (2015), "LL explorations and methodological challenges: Analysing France's regional languages", in *Linguistic Landscape*, 1, pp. 38-53: https://doi.org/10.1075/ll.1.1-2.03bla.

Blackwood R., Johannessen J. B., Mendisu B. S. (2022), "English in Norwegian and Ethiopian linguistic landscapes: Returning to symbolic language use", in Blackwood R., Røyneland U. (eds.), *Spaces of multilingualism*, Routledge, New York, pp. 115-134.

Blommaert J. (2016), "The conservative turn in Linguistic Landscape Studies", in *Tilburg Papers in Culture Studies*, 156: https://research.tilburguniversity.edu/files/32302244/TPCS_156_Blommaert.pdf.

Bombi R. (2017), "Parole italiane in viaggio. Italianismi migranti: Interferenze linguistiche e *storytelling*", in *Testi e linguaggi*, 11, pp. 157-170.

Brozović D. (1976), "O suvremenoj zadarskoj miksoglotiji i o njezinim društveno-povijesnim i lingvističkim pretpostavkama", in *Radovi FFZD*, 14-15, pp. 49-63.

Bruyèl-Olmedo A., Juan-Garau M. (2009), "English as a lingua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arenal in Mallorca", in *International Journal of Multilingualism*, 6, pp. 386-411: https://doi.org/10.1080/14790710903125010.

Casini S. (2017), "Italianismi e pseudoitalianismi a Toronto: Una ricerca tra gli studenti di italiano del St. George Campus della University of Toronto", in *Italica*, 94, pp. 153-176.

Cenoz J., Gorter D. (2006), "Linguistic landscape and minority languages", in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, pp. 67-80.

Coluzzi P. (2012), "Multilingual societies vs monolingual states: The linguistic landscapes in Italy and Brunei Darussalam", in Gorter D., Marten H. F., Mensel L. V. (eds.), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave MacMillan, Basingstoke; New York, pp. 225-242.

Coluzzi P. (2016), "Italian in the linguistic landscape of Kuala Lumpur (Malaysia)", in *International Journal of Multilingualism*, 14, pp. 109-123: https://doi.org/10.1080/14790718.2016.1151883.

Ćosić V., (2013), *Novi zadarski jezični krajolici*, a public lecture held on 23 May 2013 in Matica hrvatska, Zadar, Croatia.

Ćosić V., Mahnić-Ćosić A. (2001), *Zadarski jezični krajolici: Imena tvrtki u Zadarskoj županiji*, Matica hrvatska, Zadar.

Dalla Libera C. (2024), "L'italiano nel *Linguistic Landscape* di Mosca", in *Italiano LinguaDue*, 16, 2, pp. 255-271: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/27768.

Du Plessis T. (2011), "Language visibility and language removal: A South African case study in linguistic landscape change", in *Communicatio*, 37, pp. 194-224: https://doi.org/10.1080/02500167.2011.604170.

Gallina F. (2016), "The Italian language in the Tanzanian LL: Between the Italian way of life and mass tourism", in Blackwood R. J., Lanza E., Woldemariam H. (eds.), *Negotiating and contesting identities in linguistic landscapes*, Bloomsbury Academic, London, pp. 37-54.

Gradečak-Erdeljić T., Zlomislić J. (2014), "Linguistic landscape in the city of Osijek", in *Hum*, 11-12, pp. 7-37.

Gradečak-Erdeljić T., Zlomislić J., Kružić B., (2018), *Jezikom otkrivamo i interpretiramo – jezični krajobraz u javnom prostoru*, a public lecture held at the 16th Science Festival, from 16 to 21 April 2018, Osijek, Croatia.

Grbavac I. (2013), "Linguistic landscape in Mostar", in *Jezikoslovlje*, 14, pp. 501-515.

Grbavac I. (2015), "Linguistic landscaping as an RST research method: The downfall of language policies in a post-war context", in *European Journal of Applied Linguistics*, 3, pp. 87-110: https://doi.org/10.1515/eujal-2015-0005.

Huebner T. (2006), "Bangkok's linguistic landscapes: Environmental print, codemixing and language change", in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, pp. 31-51.

Ivkovic D., Lotherington H. (2009), "Multilingualism in cyberspace: Conceptualising the virtual linguistic landscape", in *International Journal of Multilingualism*, 6, pp. 17-36: https://doi.org/10.1080/14790710802582436.

Jakić-Cestarić V. (1972), "Etnički odnosi u srednjovjekovnom Zadru prema analizi osobnih imena", in *Radovi Instituta Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti u Zadru*, 19, pp. 99-166.

Kasanga L. A. (2012), "Mapping the linguistic landscape of a commercial neighbourhood in Central Phnom Penh", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33, pp. 553-567: https://doi.org/10.1080/01434632.2012.683529.

Katičić R. (1998), *Litterarum studia: Književnost i naobrazba ranoga hrvatskog srednjovjekovlja*, Matica hrvatska, Zagreb.

Klaić N., Petricioli I. (1976), *Zadar u srednjem vijeku do 1409*, Filozofski fakultet u Zadru, Zadar.

Kordić L., Čuljak A.-M., Bionda A. (2014), "Jezični krajobraz grada Osijeka - komparativni pristup", in Peti-Stantić A., Stanojević M.-M., Antunović G. (eds.), *Standardni jezici i sociolekti u 21. stoljeću: Zbornik radova s međunarodnoga znanstvenoga skupa Hrvatskog društva za primijenjenu lingvistiku*, Srednja Europa, Zagreb, pp. 77-100.

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: https://doi.org/10.1177/0261927x970161002.
Lanzilotta L. (2014), "Il caso Starbucks: L'italiano come lingua di commercio e di cultura negli Stati Uniti", in *Italica*, 91, pp. 71-88.
Leeman J., Modan G. (2009), "Commodified language in Chinatown: A contextualized approach to linguistic landscape", in *Journal of Sociolinguistics*, 13, pp. 332-362.
Marten H. F. (2010), "Linguistic landscape under strict state language policy: Reversing the Soviet legacy in a regional centre in Latvia", in Shohamy E. G., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.), *Linguistic landscape in the city*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 115-132.
Moderc S. (2012), "La presenza dell'italiano nel paesaggio linguistico della Serbia", in *Questiones Romanicae*, I, pp. 209-214.
Novak G. (1965), "Presjek kroz povijest grada Zadra", in *Radovi Instituta Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti u Zadru*, 11-12, pp. 7-76.
Oštarić A. (2018), "Commodification of a forsaken script: The Glagolitic script in contemporary Croatian material culture", in Aronin L., Hornsby M., Kiliańska-Przybyło G. (eds.), *The material culture of multilingualism*, Springer, Cham, pp. 189-208.
Oštarić A. (2020), *Ekologija jezične raznolikosti Zadra* (Unpublished doctoral dissertation), University of Zadar, Zadar.
Oštarić A. (2022), "Talijanski jezik u suvremenom jezičnom krajoliku Zadra", in *Sponde*, 1, pp. 55-76: https://dx.doi.org/10.15291/sponde.3891.
Oštarić A. (2024), "A monolingual or multilingual city? Discrepancies between the written and spoken language practices in the public space of Zadar, Croatia", in Gabryś-Barker D., Vetter E. (eds.), *Modern approaches to researching multilingualism. Studies in honour of Larissa Aronin*, Springer Nature, Cham, pp. 453-472.
Oštarić A. (2025), *Drevno pismo novog doba: Glagoljica u jezičnom krajoliku Hrvatske*, Srednja Europa, Zagreb.
Pavlenko A. (2008), "Multilingualism in post-Soviet countries: Language revival, language removal, and sociolinguistic theory", in *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 11, pp. 275-314: https://doi.org/10.1080/13670050802271517.
Pavlenko A. (2009), "Language conflict in post-Soviet linguistic landscapes", in *Journal of Slavic Linguistics*, 17, pp. 247-274.
Pavlenko A. (2010), "Linguistic landscape of Kyiv, Ukraine: A diachronic study", in Shohamy E. G., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.), *Linguistic landscape in the city*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 133-150.
Perkov A. (2024), *Splitski jezični krajolik* (Master's thesis), University of Split, Split.
Raukar T. (1977), *Zadar u XV. stoljeću*, Sveučilište u Zagrebu - Institut za hrvatsku povijest, Zagreb.
Raukar T., Petricioli I., Švelec F., Peričić Š. (1987), *Zadar pod mletačkom upravom 1409-1797*, Narodni list - Filozofski fakultet Zadar, Zadar.
Rončević M. (2019), *Jezični krajolik grada Rijeke između prošlosti i sadašnjosti* (Unpublished doctoral dissertation), University of Zagreb, Zagreb.
Spolsky B. (2009), "Prolegomena to a sociolinguistic theory of public signage", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, New York, pp. 25-39.
Spolsky B., Cooper R. L. (1991), *The languages of Jerusalem*, Oxford University Press, Oxford.
Stolac D. (2018), "Reklame i jezični krajolik", in Stolac D., Vlastelić A. (eds.), *Jezik i njegovi učinci*, Srednja Europa - Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, Zagreb, pp. 301-316.

Stolac D., Hlavač J. (2021), *Riječki jezični krajolik*, Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.
Šimičić L., Bilić Meštrić K. (2018), *Arbanaški na raskrižju: Vitalitet i održivost jednog manjinskog jezika*, Srednja Europa, Zagreb.
Šimičić L., Škevin I., Vuletić N., (2018), *Le isole linguistiche dell'Adriatico*, Aracne, University of Zadar, Canterano, Zadar.
Škevin I., Jazidžija A. (2015), "Veneto-dalmata a Zara. Aspetti fonologici e lessicali", *Croatica et Slavica Iadertina*, 11, pp. 377-394.
Škevin I., Jazidžija A. (2017), "Linguistic and social-identity aspects of code-switching: The case of Zadar's speakers of the Venetian dialect", in Cergol Kovačević K., Udier S. L. (eds.), *Applied linguistics research and methodology: Proceedings from the 2015 CALS conference*, Peter Lang, Frankfurt, pp. 225-240.
Škevin Rajko I., Šimičić L., (2019), *Dialect levelling or shift: Lexical outcomes of Štokavian-Čakavian contact in Dalmatia*, in Villena-Ponsoda J.-A., Díaz-Montesinos F., Ávila-Muñoz A.-M., Vida-Castro M. (eds.), Language variation - European perspectives VII, John Benjamins, Amsterdam, pp. 204-215.
Taylor-Leech K. J. (2012), "Language choice as an index of identity: Linguistic landscape in Dili, Timor-Leste", in *International Journal of Multilingualism*, 9, pp. 15-34: https://doi.org/10.1080/14790718.2011.583654.
Thistlethwaite J., Sebba M. (2015), "The passive exclusion of Irish in the linguistic landscape: A nexus analysis", in Rubdy R., Said S. B. (eds.), *Conflict, exclusion and dissent in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, pp. 27-51.
Troyer R. A., Cáceda C., Giménez Eguíbar P. (2015), "Unseen Spanish in small-town America: A minority language in the linguistic landscape", in Rubdy R., Said S. B. (eds.), *Conflict, exclusion and dissent in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, pp. 52-76.
Vedovelli M. (2006), "L'italiano nel mondo da lingua straniera a lingua identitaria: Il caso 'freddoccino'", in *Studi italiani di linguistica teorica ed applicata*, 34, pp. 585-609.
Znanstvena knjižnica Zadar (2025), "DIKAZ - Digitalna knjižnica Zadar", Znanstvena knjižnica Zadar, Zadar: http://dikaz.zkzd.hr/index.php.

PERCEZIONE E RAPPRESENTAZIONE DELL'ITALIANITÀ IN AFRICA. IL CASO DELLA CUCINA ITALIANA IN SUDAFRICA

Raymond Siebetcheu[1]

1. INTRODUZIONE

Il presente contributo si prefigge di analizzare il valore e la rappresentazione dell'italianità nella cucina in Sudafrica tanto attraverso l'analisi linguistico-semiotica di due spot pubblicitari dell'azienda sudafricana *Fatti's & Moni's*, quanto attraverso l'analisi della percezione del gusto da parte degli italiani residenti in Sudafrica. Un'attenzione è dedicata anche all'analisi degli italianismi gastronomici diffusi nei panorami linguistici urbani delle città sudafricane. Il lavoro è il prosieguo di una ricerca più ampia che ha coinvolto diversi testimoni privilegiati (clienti, ristoratori, studenti) per analizzare la percezione e il valore della cucina italiana in questo Paese (Siebetcheu, 2022, 2024). Questa ricerca, attraverso un'analisi quali-quantitativa, si avvale di due strumenti principali – il questionario e l'analisi semiotica degli spot pubblicitari – e integra, inoltre, alcuni risultati di una precedente indagine di *Linguistic Landscape*. I dati relativi agli italiani residenti in Sudafrica sono stati raccolti grazie all'uso di un questionario sociolinguistico che ha coinvolto una ventina di testimoni privilegiati che si sono espressi rispetto alle loro abitudini linguistiche e in relazione alla posizione e al valore della cucina italiana. L'analisi semiotica dei due spot pubblicitari ci ha consentito di osservare come viene veicolata l'immagine dell'Italia, della sua cultura (culinaria e non solo) e del suo profilo simbolico e valoriale. La pubblicità rappresenta, in effetti, uno dei discorsi sociali più incisivi nella costruzione di identità collettive e nell'elaborazione di immaginari condivisi. In particolare, i prodotti agroalimentari italiani hanno spesso veicolato a livello globale un'immagine euforica dell'Italia fondata sui valori di convivialità, qualità e tradizione culinaria. L'analisi delle insegne in lingua italiana in Africa, svolta attraverso il metodo del *Linguistic Landscape*, riprende i risultati di una ricerca più ampia (Siebetcheu, 2021) dove sono stati raccolti 671 italianismi o unità testuali nei quartieri commerciali, popolari, residenziali e amministrativi di 18 paesi africani (dal nord al sud e dall'est all'ovest) e 30 città diverse. In questa sede illustreremo solo alcuni esempi dei dati raccolti in Sudafrica con un'attenzione particolare alla cucina.

L'obiettivo di questo lavoro è quello di analizzare come tali dinamiche vengono percepite, riproposte e rielaborate dai residenti italiani e dagli stessi sudafricani in questo Paese. Se da una parte gli spot e gli *italianismi* e *pseudoitalianismi* attraverso le insegne mostrano la costruzione simbolica e pubblica dell'italianità in Sudafrica (cioè come l'italianità viene rappresentata e risemantizzata nel discorso mediale locale visivo e uditivo, scritto e orale), i dati del questionario mostrano invece la percezione soggettiva e privata dell'italianità da parte dei membri della comunità italiana.

Queste tre prospettive, pur diverse, si completano perché mostrano due facce del medesimo paesaggio linguistico e culturale: quella visiva e quella esperienziale. L'analisi che proponiamo intende pertanto evidenziare la funzione degli emigrati italiani e dei testi

[1] Università per Stranieri di Siena.

pubblicitari sudafricani nella costruzione simbolica dell'italianità fuori dai confini italiani, mostrando come essa sia reinterpretata, anche attraverso un processo di appropriazione culturale, in un contesto multiculturale, come quello sudafricano, diverso e geograficamente lontano dall'Italia.

2. LA CUCINA ITALIANA NEL MONDO: TRA VALORI SIMBOLICI, CULTURALI E IDENTITARI

L'alimentazione, il cibo e la cucina che fanno evidenza dell'Italia nel mondo globale rappresentano fatti culturali, capaci di evocare valori di attrazione e riconoscibilità nel pubblico italiano e straniero. Questi valori contribuiscono a creare l'identità del nostro Paese in un mondo globalizzato in cui la mobilità di persone, mezzi, merci non crea un contesto indistinto in cui tutto appare uguale, ma accentua la specificità simbolica, e quindi culturale, di quegli elementi che per il sistema Paese sono dei punti di riferimento sociali ed economici (Siebetcheu, 2024: 118). Non a caso la cucina è considerata come uno dei principali settori del *made in Italy* che riesce a richiamare un interesse sempre più sentito per la cultura italiana all'estero, anche dal punto di vista della sua visibilità nei panorami linguistici urbani (Diadori, Frosini, 2023; Siebetcheu, 2021; Haller, 2005; Montanari, 2010; Scarpato, 2006; Vedovelli, 2005). Per questo motivo, «l'immagine dell'Italia all'estero o presso gli stranieri è strettamente, intimamente legata all'idea del suo cibo, che costituisce un modello di unanime apprezzamento, si direbbe quasi un mito» (Frosini, 2012: 103-104). A proposito di mito, Barthes (1974), fra i primi semiologi ad interessarsi di queste problematiche, attraverso la sua analisi dei prodotti comunicativi (e anche culinari) cercava di rintracciare i miti, gli stereotipi e le ideologie del suo tempo. Paris (2020: 143) ricostruisce questo progetto di Barthes osservando che l'idea era quella di mettere in risalto «le caratteristiche di quella società dei consumi che stava emergendo negli anni in cui veniva pubblicato *Mythologies*». In realtà, «il cibo è un linguaggio. Serve per comunicare con gli altri, per esprimere sé stessi, per interpretare il mondo, per consolidare tradizioni culturali, per rappresentare gerarchie sociali, per classificare specie naturali» (Marrone, 2016: 15).

Come noto, non solo gli italiani nativi sono promotori dell'italianità attraverso il cibo nostrano. A questo proposito Scarpato (2006: 3) osserva che dietro la bandiera "cucina italiana all'estero" marcia l'armata più eterogenea del mondo, dove, per esempio, i cuochi italiani nel mondo sono solo una piccola parte. Partendo da queste premesse, si delinea una vera e propria «selva delle cucine italiane all'estero». In realtà, tutte le cucine italiane all'estero appartengono in qualche maniera a un territorio italiano virtuale che Scarpato (2006: 3) definisce la «XXI regione gastronomica italiana», la quale si colloca in relazione di scambio permanente con la cucina madre, della cui storia ormai fa parte. Alla luce di quanto illustrato in precedenza, la positività associata al cibo italiano a volte è evocata dal solo uso di un qualsiasi riferimento culinario sia pure non legato al prodotto italiano, ma capace di integrare i suoi valori simbolici con quelli del gusto, del buon gusto, del buon bere ed in cui le unità simboliche svolgono una funzione semiotica di richiamo commerciale. In questa ottica, per Barthes (1960, cit. in Marrone, 2016: 19), il cibo «non è soltanto una collezione di prodotti, bisognosi di studi statistici o dietetici. È anche e nello stesso tempo un sistema di comunicazione, un corpo di immagini, un protocollo di usi, di situazioni e di comportamenti». Il valore della cucina italiana nel mondo deriva quindi dalla costruzione di un mito, di uno stereotipo nazionale, che ha travalicato le frontiere della Penisola grazie all'emigrazione. Se da una parte la costruzione del mito della cucina italiana ha generato una sua diffusione unificante in Italia e all'estero, dall'altra tale rivoluzione ha determinato la sua trasformazione. Per Puca (2021: 82), in effetti, nel loro diffondersi, i cibi italiani «perdono la loro stessa primigenia italiana. I luoghi di vendita

contribuiscono a plasmare insomma, le identità oggetto di scambio. E anche il cibo italiano non è mai tale una volta per tutte». Per questo motivo, i cibi etnici diventano dei «significanti galleggianti» il cui senso vive e si trasforma nel corso delle negoziazioni sociali (Parasecoli, 2014, cit. in Puca, 2021: 82, n. 4). In questo quadro complesso e articolato entro il quale si muove il valore della cucina italiana, in questa sede si intende osservare come la prospettiva linguistico-semiotica in quanto scienza capace di studiare la vita dei segni nel quadro della vita sociale, rappresenti un paradigma privilegiato entro cui modellizzare la diffusione di parole e simboli italiani al di là e ben oltre la presenza numerica di italiani o di loro discendenti in Sudafrica. In questa ottica, focalizzeremo l'attenzione sulla percezione della cucina italiana in Sudafrica anche attraverso la rappresentazione dell'italianità tramite la comunicazione pubblicitaria e commerciale ad opera dei sudafricani e i cui destinatari sono principalmente gli stessi sudafricani.

3. CONTESTO DELLA RICERCA: SUDAFRICA, CULLA DELL'EMIGRAZIONE ITALIANA IN AFRICA

Se escludiamo i paesi del Nord Africa, che per motivi geografici hanno un legame storico con l'Italia, il Sudafrica è, a nostro avviso, la culla dell'emigrazione italiana in Africa. Le prime tracce della presenza italiana (nella fattispecie un centinaio di valdesi originari delle valli piemontesi) in questo Paese, e precisamente nella zona del Capo di Buona Speranza, risalgono all'età delle grandi scoperte geografiche (fine 15° e prima metà del 16° secolo) quando alcuni navigatori italiani approdarono nella costa del Paese entrando in contatto con le popolazioni locali (Carlesso, 2009). Nel 1689 giunse a Città del Capo una seconda spedizione composta in gran parte da contadini, commercianti e pastori protestanti. Gli agricoltori valdesi diedero inizio ad una proficua importazione dei vitigni italiani, trapiantati in Sudafrica e tuttora presenti. Lo zoccolo duro della comunità italiana, con circoli culturali e giornali, era costituito da minatori arrivati dal Veneto e dal Friuli alla fine dell'Ottocento, precisamente negli anni '80 (Siebetcheu, 2021) nel periodo della scoperta dei diamanti. Altri italiani erano impiegati in diversi settori tra cui artigianato, commercio, ristorazione e costruzioni (Macioti, 2007). La forte ondata di emigrazione italiana in Sudafrica, tra il 1896 e il 1900 costrinse i servizi di immigrazione della colonia inglese a limitare il numero degli ingressi. Un altro momento importante della presenza italiana in Sudafrica è determinato dal trasferimento di oltre 100 mila prigionieri di guerra italiani a Zonderwater (a 43 km da Pretoria) tra l'aprile del 1941 e il gennaio del 1947. La grande collaborazione e il rapporto di fiducia creati tra detenuti italiani e capi sudafricani indussero un quinto dei nostri connazionali a restare in Sudafrica anche dopo la loro scarcerazione (Licata, 2010).

Dopo la Seconda Guerra Mondiale, il Sudafrica diventò un Paese sempre più industriale che accolse molti emigrati italiani, con la nascita delle comunità italiane e dei quartieri *Little Italy* in varie città sudafricane, tra cui Johannesburg e Bloemfontein. Di fronte al nuovo boom economico del Paese, negli anni Settanta erano circa 60 mila gli italiani presenti in Sudafrica (Ferreira, 2009). Se quindi oggi, il Sudafrica è il Paese africano con il maggior numero di italiani – 34 mila unità secondo i dati AIRE relativi al 2025, e 85 mila unità durante l'inverno (Siebetcheu, 2025) – è anche grazie alla storica esperienza emigratoria italiana in questo territorio. Tale presenza, comunque limitata dal punto di vista demografico rispetto ad altri paesi europei ed americani, ha contributo a diffondere (insieme ai mass-media e altri fattori) la cucina italiana in questo Paese. A questo proposito, al mese di agosto 2025 erano circa 800 i ristoranti italiani (con gestori italiani e sudafricani, come illustrato in Siebetcheu, 2024) registrati sulla piattaforma TripAdvisor nelle prime 10 città sudafricane. Un numero di gran lunga superiore a quello registrato

nelle città di altri paesi africani. Tale dato conferma il radicamento della cultura culinaria italiana in questo Paese.

4. *FATTI'S & MONI'S*: ESEMPIO DI IMPRENDITORIA CULINARIA ITALIANA IN SUDAFRICA

Come si evince dalle informazioni fornite sul suo sito ufficiale[2], l'azienda *Fatti's & Moni's,* frutto della storica emigrazione italiana in Sudafrica, è in questo Paese uno dei marchi più iconici legato alla produzione di pasta e alimenti di derivazione italiana. L'azienda nacque dalla fusione di due imprese italiane: la *Moni Brothers Ltd* (fratelli Giuseppe, Pietro e Giacomo Moni) e quella di Luigi Fatti. Arrivato in Sudafrica nel 1896, nel 1900 Giuseppe Moni avviò un'attività di importazione di specialità italiane (pasta, formaggi, salumi). Dopo l'arrivo di Pietro e Giacomo Moni, rispettivamente nel 1904 e 1906, i fratelli fondarono la *Moni Brothers Ltd* espandendo le attività verso la produzione locale avvenuta nel 1915, quando i fratelli registrarono la *Italian Warehouse Company*. Luigi Fatti arrivò invece in Sudafrica nel 1897 dall'Argentina dove era agente esclusivo del noto produttore pastaio italiano Gio. & F. Buitoni. In Sudafrica Luigi Fatti costruì una grande fabbrica per competere con i Moni. Nel 1925 le due aziende (Fatti e Moni) crearono la *United Macaroni Factories* con sedi a Johannesburg e Cape Town. Nel 1982 la società fu acquisita da *Tiger Brands*[3] (allora *Tiger Oats*) e ribattezzata *Fatti's & Moni's*. Dal punto di vista economico-finanziario, *Fatti's & Moni's* è considerata la più grande impresa alimentare africana per fatturato. Il Sudafrica rappresenta un terreno privilegiato per osservare dinamiche di ibridazione culturale. Dopo la fine dell'apartheid, la nazione ha consolidato la propria immagine di *rainbow nation*, una società plurale e multiculturale in cui diverse tradizioni coesistono e si contaminano reciprocamente. All'interno di questo scenario, la cucina svolge un ruolo di primo piano come strumento di mediazione culturale e di incontro tra comunità. In questa ottica, l'italianità, associata a valori di convivialità, gusto, qualità ed eleganza, trova in Sudafrica un terreno fertile di appropriazione simbolica.

5. IL MARCHIO *FATTI'S & MONI'S* E LA PASTA: VIAGGIO NELLA COSTRUZIONE SIMBOLICA DELL'ITALIANITÀ ATTRAVERSO LE FORME ESPRESSIVE DELL'AFRICANITÀ

Grazie a due famiglie italiane emigrate in Sudafrica, il marchio *Fatti's & Moni's* è presente con i suoi prodotti sulle tavole di italiani e sudafricani da oltre un secolo. Questa azienda, inizialmente italiana ma oggi sudafricana, si è affermata nel corso del Novecento come uno dei marchi più popolari nel settore della pasta e dei prodotti da forno. La sua comunicazione pubblicitaria ha costantemente fatto leva su un immaginario italiano riconoscibile attraverso le sue forme simboliche: la famiglia in generale e la mamma in particolare intesa come custode della tradizione; il valore metonimico dei colori della bandiera nazionale; l'uso della lingua italiana e la sua intrinseca musicalità; i richiami a gestualità e convivialità, ecc. Nella sua analisi sulla comunicazione pubblicitaria, Floch (2002) ha proposto un modello dei valori di consumo utile per interpretare la comunicazione commerciale, che non si limita a illustrare le qualità materiali di un prodotto ma lo investe di valori simbolici ed esistenziali. In questa ottica, gli spot di *Fattis & Monis* non vendono solo pasta, bensì uno stile di vita, una tradizione e una cultura. In questo senso, «i testi che promuovono marche e prodotti sono una presenza costante

[2] https://www.fattisandmonis.com/.
[3] La Tiger Brands Limited, creata nel 1921, è una delle più grandi multinazionali alimentari del Sudafrica.

nelle nostre dinamiche di fruizione mass-mediatica e rappresentano degli straordinari dispositivi modellizzanti del reale: ci offrono modelli culturali, valoriali, identitari con cui agiamo quotidianamente» (Paris, 2020: 144). Secondo lo stesso autore, l'universo della testualità che la comunicazione commerciale produce e che si focalizza sull'immagine dell'italianità che questi testi veicolano in modo implicito o esplicito, ha delle vere e proprie caratteristiche "mitiche". A questo proposito, Marrone (2001) ha sottolineato come la comunicazione pubblicitaria vada comunque intesa come discorso sociale, capace di incidere profondamente sulle dinamiche culturali. Essa non è più riducibile a un semplice meccanismo di mistificazione, come nelle prime riflessioni di Barthes, ma rappresenta un dispositivo modellizzante della realtà, in grado di proporre modelli di comportamento, ruoli sociali e identità collettive. Anche Montanari (2006) nei suoi studi ha evidenziato la centralità del cibo nei processi identitari e nei flussi globali. Gli spot *Always Eatalian*[4] e *Bravo Mama*[5] analizzati in questo contributo costituiscono due casi esemplari di come l'italianità venga costruita come dispositivo semiotico all'interno della società sudafricana.

Sulla scia del già citato lavoro di Paris (2020) sulla rappresentazione dell'italianità attraverso marche e prodotti del nostro paese, anche in questo contributo l'articolazione dell'immaginario sull'italianità si può illustrare attraverso il *modo di essere*, il *saper fare* e la *ripresa didascalica di stereotipi tematici e figurativi* attribuiti alla cultura italiana e, nel nostro caso, illustrato attraverso riferimenti espressivi e culturali sudafricani. Come osserveremo, i valori dell'italianità determinati dal modo di vivere la socialità si sovrappongono spesso con le modalità espressive degli africani. Temi come la convivialità, il piacere dello stare insieme, la corporeità, la solidarietà, le festività, il rituale del mangiare insieme e molti altri protocolli sociali sono solo alcuni elementi che mettono in comune la cultura italiana e quella africana. Nonostante questi tratti comuni, la distanza culturale tra l'Italia e il Sudafrica, che comunque rimane, consente di esaltare alcune caratteristiche tipiche dell'italianità, tra cui la moda, la musica, il design e, appunto, la cucina.

5.1. *Lo spot Always Eatalian: l'italianità attraverso il modo di essere e il saper fare*

Come si può notare, il titolo di questo spot, "Always Eatalian", è un gioco di parole che nasconde un doppio senso: *essere sempre italiano*, *mangiare sempre italiano*. Questi due sensi restituiscono l'idea dell'italianità attraverso il *modo di essere* e il *saper fare*. Il valore enfatico sulla necessità di mangiare italiano è determinato non solo dalla presenza sul territorio sudafricano della cucina locale, ma anche di cucine di altri paesi. E proprio per sottolineare la "supremazia" della cucina italiana rispetto alle altre cucine, i protagonisti dello spot sono gli stessi africani. Un modo per ridurre la distanza tra il cibo italiano e le popolazioni locali anche attraverso un processo di appropriazione culturale. In realtà, in questo spot, l'italianità viene illustrata dalla marcata espressività che contraddistingue gli africani.

Nello spot, ambientato in Sudafrica e realizzato nel 2023, si vedono uomini neri, presumibilmente sudafricani, vestiti in modo elegante camminare nelle vie di un quartiere residenziale di classe media ballando ed esibendo la bellezza del loro abbigliamento. La "sfilata" viene fatta davanti agli sguardi invidiosi, affascinati, curiosi, stupiti e un po' gelosi di uomini, donne e bambini immersi nella quotidianità del quartiere (ragazzo seduto sul marciapiede accanto alla sua bicicletta (Figura 1)[6], venditrici ambulanti di galline sedute su una panchina (Figura 2), uomini che giocano a carte, passanti, ecc.).

[4] https://www.youtube.com/watch?v=kCT7UN7PNGU.
[5] https://youtu.be/yeTNuQiFFSE.
[6] Tutte le immagini utilizzate nell'articolo sono state ottenute tramite screenshot degli spot pubblicitari.

Figura 1. *Spot* Always Eatalian*: stupore ragazzo con la bicicletta*



Figura 2. *Spot* Always Eatalian*: stupore venditrici ambulanti di galline*



È interessante considerare che lo spot non viene ambientato in una baraccopoli, bensì in un quartiere residenziale di classe media. Sarebbe stato in effetti troppo scontato fare emergere il valore del *made in Italy* e dell'italianità di fronte a situazioni, seppur molto spesso stereotipate, di povertà e precarietà assoluta. Il fatto che anche chi non vive nella povertà assoluta rimanga stupito di fronte all'eleganza italiana dimostra l'ulteriore valore, quasi irraggiungibile, dell'italianità. L'atteggiamento di stupore degli ammiratori viene illustrata non sono dagli sguardi sbalorditivi ma anche da esclamazioni quali "Oh my Gosh", "Mamma mia" "Chocolate" che determinano il valore di chi è vestito in modo elegante. La voce narrante dello spot aggiunge in questo senso: "*This is nothing. This is just who we are. The most cool. The most pop*". In altre parole, se molti sudafricani (non necessariamente disagiati) non possono vestirsi all'italiana, rimangono stupiti nel vedere alcuni dei loro connazionali vestirsi all'italiana e vivere quotidianamente l'italianità come una cosa normale e ordinaria.

Dallo spot emerge pertanto che il *made in Italy*, pur essendo presentato attraverso prodotti considerati "superiori" rispetto a quelli locali, non è solo appannaggio di chi vive in Italia, ma può essere accessibile anche in Africa. Per rafforzare questa idea di apertura allo spazio africano, lo spot è caratterizzato da una sovrapposizione di testi che s'intrecciano per mettere in risalto l'italianità attraverso i valori espressivi dell'africanità (balli, festa, colori, ritmi, ecc.). La voce narrante si sovrappone alla mimica discorsiva dei protagonisti che a loro volta si muovono e ballano al ritmo della musica di sottofondo. Si

tratta dell'amapiano, un sottogenere musicale originario del Sudafrica, nato nelle *township* di Johannesburg e Pretoria. È caratterizzato da un mix di generi come *deep house*, *kwaito*, *gqom*, *jazz* e *lounge*, e si distingue per l'uso del pianoforte, un ritmo lento e profondo e bassline percussive. Il nome deriva dalla parola isiZulu per "i pianoforti". Anche la scelta di questo genere segnala il desiderio di collegare italianità e africanità.

Nello spot, l'*essere italiano* si esprime attraverso la gioia e la felicità, ma anche con l'uso della lingua italiana e delle altre lingue (l'inglese e le lingue sudafricane) alle quali si identificano gli italiani naturalizzati, i figli degli emigrati italiani in Sudafrica, nonché i sudafricani che non parlano italiano ma sono legati all'italianità grazie al suo cibo. Da tale interpretazione, si evince che il messaggio dello spot è molto chiaro: l'italianità non è solo appannaggio degli italiani e nemmeno soltanto degli italofoni, ma anche dei cosiddetti "italici", che, secondo Bassetti (2015), sono molto più numerosi degli italiani e costituiscono una comunità fondata sulla condivisione di valori, interessi ed esperienze. Questi italici sono quindi tutti quelli che amano almeno un aspetto della cultura italiana senza necessariamente parlare la lingua. A questo proposito, se nella voce narrante si intrecciano parole in inglese e in italiano, nelle interazioni fra protagonisti sono parole e nomi inglesi e africani ad entrare in contatto.

Nella narrazione visiva dello spot emerge una specie di "sfida stilistica" tra i protagonisti. Ad esempio, compare in mezzo ai protagonisti un altro uomo, la cui eleganza viene riconosciuta, apprezzata e rispettata da tutti attraverso gesta di riverenza e balli di cordialità. Un altro confronto stilistico (Figura 3) avviene quando uno dei protagonisti dello spot sente di potersi permettere di corteggiare una donna, anch'essa molto elegante, offrendole una rosa, chiamandola "Chocolate" ed esibendo vistosamente il suo abbigliamento, dalle scarpe alla giacca, sotto lo sguardo sfidante della donna.

Figura 3. *Spot* Always Eatalian: *Corteggiamento e sfida stilistica tra i protagonisti*



Queste "sfide stilistiche" fanno notare che vestirsi all'italiana non è solo appannaggio di un numero limitato di persone ma può coinvolgere persone provenienti da diversi orizzonti.

Dopo l'esibizione stilistica, il percorso narrativo dello spot si sposta su un altro piano simbolico, quello del *design* e dell'industria automobile. I protagonisti dello spot entrano in effetti in una FIAT parcheggiata non lontano da una macchina di marchio Ford (che simboleggia in questo caso l'industria automobilistica statunitense). I prodotti del *made in Italy* vengono pertanto presentati come pezzi pregiati e prodotti di nicchia che simboleggiano l'autenticità e la qualità in contrasto con quelli americani, come segnalato in modo subliminale attraverso la scelta di non guidare una macchina Ford. Grazie alla rappresentazione di una FIAT come simbolo nazionale e all'uso di parole italiane, inglesi

e di altre forme interlinguistiche, lo spot costruisce un universo valoriale che coniuga tradizione, innovazione e dimensione internazionale. La voce narrante osserva a questo proposito: "*I am Italiano. We speak Italian. We can even drive Italian. Living la dolce vita*".

Figura 4. *Spot* Always Eatalian: *FIAT*



Ma il percorso narrativo supera velocemente la visione di un *made in Italy* irraggiungibile quando entra in gioco, alla fine dello spot, l'elemento centrale della pubblicità: la pasta. Questo prodotto alimentare viene in effetti visto come un mezzo di condivisione, un canale per creare dei luoghi di aggregazione e un veicolo di felicità e festa, capace di accompagnarci nella quotidianità e di abbattere le barriere sociali. Il messaggio è chiaro: cucinare e mangiare pasta *Fattis & Monis* significa inserirsi in una comunità culturale più ampia, quella italo-africana, o meglio quella "italica", per riprendere il concetto di Bassetti (2015).

Pur essendo lo spot di un alimento commestibile, in quasi tutta la narrazione, la pasta come prodotto culinario e commerciale, non viene presentata attraverso le sue caratteristiche nutritive, ma come canale e mezzo per vivere l'italianità. In altre parole, acquistando la pasta *Fatti's & Moni's* si compra non solo un prodotto alimentare ma soprattutto un prodotto culturale italiano, i quali tratti distintivi vengono illustrati in buona parte dello spot. Non a caso il riferimento alla pasta compare solo nelle ultime battute della voce narrante e nelle ultime immagini dello spot con l'eloquente "perfecto", in accento anglofono, di uno dei protagonisti per segnalare, dopo averlo assaggiato, che il sugo al pomodoro è pronto e può essere servito.

Figura 5. *Spot* Always Eatalian*: Pasta Fatti's & Moni's*



5.2. *Lo spot* Brava Mama*: l'italianità attraverso gli stereotipi legati alla famiglia*

Il secondo spot dell'azienda *Fatti's & Moni's* preso in esame in questo contributo sviluppa un'altra dimensione dell'italianità, ponendo al centro la famiglia in generale e la figura materna in particolare. Lo spot recupera il cliché degli "italiani e la famiglia" e soprattutto della mamma considerata "chioccia", cioè molto protettiva nei confronti dei suoi figli. La madre è inoltre rappresentata come custode della tradizione culinaria: colei che prepara il pasto, che conosce i segreti della cucina, che tramanda alle nuove generazioni un sapere fare artigianale. Lo slogan "Brava Mama" enfatizza la funzione della madre italiana come garante della qualità e dell'autenticità. Le immagini alternano primi piani della cucina domestica a scene di bambini e familiari che condividono il pasto, consolidando lo stereotipo del buon gusto come pratica culturale identitaria. Una rappresentazione, questa, che da una parte valorizza sicuramente il ruolo della donna, ma che nell'attuale società moderna, dove spesso il marito e la moglie lavorano, potrebbe limitare, a torto, il lavoro della donna ai compiti domestici.

Lo spot viene ambientato all'interno di una benestante famiglia nera sudafricana. Il marito, vestito in giacca e cravatta, torna dal lavoro affamato e chiede alla moglie cosa ha cucinato. La moglie risponde "spaghetti all'arrabbiata" suscitando la grande gioia del marito. Ad un certo punto il figlio della coppia entra a casa con un amico bianco chiedendo ai genitori se può stare a cena ricevendo la risposta positiva dei genitori. La scelta di un amico bianco invitato in una famiglia nera è probabilmente un tentativo di lanciare un messaggio inclusivo e di condivisione. La pasta non è quindi soltanto un prodotto alimentare ma anche uno strumento di inclusione e di unità. Un'altra interpretazione possibile è quella dell'appropriazione culturale. Il fatto che una famiglia africana inviti un ospite italiano a mangiare la pasta evidenzia come questo prodotto alimentare non sia più una prerogativa esclusiva degli italiani.

Il racconto pubblicitario, detto anche *brand storytelling*, utilizza la strategia del dialogo lirico per connettersi emotivamente con il pubblico, comunicare i valori, la missione e l'identità del marchio in modo memorabile. La scelta dell'opera lirica, dove i personaggi non parlano, ma cantano i dialoghi e le loro emozioni, è chiaramente legata alla necessità di abbinare la cultura culinaria italiana alla sua cultura teatrale e musicale. Illustriamo il dialogo nella versione italiana dello spot. Segnaliamo che lo spot in italiano presenta anche dei sottotitoli in inglese.

Marito: Ciao Amore, com'era la tua giornata, cosa c'è per cena? Ho fame.
Moglie: Ciao caro! Spaghetti all'arrabbiata!
Marito: Hmmmm, Incredibile! Sono Fatti's & Moni's?
Moglie: Sì Amore, lo sono!
Figlio: Mamma, papa, può stare a cena Roberto?
Mamma e papa: Certamente!
Roberto: Grazie!

Oltre al racconto lirico, nello spot sono numerosi gli elementi simbolico-culturali riconducibili all'italianità. Come si può notare dalla Figura 6, dietro alla coppia sudafricana sono appesi dei peperoncini rossi che a Napoli non sono soltanto elementi decorativi ma, secondo la tradizione popolare e culturale campana, hanno anche un significato protettivo e scaramantico, come portafortuna e amuleti per allontanare la sfortuna, il malocchio e le energie negative.

Figura 6. *Spot* Brava Mama! *Canto lirico e peperoncino appeso come segno di italianità nella famiglia africana*



La fotografia della pasta all'arrabbiata (Figura 7) appena servita, con, appunto, salsa pomodoro e basilico, mette in primo piano le caratteristiche estetiche del piatto richiamando al contempo alla sua semplicità e freschezza. I colori, rimandando alla bandiera italiana, trasmettono metonimicamente non solo il messaggio di un piatto italiano consumato in Sudafrica, ma soprattutto i valori culturali italiani presenti in una famiglia sudafricana. Anche il grembiule da cucina della moglie con motivi che richiamano rigorosamente la bandiera italiana ribadisce attraverso la strategia della ridondanza l'idea dell'*essere italiano* e del *vivere quotidianamente l'italianità* in famiglia.

Figura 7. *Spot* Brava Mama! *Immagine degli spaghetti all'arrabbiata*



Un altro riferimento simbolico usato per sottolineare l'italianità della famiglia è il calcio. Quando il figlio viene a chiedere ai genitori se il suo compagno Roberto si può fermare a cena, i due ragazzi sono vestiti con magliette sportive e il figlio ha in mano un pallone da

calcio. C'è quindi una volontà di fare entrare in scena il calcio considerato non solo come lo sport più amato, seguito e praticato in Italia, ma anche come uno strumento di aggregazione, di condivisione e di solidarietà.

Figura 8. *Spot* Brava Mama! *Amicizia, calcio e intercultura*



L'analisi comparativa dei due spot evidenzia una serie di convergenze e divergenze. Entrambi fanno leva sull'italianità come risorsa simbolica: in "Always Eatalian" essa è presentata come appartenenza comunitaria e identità collettiva, mentre in "Brava Mama" assume la forma di una tradizione domestica incarnata nella madre. In entrambi i casi, l'italianità non è ridotta a una mera etichetta, ma diventa un dispositivo narrativo complesso che integra convivialità, competenza culinaria e stereotipi positivi. La specificità sudafricana emerge nel modo in cui queste narrazioni vengono accolte e diffuse. In un contesto multietnico, la cucina italiana non è percepita come alterità distante, ma come patrimonio condivisibile, capace di unire comunità diverse. *Fatti's* & *Moni's* riesce così a coniugare un immaginario globale (il mito dell'italianità) con un radicamento locale (la pasta come alimento quotidiano nelle famiglie sudafricane).

6. L'ITALIANITÀ NEI FOODSCAPES: PANORAMI LINGUISTICI E SEMIOTICI DEL CIBO NELLE CITTÀ SUDAFRICANE

Come già discusso in Vedovelli (2023) e Siebetcheu (2021), la cucina è il principale settore a cui fanno riferimento gli italianismi e pseudoitalianismi presenti nei panorami linguistici urbani delle città africane in generale e sudafricane in particolare. Per questo motivo, le principali parole italiane visibili nella comunicazione pubblica e sociale africana appartengono al campo dell'alimentazione. Secondo la nostra precedente ricerca (Siebetcheu, 2021), ben 64% delle insegne raccolte appartiene all'ambito gastronomico. Dimostrazione, questa, del valore simbolico e identitario di tale ambito. Tra i tanti fenomeni linguistici associati alle insegne in lingua italiana visibili in Sudafrica ricordiamo, ad esempio, i vari riferimenti metonimici. Questo procedimento linguistico espressivo che consiste nel trasferimento di significato da una parola a un'altra in base a una relazione di contiguità spaziale, temporale o causale si verifica sulla base di diverse casistiche: la città per il paese (*Bistrot Milano*, *Magica Roma*, *Trattoria Maranello*, *Torinos trattoria* & *coffee bar*, ecc.);

il nome del gestore per il ristorante (*Giovanni's*, *Carlucci's*, ecc.); il prodotto o l'ingrediente per il luogo di preparazione o di consumo (*Verdicchio*, *Lambrusco's Italian Dining*, *Meloncino*, *Pomodoro*, *Burrata*, *Il tartuffo*, *Basilico Restaurant*, *Zenzero*, *Carne*, *Ragù*, *il Cappero*, *Sale e pepe da Giovanni*, *Pasta Café*, ecc.); il simbolo naturale o artistico-letterario per un universo culturale più ampio (*Pizza Vesuvio*, *Zibaldone*, *Davinci's pizza restaurant and pub*, *La Padrino*, *Volare*). La Figura 9 illustra uno dei numerosissimi esempi di italianismi con il genitivo sassone, forma tipica dell'inglese che nel nostro caso indica possesso o appartenenza di un ristorante usando *'s* dopo un nome (*Leonardo's*, *Luca's*, *Celestino's*); un cognome (*Balducci's Bardelli's*, *Ghirardelli's*); un soprannome/diminutivo (*Gino's*, *Nino's*, *Picolino's*); un nome/soprannome + esercizio commerciale (*Alberto's restaurant* & *Pub*, *Boruso's Pizza and Pasta*, *Papino's Restaurant*, *Giuseppe's*, *Pizza*, *Miguel's al forno*, *Tino's Pizzeria*, *Toni's Fully furnished pizza Co.*, *Franco's Pizza and Trattoria*).

Figura 9. Ristorante *Carlucci's,* Città del Capo



Sono inoltre presenti nel corpus numerosi aggettivi attraverso i quali i valori positivi della italianità sono messi in evidenza. A guidare la classifica è l'aggettivo '*Bella'* inserito nei ristoranti come *Bella Gina*, *Bella Italia*, *Bella mangia pizzeria*, *Mia bella*, *Ciao bella pizzeria*. Il fatto che tale aggettivo non abbia direttamente una connotazione culinaria, legata al gusto, dimostra che esso viene usato anche per finalità evocative richiamando i vari luoghi comuni attraverso i quali l'Italia è spesso conosciuta all'estero. Altri aggettivi si riferiscono direttamente al gusto. È il caso di *Buon vino Restaurant*, *Ottimo Pizza and Pasta*. Sempre rimanendo sul piano aggettivale alcuni ristoranti puntano sull'efficacia comunicativa proponendo delle insegne esclusivamente a base di un aggettivo. Ricordiamo alcuni esempi: *Buonissimo*, *Rustica*, *Goloso* e *Mitico.* In base al contenuto testuale delle insegne, le scritte possono essere distinte a seconda della loro "rilevanza" o "dominanza". Per "rilevanza", Bagna e Barni (2007: 537) intendono «la lingua che a prima vista risulta più evidente, quella alla quale intenzionalmente si è voluto attribuire il maggiore carico semiotico, anche attraverso accorgimenti quali la grandezza e il tipo di carattere utilizzati nell'insegna». Il concetto di "dominanza" si riferisce invece alla «lingua semanticamente dominante in un testo, quella alla quale è demandata la trasmissione del maggior carico di significato, anche in un messaggio plurilingue» (Bagna, Barni, 2007: 537). La lingua italiana nell'insegna della Figura 10 può essere considerata "rilevante" conferendo così un valore tanto al prodotto che pubblicizza quanto alla lingua che rappresenta.

Figura 10. *Ristorante* Piatto*, Città del Capo*



Una delle caratteristiche degli italianismi è legata alla libertà che i protagonisti di queste scritte hanno nello scrivere. Si tratta di una libertà linguistica che concede spazio anche ad usi impropri e non sempre grammaticalmente corrette nella struttura delle parole. È anche l'occasione di rendere pubbliche alcune informazioni private, condividere con la società i propri sentimenti ed emozioni, pubblicare per iscritto alcune frasi e parole tendenzialmente espresse oralmente e che in alcuni casi possono sembrare volgari. A questo proposito, se l'esempio della Figura 11 può sembrare un'espressione volgare, in Sudafrica rimanda al nome di una catena locale di ristoranti italiani, fondata a Cape Town nel 1992 (oggi presente in varie città sudafricane) e nota soprattutto per la pizza gourmet. L'espressione deriva in realtà da "Col cacio", termine diffuso in molte regioni italiane in riferimento a un tipo di formaggio. Nel passaggio a un marchio internazionale, la forma viene stilizzata come *Col'Cacchio* (grafia creativa, più orecchiabile). Questo gioco di assonanza funziona in Sudafrica almeno per tre motivi: a) l'espressione richiama l'italianità culinaria (cacio/formaggio → pizza, pasta); b) suona esotico e memorabile per un pubblico non italofono; c) mantiene un tono un po' scherzoso, facile da ricordare sul piano commerciale. Questo pseudoitalianismo giocoso è stato scelto come marchio, ormai molto affermato di ristoranti sudafricani, per evocare l'italianità gastronomica in questo paese.

Figura 11. Ristorante *Col'Cacchio Pizzeria,* Bryanston (Johannesburg)



Se la lingua italiana ha un grado di visibilità elevato nelle città sudafricane, essa è importante anche dal punto di vista della vitalità linguistica. Il legame tra la vitalità linguistica e i panorami linguistici urbani e semiotici del cibo è determinato dalla diffusione della lingua e cultura italiana anche attraverso gli spot e la *linguistic soundscape*, ma anche l'uso orale nelle interazioni quotidiane in famiglia o in altri contesti. Di grande interesse sono inoltre i *foodscapes* dei supermercati, considerati come contesti di liberazione, di riconquista identitaria: le lingue e i linguaggi ne sono testimonianze (Vedovelli, 2023). Grazie a questi tratti che caratterizzano la realtà sudafricana (presenza e ruolo di una tradizionale comunità di origine italiana emigrata; ruolo del *made in Italy* nel sistema dei valori di prestigio culturale, ecc.), si manifesta una specie di 'febbre dell'italiano', cioè «una capacità di attrazione che non è solo linguistica, ma valoriale, le cui tracce più evidenti sono proprio nei panorami linguistici urbani, nelle identità simboliche che si costruiscono negli spazi pubblici dove istituzioni, sistema produttivo e commerciale, gruppi sociali, individui interagiscono costruendo uno spazio collettivo e vivendo entro le sue nicchie, i suoi territori simbolici locali» (Ferrini, 2018: 263). In questa ottica, i due spot analizzati, trasmessi in spazi pubblici e diffusi sui social, sono parte integrante del paesaggio linguistico, in quanto occupano nuovi spazi, non più fisici ma virtuali per veicolare segni linguistici (parole italiane, inglesi e africane) e proporre forme di visibilità dell'italianità nello spazio semiotico-urbano e mediale sudafricano. Uno spazio, questo ultimo, dove riflettono la coesistenza di più lingue e culture in un ambiente plurilingue.

In questa ottica, gli spot di *Fatti's & Moni's* non si limitano a promuovere un prodotto commerciale, ma si configurano come testi visivi, linguistici e semiotici che partecipano alla costruzione dello spazio simbolico dell'italianità in Sudafrica. Le scelte linguistiche (uso di parole italiane come "mamma mia" o "perfetto" accanto all'inglese e alle lingue africane) e visive (colori della bandiera italiana, riferimenti culinari, stereotipi positivi) contribuiscono alla formazione di un paesaggio linguistico multimodale e transnazionale, in cui la lingua italiana acquisisce visibilità, vitalità e prestigio nel contatto con le altre lingue e culture.

Come si traduce questa visibilità e vitalità linguistica nella comunità italiana residente in Sudafrica? Il paragrafo seguente permette di osservare come i nostri connazionali percepiscono e rielaborano tali rappresentazioni, contribuendo a loro volta alla costruzione del paesaggio linguistico diasporico attraverso le proprie pratiche linguistiche, alimentari e identitarie.

7. Percezione e abitudini alimentari degli italiani in Sudafrica

Nell'ambito del più ampio progetto di ricerca sulla cucina italiana in Africa, grazie alla quale abbiamo già analizzato la percezione dei proprietari dei ristoranti italiani e dei loro clienti (Siebetcheu, 2022, 2024), in questo paragrafo forniremo i primi risultati relativi all'indagine, ancora in corso, che ha coinvolto 18 connazionali residenti in Sudafrica (9 maschi e 9 femmine) di età compresa tra 25 e 89 anni. I dati sono stati raccolti tramite l'uso di un questionario sociolinguistico articolato in 27 domande (di cui 8 aperte), suddivise in 4 sezioni: profilo anagrafico (genere, età, città di residenza, regione italiana di provenienza, durata di permanenza in Sudafrica), progetto migratorio, profilo sociolinguistico (lingue conosciute, competenze linguistiche e contesti d'uso), abitudini alimentari (cucina preferita, prodotti acquistati nei supermercati, ristoranti frequentati, percezione e rappresentazione del gusto italiano). Il questionario è stato somministrato in modalità online attraverso la piattaforma Google Moduli, diffuso mediante social network. La distribuzione ha coinvolto i membri della comunità italiana in Sudafrica, principalmente a Johannesburg.

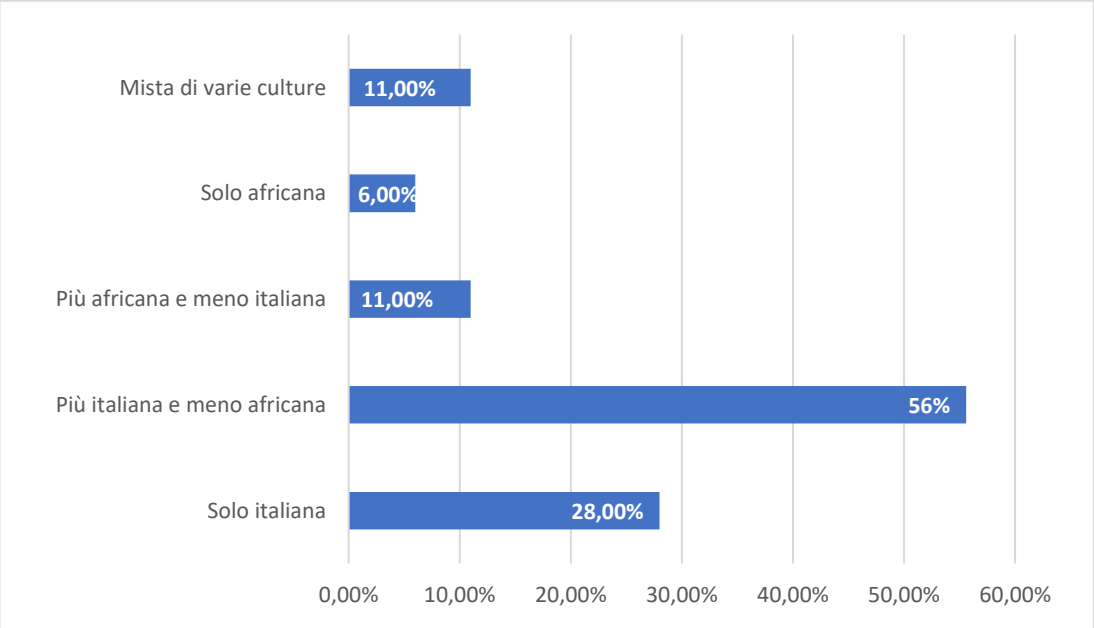
I nostri informanti risiedono rispettivamente a Johannesburg (13), Città del capo (3), Pretoria (1) e Plettenberg Bay (1). Questi connazionali provengono principalmente dalle seguenti regioni: Lombardia (5), Liguria (2), Piemonte (2), Toscana (2), Friuli-Venezia Giulia (1), Lazio (1), Trentino Alto Adige (1), Umbria (1). Gli informanti si trovano in Sudafrica principalmente per motivi di lavoro (14), di famiglia (4), di studio (2) ma anche per la qualità della vita (2). Il tempo di permanenza in Sudafrica spazia tra 1-5 anni (3) a 30-40 anni (8) considerando anche quelli ivi presenti da 5 a 20 anni (7). Segnaliamo la presenza tra gli informanti di tre connazionali nati in Sudafrica e di uno che vi risiede da 70 anni. Questo profilo restituisce un gruppo di informanti molto variegato appartenente a tre generazioni. Rispetto al loro profilo identitario, mentre 13 informanti si autodefiniscono italiani, 3 si considerano italo-africani e altri 3 preferiscono identificarsi come europei. Le professioni di questi connazionali sono molto diversificate: insegnanti, impiegati, elettricista, contadina, guida turistica, dirigente, industriale, imprenditori, ristoratori, ecc. Nonostante il numero ancora limitato degli informanti, il loro profilo molto eterogeneo consente di avere risposte interessanti proprio per la diversità dei loro profili.

7.1. *La percezione della cucina italiana*

Come si evince dal Grafico 1, circa un terzo dei partecipanti dichiarano di consumare quotidianamente pietanze esclusivamente italiane (28%), mentre più della metà (56%) opta per una cucina mista, ma tendenzialmente più italiana e meno africana. Solo il 6% preferisce una cucina esclusivamente africana. Il dato che emerge è che, nonostante il consumo in alcuni casi di pietanze africane o di altri paesi, la cucina italiana continua ad essere presente sulle tavole degli italiani anche con il passare del tempo e il cambiamento delle generazioni.

La cucina italiana viene consumata a casa o direttamente nei ristoranti italiani, anche se alcuni informanti dichiarano di frequentare occasionalmente ristoranti locali, portoghesi e francesi.

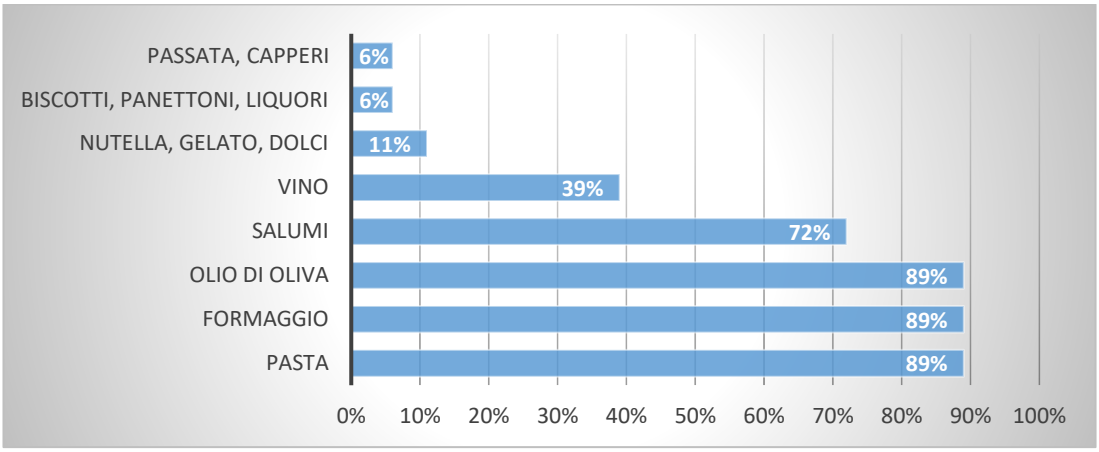
Grafico 1. *Cucina preferita degli italiani in Sudafrica*



7.2. *Abitudini alimentari degli italiani in Sudafrica*

Sulle tavole degli italiani in Sudafrica si trovano alimenti che riflettono la tradizione culinaria italiana, come la pasta, il formaggio, l'olio di oliva e il vino. Come si evince dal Grafico 2, questi ultimi prodotti sono quelli maggiormente acquistati nei supermercati sudafricani da parte degli italiani. La distanza geografica non costituisce pertanto una barriera capace di impedire il consumo delle pietanze italiane.

Grafico 2. *Principali prodotti alimentari italiani acquistati nei supermercati sudafricani*



7.3. *Il buon gusto secondo gli italiani in Sudafrica*

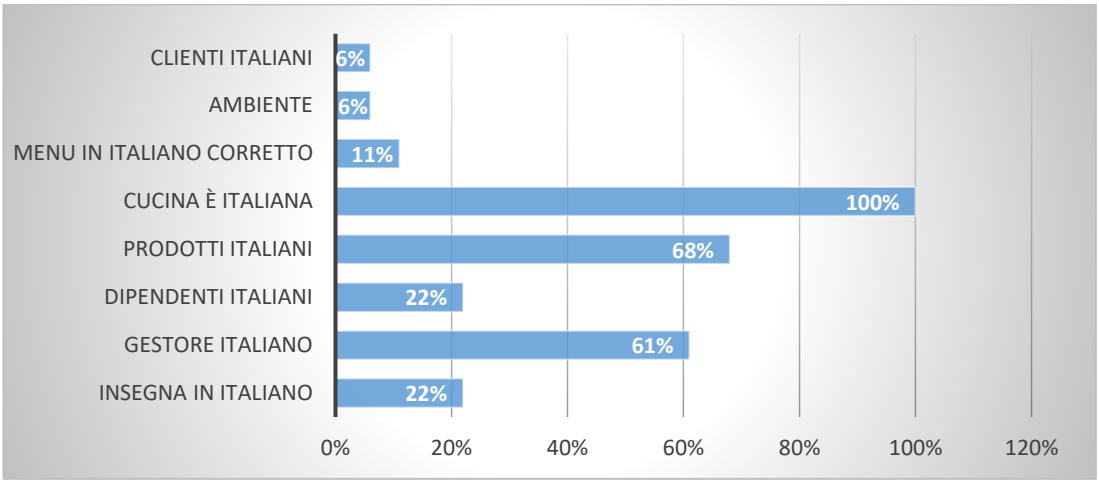
Di fronte alla diversità di ristoranti italiani, molto spesso con nomi italiani o anche in inglese, ma con gestori non italiani, la scelta dei ristoranti da parte dei nostri informanti è determinata dal concetto di *buon gusto* italiano. Secondo gli informanti, il *buon gusto* è caratterizzato da vari fattori, tra cui tradizione, qualità, preparazione, genuinità, varietà, diversità, semplicità, autenticità, socialità e freschezza. La qualità, la diversità e la semplicità degli ingredienti vengono, ad esempio, illustrate dagli informanti come segue: "il buon gusto italiano è la capacità di produrre piatti ricchi seppur bilanciati e leggeri da lavorazioni e ingredienti semplici, grazie alla enorme varietà e qualità degli ingredienti stessi"; "Identifiable style and separation of flavours and extensive variety/range of food"; "freschezza ingredienti, varietà dei piatti, qualità e competenza della preparazione"; "la varietà e la tradizione"; "has its own identity and extensive variety"; "la varietà degli ingredienti e la semplicità con cui sono trattati"; "la varietà di cibi e preparazioni"; "genuina, saporita, raffinata", "l'aroma e il profumo di un buon piatto"; "utilizzare ingredienti corretti"; "la capacità di accostamenti di cibi e varietà di ricette", "la semplicità è genuinità delle materie prime, il condimento basico"; "i sapori intensi degli alimenti e prodotti alimentari"; "prodotti giusti e originali"; "the preparation time", "simple, plain and genuine ingredients".

Oltre alle caratteristiche meramente tecniche, vengono evidenziate anche le caratteristiche estetiche, emotive e affettive che richiamano l'idea di casa, di famiglia e la buona presentazione: "il buon gusto è sentire i sapori tipici della cucina di casa italiana, semplici e genuini. Mi manca la cucina casalinga"; "il sapere abbinare sapore e pietanze"; "la semplicità e prodotti naturali fatti in casa"; "il gusto e la presentazione"; "l'immagine dell'Italia ma soprattutto la regione e la stagione"; "l'arte", "la cucina è gusto, socialità, piacere, casa". È anche per questo motivo che, come evidenziato dal grafico 3, i primi tre

parametri per definire un ristorante "veramente italiano" secondo gli informanti sono i seguenti: la cucina è italiana, i prodotti sono italiani e il gestore è italiano.

Alcuni informanti preferiscono invece menzionare ciò che non è il buon gusto. Ricordiamo alcune testimonianze: "assolutamente niente pizza con Ananas"; "il fatto che la tradizione italiana venga adattata (storpiata) ai gusti locali, difatti appropriandosi del nome e basta"; "la complessità della semplicità e l'attenzione ad esaltare i sapori senza condire con leganti (ad esempio burro, panna o troppi ingredienti".

Grafico 3. *Parametri di un ristorante "veramente italiano"*



8. Conclusioni

L'analisi degli spot, dei panorami linguistici urbani e quella degli emigrati italiani rispondono a due prospettive complementari: la prima indaga la rappresentazione pubblica dell'italianità attraverso i testi mediali (audio-orale e scritto/virtuale e urbano), la seconda esplora la percezione privata e quotidiana di tale italianità da parte degli italiani residenti in Sudafrica. Insieme, queste due dimensioni contribuiscono a delineare il paesaggio linguistico e simbolico dell'italianità nel contesto sudafricano, dove la lingua, il cibo e l'immaginario nazionale si intrecciano in un processo dinamico di riappropriazione e rinegoziazione culturale.

I due spot analizzati "Always Eatalian" e "Brava Mama" confermano l'efficacia del mito dell'italianità come risorsa semiotica nel campo della comunicazione commerciale. Attraverso il ricorso a immagini stereotipiche, a simboli nazionali e a figure mitiche come la madre, *Fattis & Monis* costruisce un'identità di marca che trascende i confini geografici. L'analisi ha mostrato come il contesto sudafricano favorisca processi di ibridazione culturale, in cui l'italianità si innesta in una pluralità di pratiche e valori locali. Questa dinamica sollecita una riflessione più ampia sul ruolo delle identità culturali nei mercati globalizzati e sul contributo che la semiotica può dare alla loro interpretazione.

Gli spot analizzati dimostrano come l'italianità possa essere utilizzata come dispositivo semiotico di forte impatto anche al di fuori dei confini italiani. Attraverso la retorica del *modo di essere*, del *saper fare* e degli *stereotipi figurativi*, il marchio italo-sudafricano costruisce un'immagine euforica dell'Italia, adattandola al contesto locale. L'analisi contribuisce a delineare nuove forme di rappresentazione dell'italianità in contesti diasporici e globalizzati.

L'analisi della percezione e delle abitudini alimentari degli italiani residenti in Sudafrica ha confermato il valore della cucina e dei prodotti italiani non solo nelle case, ma anche

nei supermercati. Queste testimonianze rivelano una forma di vita, associata anche in modo stereotipato alla italianità e che appare dotata di una forza simbolica che la rende addirittura "controegemonica" rispetto ai valori "di plastica" della globalizzazione (Vedovelli, 2018): così nel mercato internazionale «il *made in Italy*, più che un marchio di provenienza geografica è diventato, e da decenni ormai, un marchio di garanzia simbolica, vale a dire un sinonimo di prodotti belli e di alta qualità, destinati ad un mercato di massa» (Balicco, 2016: 2).

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Bagna C., Barni M. (2007), "La lingua italiana nella comunicazione pubblica/sociale planetaria", in *SILTA*, 36, 3, pp. 529-553.

Balicco D. (a cura di) (2016), *Made in Italy e cultura. Indagine sull'identita italiana contemporanea*, Palumbo, Palermo.

Barthes R. (1974), *Miti d'Oggi*, Einaudi, Torino.

Bassetti P. (2015), *Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal*, Marsilio, Venezia.

Carlesso L. (2009), "L'emigrazione italiana in Sudafrica", in Fondazione Migrantes (a cura di), *Rapporto Italiani nel Mondo 2009*, Idos, Roma, pp. 330-340.

Diadori P., Frosini G. (a cura di), (2023), *La cucina italiana fra lingua, cultura e didattica*, Franco Cesati Editore, Firenze.

Ferrini C. (2018), "Italianismi e pseudoitalianismi nelle Little Italy di Toronto: il Linguistic Landscape come termometro per misurare la *febbre da italiano*", in Turchetta B., Vedovelli M. (a cura di), *Lo spazio linguistico italiano globale. Il caso dell'Ontario*, Pacini, Pisa, pp. 255-292.

Ferreira I. (2009), *Italian Footprints in South Africa – Sulle Orme degli Italiani in Sud Africa*, Jacana, Jogannesburg.

Floch J-M. (2002), *Semiotica, marketing e comunicazione. Dietro i segni, le strategie*, FrancoAngeli, Milano.

Frosini G. (2012), "La cucina degli italiani. Tradizione e lingua dall'Italia al mondo", in Mattarucco G. (a cura di), *Italiano per il mondo. Banca, commerci, cultura, arti, tradizioni*, Accademia della Crusca, Firenze, pp. 85-107.

Haller H. W. (2005), "L'italiano nei nomi dei ristoranti di New York", in *Lingua italiana d'oggi: Lid'O*, pp. 331-352.

Licata D. (2010), "Italiani in Africa ieri e oggi: dati e storie", in Nanni M. P., Pittau F. (a cura di), *Africa-Italia. Scenari migratori*, Idos, Roma.

Macioti M.I. (2007), "Gli italiani in Sudafrica: ieri e oggi", in De Rosa O., Verrastro D. (a cura di), *Appunti di viaggio. L'emigrazione italiana tra attualità e memoria*, il Mulino, Bologna.

Marrone G. (2001), *Corpi sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Einaudi, Torino.

Marrone, G. (2016), *Semiotica del gusto. Linguaggi della cucina, del cibo, della tavola*, Mimesis Edizioni, Milano-Udine.

Montanari M. (2006), *Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi*, Laterza, Roma-Bari.

Montanari M. (2010), *L'identità italiana in cucina*, Laterza, Roma-Bari.

Paris O. (2020), "Costruire un mito: marche, prodotti e la rappresentazione dell'italianità nel mondo", in *Filosofi(e) Semiotiche*, 7, 1, pp.142-153.

Puca D. (2021), "New York City, la più grande città del cibo italiano", in Giannitrapani A. (a cura di), *Foodscapes: cibo in città,* Mimesis, Milano-Udine, pp. 81-102.

Scarpato R. (2006), "Una, nessuna, centomila: quale futuro per le cucine italiane nel villaggio globale", Relazione per il Convegno scientifico della Festa Artusiana 2006 *La cucina italiana all'estero* (17 giugno, 2006), pp.1-12: https://www.casartusi.it/it/convegni/2006-la-cucina-italiana-all-estero/.

Siebetcheu R. (2025), "Sudafrica. La nuova emigrazione italiana: profilo formativo e sociolinguistico", in Fondazione Migrantes (a cura di), *Rapporto Italiani nel Mondo 2025*, Tau editrice, Todi, pp. 537-550.

Siebetcheu R. (2024), "La cucina italiana in Africa. Fra lingua, cultura ed economia", in Barni M., Mori L. (a cura di), *Italianità nel mondo fra cultura ed economia del Made in Italy. Strategie linguistiche, pratiche discorsive ed elementi simbolici nei mercati globali*, Edizioni dell'Orso, Alessandria, pp. 117-133.

Siebetcheu R. (2022), "L'italiano nei ristoranti in Africa. Analisi percettiva e implicazioni didattiche", in *SILTA – Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 51, 2, pp. 378-396.

Siebetcheu R. (2021), *Diffusione e didattica dell'italiano in Africa. Dal periodo coloniale agli scenari futuri*, Pacini, Pisa.

Vedovelli M. (2018), "La ricerca in Ontario nel panorama delle indagini sull'italiano nel mondo", in Turchetta B., Vedovelli M. (a cura di), *Lo spazio linguistico italiano globale: Il caso dell'Ontario,* Pacini, Pisa, pp. 39-72.

Vedovelli M. (2005), "L'italiano nel mondo da lingua straniera a lingua identitaria: il caso Freddoccino", in *SILTA – Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 34, 3, pp. 585-609.

Vedovelli M. (2023), "L'italiano nel mondo: i foodscapes", in Diadori P., Frosini G. (a cura di), *La cucina italiana fra lingua, cultura e didattica*, Franco Cesati Editore, Firenze, pp. 113-126.

PARLA COME MANGI - IL CASO DI CITTÀ DEL CAPO

Chiara Ronchetti[1]

1. INTRODUZIONE

Le eccellenze enogastronomiche mettono in risalto l'Italia nel mondo, rappresentando fatti culturali capaci di evocare valori di attrazione, e questo vale anche per il pubblico africano. Dall'indagine relativa ai dati raccolti nel biennio 2018-2020 (Siebetcheu, 2021), che ha visto coinvolti oltre 1000 informanti residenti in 15 paesi africani, la cucina risulta in prima posizione tra gli aspetti culturali italiani maggiormente riconosciuti, seguita da musica, moda, calcio, arte e lingua. Ne emerge un'idea del *made in Italy* usato autonomamente per creare attività e eredità culturali nuove.

Su questa scia, in questo contributo ci si propone di analizzare la visibilità dell'italiano nelle città africane secondo i parametri dei panorami linguistici e semiotici urbani, concentrandosi su Città del Capo e su un'arteria principale costituita da due strade, Kloof Street e Bree Street, in cui i valori evocati dal *made in Italy* (numerosi italianismi e pseudo-italianismi) sono sotto gli occhi di tutti e in continua crescita. Questa ricerca si inserisce entro la cornice teorica della *Linguistic Landscape* (Landry, Bourhis, 1997) e il quadro teorico-metodologico si basa sugli studi condotti dall'*Osservatorio linguistico permanente dell'italiano diffuso fra stranieri e delle lingue straniere immigrate in Italia* istituito presso l'Università per Stranieri di Siena, per indagare la funzione semiotica di richiamo commerciale svolta dai riferimenti enogastronomici italiani. A partire dalle insegne dei locali delle due strade, e rifacendosi anche al fenomeno del cosiddetto "*Italian sounding"* (Vedovelli, 2018), i rispettivi esercizi commerciali sono stati l'oggetto di un'indagine quali-quantitativa svoltasi nel 2024 tra costruzione di identità e garanzia simbolica di alta qualità, inclusione ed esclusività, target e pubblico.

2. CONTESTUALIZZAZIONE DELL'ITALIANO NEL PANORAMA LINGUISTICO SUDAFRICANO

Nelle città africane l'italiano è la seconda lingua più visibile nei panorami linguistici, dopo l'inglese e le lingue ufficiali dei relativi paesi (Siebetcheu, 2009; Casini, Siebetcheu, 2014, Siebetcheu, 2021). Questa posizione privilegiata di alta visibilità è un punto di forza e di possibile *empowerment*, un dato rilevante ~~e~~ che potrebbe aprire prospettive connesse alle buone relazioni e al legame culturale ed economico tra l'Italia e il Sudafrica. Questo studio intende misurare il grado di visibilità, profondità (*sounding*...)[2], penetrazione,

[1] University of Cape Town.

[2] In inglese il sostantivo *sound* indica «something that you can hear or that can be heard, ma anche the volume or quality of the sound of a television or film e the particular quality of the music that a musician or a group of musicians produce, oltre a how something seems to be, from what is said or written. Il verbo to sound similmente significa to make a noise, così come to seem good, interesting, strange, etc. from what is said or written ed anche to seem like something, from what is said or written ed infine to measure the depth of a mass» (Cambridge online English Dictionary

contatto, convivenza, cambiamento e competitività dell'italiano nella realtà africana contemporanea, anche in prospettiva didattica, a partire dalle manifestazioni della nostra lingua rispetto alle lingue straniere all'interno del mercato globale delle lingue. Nel presente articolo focalizziamo l'attenzione su un continente, l'Africa, in cui complessivamente vive solo l'1,2% degli italiani residenti all'estero, ed in particolare sul paese, il Sudafrica, che ne accoglie oltre la metà. La città oggetto d'indagine, Città del Capo, ospita italiani da più di tre secoli e ha un'alta percentuale di italiani nati all'estero, ma allo stesso tempo è destinazione di neoemigrazione per giovani italiani nati e cresciuti in Italia (Siebetcheu, 2018).

Secondo i dati aggiornati al 2023, sono 33.371 i cittadini italiani iscritti all'AIRE in Sudafrica[3], il che ne fa il 18° paese di emigrazione mondiale e di gran lunga il primo in Africa, dove in totale risiedono circa 70.000 italiani. Il fatto che il 51% degli italiani residenti in Sudafrica sia nato nel Paese estero, e che il 64% sia iscritto all'AIRE da oltre 15 anni, indicano una presenza radicata, con numerose naturalizzazioni avvenute nel corso dei tre secoli di emigrazione italiana in Sudafrica, a partire dal 1688[4] e passando per l'impiego nelle miniere e nelle costruzioni di fine Ottocento, ai prigionieri di guerra degli anni 1941-47, fino all'apertura del Dopoguerra e del post 1994. Si tratta di una storia migratoria caratterizzata da varie fasi di flusso e di blocco e tutte molto diverse tra loro per composizione, provenienza, scopi, ma accumunate dal fatto di non essere passate inosservate nonostante i numeri limitati, vuoi per la presenza di qualche evento particolarmente significativo e/o di un individuo memorabile e tuttora ricordato[5]. Molti italiani provenivano da altri paesi africani, oltre che dall'Italia, come nel caso dei prigionieri di guerra di *Zonderwater*, catturati in Nord Africa o nel Corno d'Africa, e dei migranti noti con il nome di *Asmarini*, i quali erano nati in Eritrea sotto l'occupazione britannica[6].

In anni più recenti, invece, il Sudafrica, terzo stato economicamente più competitivo del continente africano[7] e seconda economia in Africa, ricco di bellezze naturali e dotato di un clima mite, ha continuato ad essere meta di giovani italiani che scelgono di migrare in questo paese in cerca di opportunità lavorative. Inoltre, il fatto di avere un fuso orario simile a quello italiano è un fattore particolarmente utile nel caso di compagnie di *outsourcing*, call center, lavoro da remoto e assistenza online.

In questo gruppo si annoverano giovani laureati e diplomati, accademici e ricercatori junior, professionisti che sono partiti con un progetto di ricerca o grazie ad un accordo bilaterale e hanno deciso di stanziarsi nel paese quando le leggi sull'immigrazione lo permettessero, e che si sono andati via via ad affiancare ai giovani di seconda e terza generazione dei quali condividono la cultura d'origine, ma dai quali differiscono notevolmente, soprattutto dal punto di vista linguistico. Infatti, vari studi testimoniano che il profilo linguistico degli italiani nati in Sudafrica prevede l'uso quasi esclusivo della lingua inglese, alla quale si aggiunge una seconda lingua ufficiale sudafricana[8] e solo in terzo luogo potrebbe comparire una conoscenza della lingua italiana in forme molto varie a seconda della storia famigliare di ognuno di loro (Marchetti-Mercer, Virga, 2023).

https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sound). Tutti questi aspetti, oltre al già citato riferimento all'Italian brand sounding, aiutano a porre l'attenzione sui vari aspetti della ricerca, quali la visibilità, la qualità, il richiamo, il sembrare come tale e la misurazione della profondità.

[3] I dati ISTAT sono aggiornati al 2023 (rielaborazione su dati AIRE).

[4] Carlesso (2009: 330-340).

[5] Tra i personaggi più significativi nominiamo Teresa Viglione (Marchetti-Mercer, Virga, 2021), il Capitano Ricchiardi (Sani, 1992) e Luigi Fatti (Bini, 1957).

[6] Marchetti-Mercer, Virga (2023: 41-45).

[7] Dai dati del *The Global Competitiveness Report 2017-2018*, dove il Sudafrica occupa il terzo posto dopo l'Isola di Maurizio e il Ruanda.

[8] Afrikaans o una delle varie lingue bantu, come isiZulu, isiXhosa o Sesotho.

Situare il nostro studio, definendo il quadro in cui si è svolta la ricerca, è importante per rilevare come, dal confronto e nello spazio condiviso, i valori del passato e del presente vengono elaborati e rielaborati «in quanto ritenuti capaci di produrre senso non alternativo, ma integrativo ai valori di senso del mondo di 'plastica' globale e postglobale»[9]. Le città sudafricane sono portatrici di un'eredità culturale che a distanza di secoli continua ad essere tramandata e rinnovata nelle opere civili e architettoniche, nelle industrie e nelle fabbriche, nelle insegne in italiano o plurilingui; sono, altresì, espressione di una vitalità degna di indagine al fine di delineare percorsi e traiettorie interessanti per il destino della lingua italiana nel continente africano.

3. LA RICERCA

Passeggiando per le strade del centro di Cape Town, un comune di oltre quattro milioni di abitanti sulla costa occidentale all'estremo Sud del continente africano[10], non si può fare a meno di notare che i panorami linguistici urbani della città vedono la lingua italiana e le parole ad essa associate tra gli elementi più ritrovabili, oltre a quelli in lingua inglese e, in misura molto minore, a quelli in altre lingue locali o straniere. In particolare, si è scelto di concentrarsi su due arterie della città che la attraversano dalla montagna, la famosa Montagna della Tavola[11], una delle sette Nuove Meraviglie del Mondo Naturali, passando per il vivace centro, fino al mare, l'Oceano Atlantico, per giungere nella zona del porto nota come *V&A Waterfront*.

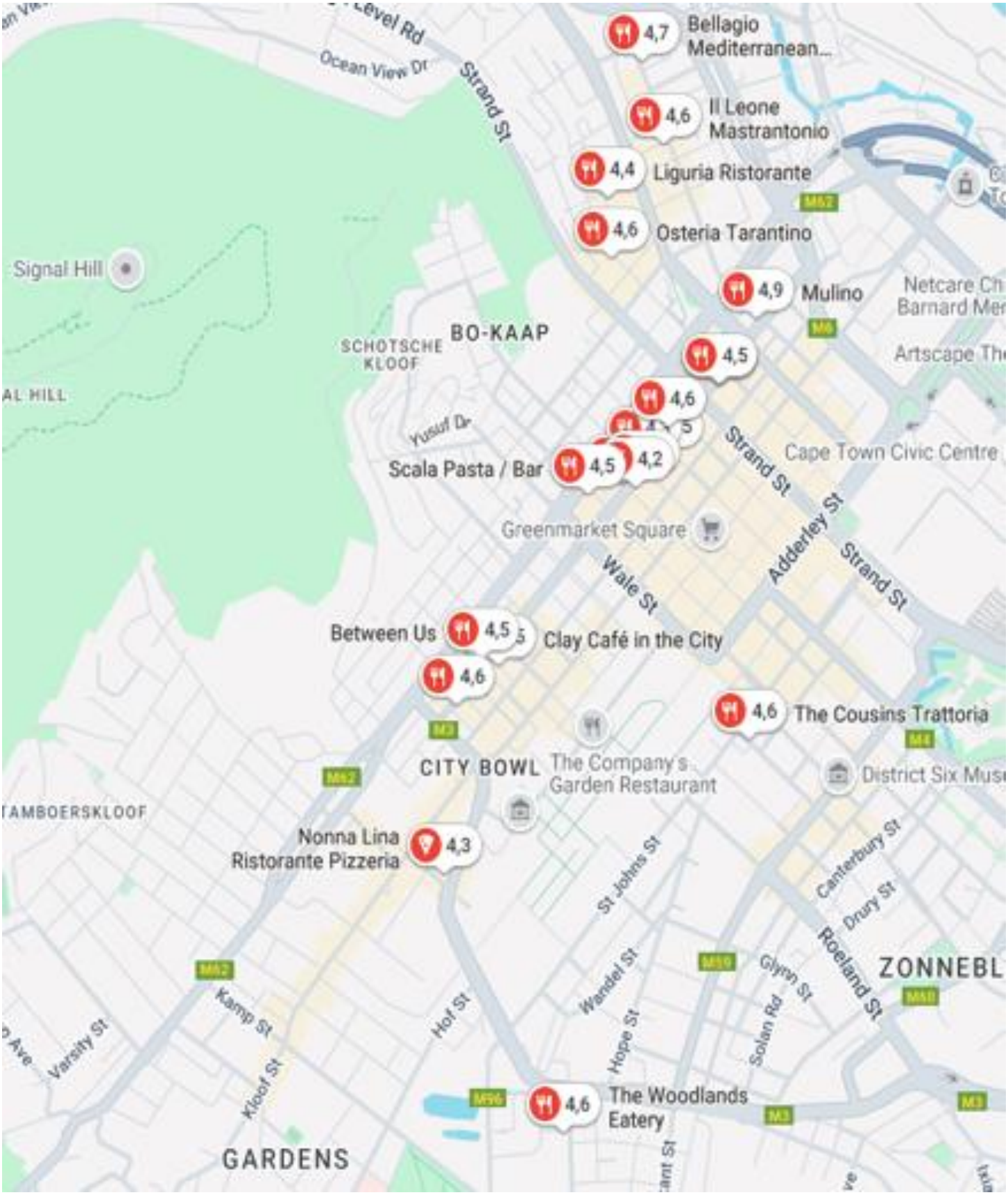
3.1. *Il contesto della ricerca: il nesso Bree-Kloof*

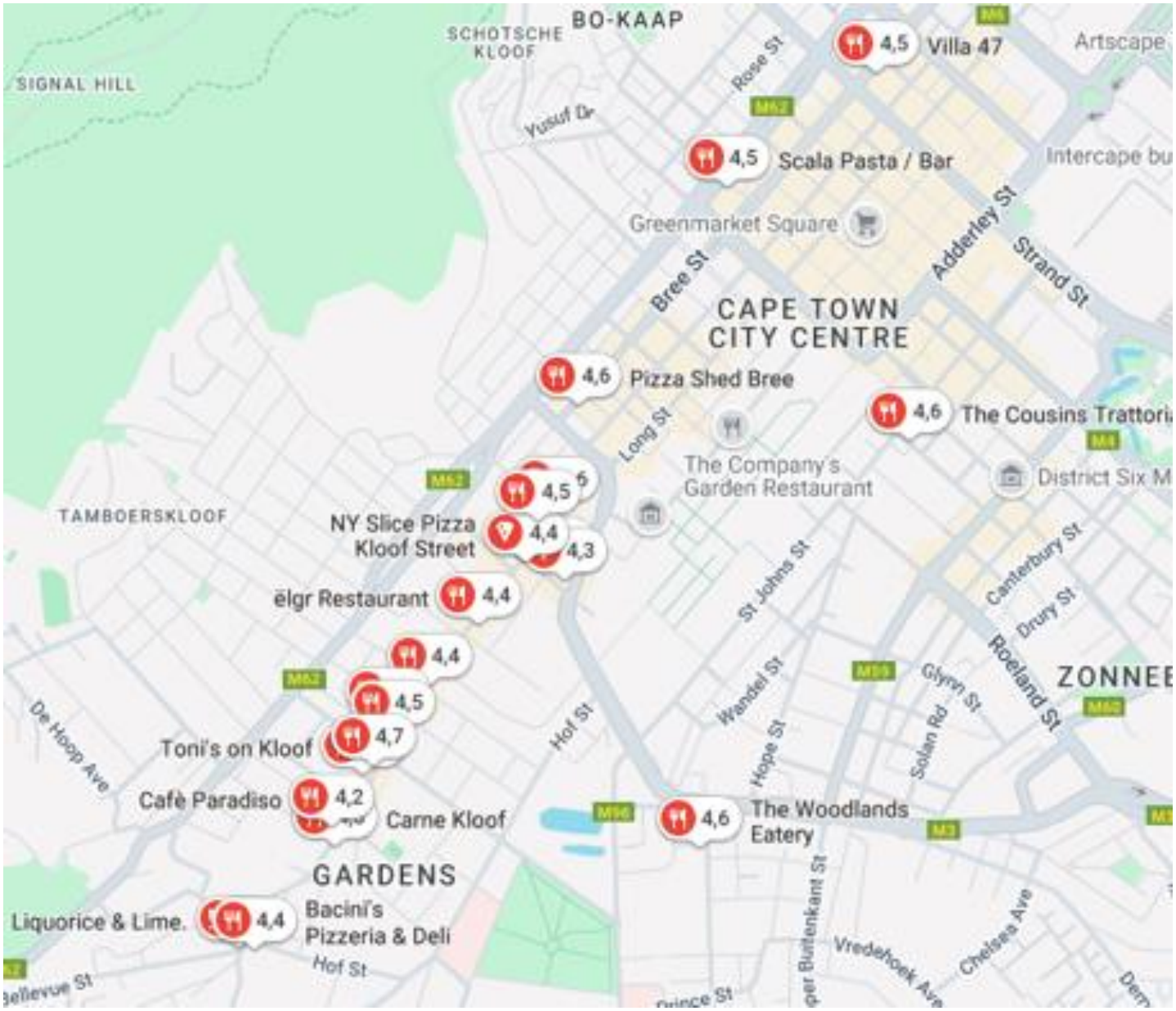
Le due strade in questione, Bree street e Kloof street, rappresentano il cuore pulsante della città dato il numero di locali, bar, ristoranti, agenzie, negozi ed esercizi commerciali di vario tipo che la popolano, frequentati giorno e notte da varie fasce della società. In questa ricerca ci siamo focalizzati sul settore della ristorazione, che come evidenziato in altri studi[12], fornisce un grande numero di tracce italiane o pseudoitaliane attraverso la raccolta dei dati provenienti dalle insegne di tutto il mondo.

Dall'analisi dell'onomastica dei locali di queste due strade si intende delineare i profili tendenziali della presenza della lingua italiana nel contesto urbano sudafricano, e le immagini promosse attraverso le scelte semantiche e linguistiche, al fine di scovare le diverse identità che vivono questo territorio e le motivazioni che le muovono. Pertanto, la ricerca è proseguita con la somministrazione di un questionario ai proprietari dei locali identificati, inviato via e-mail o tramite la messaggistica di *Instagram* o ancora recapitato di persona, e per chi si fosse reso disponibile, si è proceduto con un'intervista faccia a faccia. Durante la fase delle interviste sono state scattate fotografie allo scopo di cogliere la presenza dell'italiano nel LL statico del nesso Bree-Kloof (Figure 1 e 2). Il lavoro si è svolto lungo tutto il corso del 2024[13].

[9] Vedovelli (2015: 208).
[10] https://en.wikipedia.org/wiki/Cape_Town
[11] Nota in inglese con il nome *Table Mountain*.
[12] Casini, Siebetcheu (2014: 447).
[13] Alcune di queste fotografie sono state inserite qui. Delle numerose immagini di insegne fotografate è stata fatta una scelta, secondo un principio di rappresentatività, con l'intento di dare una idea anche visiva di quanto scritto.

Figure 1 e 2. *La concentrazione di locali italiani nelle vie Bree e Kloof*





3.2. *Il LL del centro di Città del Capo*

La raccolta dati è partita dalla ricognizione tramite *Google Maps*, che rende immediatamente visibile la concentrazione di occorrenze di matrice italiana o pseudo-italiana nelle due strade in oggetto. In questo modo, è stata rilevata la presenza di 38 locali dai nomi italiani, ovvero

> locali che scelgono di usare le parole in italiano perché evocano una serie di valori legati alla qualità del cibo, al gusto e al buon bere e in cui le unità simboliche svolgono una funzione semiotica di richiamo commerciale per la totalità degli utenti (Siebetcheu, 2016: 446).

Questa ricerca è stata poi filtrata con l'analisi dei siti Internet e delle pagine Instagram o Facebook dei singoli locali, al fine di verificare che si trattasse di ristoranti italiani, ed è stata integrata con il portale *Tripadvisor*, che ha suggerito altri esercizi commerciali italiani

la cui insegna non contiene nemmeno una parola italiana o pseudo tale e perciò non erano stati identificati tramite *Maps*[14].

A questo punto, l'analisi della forma linguistica dei nomi dei locali italiani li suddivide in tre categorie:

a) nomi scritti solo in italiano (ad esempio Carne, Nonna Lina, Scala Pasta)
b) nomi di contatto (come Bacini's[15], Pizza Shed, Riva Fish Restaurant[16])
c) nomi in inglese (Club Kloof, Aperitif)

Nella categoria di contatto includiamo anche i nomi che presentano una deviazione dall'italiano come alterazioni ortografiche, del tipo *Café* (si veda *Café Paradiso*)[17], con la degeminazione e talvolta l'omissione dell'accento, o *Col'Cacchio* , e i binomi in cui è stato preferito l'ordine delle parole inglese quali *Liguria Ristorante* (invece di *Ristorante Liguria*), mentre l'anglicizzazione nella pronuncia[18] non viene considerata (ad esempio la pronuncia suggerita per *Bellagio* in inglese è *buh·laa·jee·ow* mentre *Col'Cacchio* non viene pronunciato correttamente nemmeno all'interno della pizzeria stessa[19]).

Da questa prima distinzione, si rileva che i nomi di contatto rappresentino il nucleo delle insegne del nesso Bree-Kloof, con 20 locali (oltre la metà), nomi scelti per attirare una clientela italofila locale internazionale ma senza dimenticare di personalizzare il nome con la propria storia e le proprie idee in fatto di menù e marketing. Rientrano in questa categoria le numerose insegne con genitivo sassone presenti nel nostro corpus, e declinate in vari modi: nome (*Mario's, Giovanni's*); cognome (*Balducci's*); soprannome/diminutivo (*Lello's*); esercizio commerciale (*Bacini's Pizzeria and Deli*)[20]. I nomi di contatto esibiscono altri tipi di formazioni ritrovabili in ricerche svolte in altri ambiti, per esempio quello angloamericano, oltre all'ordine delle parole determinante + determinato e all'uso del genitivo sassone, quali i giochi linguistici basati sull'omofonia (*Micaffè*), con l'incrocio tra l'italiano *mio* e l'inglese *my*.

La seconda categoria più numerosa è quella dei nomi esclusivamente in italiano, spesso appannaggio di ristoratori italiani di recente immigrazione o di italiani stabilitisi da decenni al Capo e ancora molto legati al paese di origine. Non c'è una sovrapposizione esatta tra ristoratori e ristoranti, come si nota nel caso di "Ciao Pizza" (Figura 2), di proprietà sudafricana e non italofona, scelta rispondente ad una precisa volontà di mercato: nome semplice da pronunciare, immediato richiamo al prodotto e alla sua autenticità. Il gestore del locale aggiunge, nel compilare il questionario: «Phonetic CIAO (chow) is distinctive Italian greeting, I didn't think of any other names»[21].

[14] Nella ricerca sono stati inclusi solo ristoranti operativi ed effettivamente esistenti. I locali chiusi temporaneamente o definitivamente non sono stati considerati parte del nostro corpus.

[15] Il ristorante "Bacini's", fondato nel 1989, deve il suo nome ad un ricordo d'infanzia, una frase pronunciata dal padre della manager (l'ex gestore): «Da' bacini a papà».

[16] Il determinato *restaurant/ristorante* talvolta viene omesso nelle insegne o viceversa si ritrova nelle insegne, ma non su *Maps* e Google. L'incrocio dei dati ha permesso di inserire tra i nomi di contatto "Riva", ad esempio (ufficialmente *Riva Fish Restaurant*).

[17] In questo caso potremmo anche osservare un raro esempio di contatto con altre lingue (il francese), ad intuizione, in quanto la proprietà del ristorante risponde al nome di *Madame Zingara*.

[18] Il nome "Villa 47" invece è stato considerato come nome di contatto, dato che si ipotizza che la pronuncia più comune sia la lettura del numero in inglese, (villa forty-seven e non villa quarantasette).

[19] Il sito internet *SA Franchise brands* suggerisce la pronuncia di "Col'Cacchio" come segue: *Kol-Ka-Kio*. https://www.safranchisebrands.co.za/listing/colcacchio/.

[20] Ritroviamo qui l'uso del genitivo sassone nelle insegne degli esercizi commerciali per indicare "spazio appartenente a", formula inglese che sostituisce la preposizione "da" in questa funzione (Siebetcheu, 2016: 447). Riprendiamo la distinzione proposta dall'autore per quanto riguarda i meccanismi morfosintattici e le scelte strutturali diverse usate per illustrare i vari usi del genitivo sassone.

[21] Si tratta di una delle risposte alle domande 5. *Did you want the name to sound Italian? Why?* (Voleva che il nome sembrasse/suonasse italiano? Perché?) e 6. *Which other names had you thought of for your restaurant?* (A

Figura 2. *La facciata del ristorante Ciao Pizza*



Le forme linguistiche in inglese sono minori e corrispondono al gruppo di ristoranti che, pur servendo cibo italiano, vogliono distanziarsi dalla tradizione e attrarre un pubblico più giovane, moderno, *cool*, con piatti ispirati alla cucina italiana ma con ricette rivisitate[22].

Un grande assente invece è il dialetto, completamente soppiantato dall'italiano standard, ad indicare la decisione di evitare l'associazione con un passato lontano, distante nel tempo e nello spazio, rurale, antico, non più attraente, e in cui il pubblico non si saprebbe riconoscere. Questo fattore è particolarmente importante se si pensa che l'uso dei dialetti[23] è stato per molto tempo il mezzo di comunicazione più diffuso all'interno di alcune collettività regionali emigrate in Sudafrica (Siebetcheu, 2011). L'italiano standard svolge quindi una funzione di riferimento linguistico e garante di qualità[24], per una comunità che non può definirsi italofona, ma che sa distinguere ed individuare il suono italiano nei nomi delle insegne, da cui il ricorso spesso a parole semplici e ultranote quali pizza, ciao, osteria, ristorante, trattoria, caffè, o ai toponimi con metonimia Bellagio, Milano, Roma, Liguria, o ai nomi propri Giovanni, Lello, Mario o ai cognomi quali Tarantino (Figure 3 e 4). Le scelte che si discostano da questa tendenza, ad esempio "Lievita", sono da imputare ad una ricerca di innalzare il livello da parte dei gestori, vero biglietto da visita, cura e correttezza nell'insegna a simboleggiare la stessa cura e fedeltà in cucina.

quali altri nomi aveva pensato per il Suo ristorante/bar?). In italiano (traduzione nostra): «Il CIAO fonetico (*chow*) è un tipico saluto italiano, non avevo pensato a nessun altro nome».

[22] Un esempio a questo proposito è il menù di "Club Kloof", in cui si trova tra gli antipasti un piatto chiamato 'arancini'; in realtà si tratta di tre *mini rice balls*, molto piccole e di forma sferica.

[23] «I dialetti, tra cui piemontese, siciliano, friulano, costituivano il principale patrimonio linguistico dei nostri connazionali al loro arrivo». (Siebetcheu, 2022: 89)

[24] Una delle riposte alla domanda 4. *Did you want the name to be Italian? Why?* (Voleva che il nome fosse italiano? Perché?) è interessante a questo proposito: *«As a pizzeria our name must be in Italian»* (In quanto pizzeria, il nostro nome deve essere in italiano), a suggerire la necessità di rifarsi alla tradizione di chi ha inventato la pizza nonostante i secoli intercorsi da allora.

Figure 3 e 4. *Le insegne dei locali Bellagio Restaurant & Bar e Osteria Tarantino*





In questo senso abbiamo fatto nostro il modo di dire "Parla come mangi", ad indicare da un lato la volontà di fare scelte trasparenti, per evitare l'effetto alienante e ostico, che non sia né troppo popolare né troppo colto, e rispondenti alle esigenze del mercato, che si indirizzino a fasce di pubblico ampie. Dall'altro lato questa intenzione di restare semplici

si sovrappone alla necessità di risultare autentici, veri, e alla promessa di un'esperienza piacevole, positiva, invitante. Un confronto interessante da questo punto di vista è quello con i nomi "che non ce l'hanno fatta", ovvero con i nomi a cui i proprietari avevano pensato per il loro locale, ma che alla fine hanno scartato in favore di altri. Tali nomi sono stati raccolti attraverso la domanda n. 6 del questionario, tra le cui risposte si annoverano Brera's[25] (al quale è stato preferito un più noto Milano), Con affetto, Roots o Le radici, Da Luisa, Ca' Viola, Ca' del Capo e il commento (traduzione nostra): «infine ho deciso di andare con l'opzione più facile»[26].

3.3. *La lingua italiana nel LL del centro di Città del Capo*

Come detto, le indicazioni fornite dagli informanti che hanno risposto al questionario e preso parte all'intervista sono parte integrante di questa ricerca. L'intenzione è quella di comprendere le ragioni dietro alla scelta di un nome in italiano/di contatto/in inglese e di una posizione per il proprio locale italiano.

Il questionario è stato inviato a tutti i locali selezionati a seguito della nostra ricognizione, mentre l'intervista si è svolta su base volontaria, in quanto l'ultima domanda chiedeva la disponibilità a prendervi parte[27]. Il questionario contava 32 domande divise in tre sezioni: il locale (il nome, la storia, la posizione, la proprietà, le lingue parlate), il personale, il menù e i clienti e il punto di vista dell'intervistato/a. Gli informanti che hanno risposto di prima mano sono stati 11, tra questi oltre la metà si è offerto anche di essere intervistato e di mostrarci il proprio ristorante/bar.

In linea con quanto osservato nel par. 3.2, le risposte del gruppo degli informanti confermano la suddivisione in tre categorie, tra cui la prevalente è quella che potremmo continuare a chiamare "di contatto". Troviamo infatti un riscontro tra la categoria del nome del locale e le motivazioni che stanno dietro a tale scelta, oltre alle decisioni prese in tema di menù, ingredienti e posizione geografica:

a) ristoranti con nomi scritti solo in italiano: la volontà è quella di suggerire autenticità, qualità e italianità[28];
b) ristoranti con nomi di contatto: il focus è sullo stile, l'attrattività e la strategia di mercato[29];
c) ristoranti con nomi in inglese: il locale nella maggior parte dei casi non è necessariamente italiano, ma d'ispirazione italiana, "Italian-ish"[30].

[25] In questo caso il riferimento metonimico sarebbe stato troppo poco trasparente per un pubblico che non avrebbe saputo trasferire una relazione di contiguità spaziale dal quartiere di una città al paese Italia.
[26] Una risposta significativa alla domanda 6. *Which other names had you thought of for your restaurant/bar?* (A quali altri nomi aveva pensato per il Suo ristorante/bar?): *«We had many names but I decided to then go for Lievita …easier».* (Avevamo molti nomi ma infine ho deciso di andare con "Lievita" … più facile.)
[27] La domanda 31. *Would you be willing to meet me for an in-person interview in Cape Town in September/October 2024?* (Saresti disponibile ad incontrarmi per un'intervista di persona a Città del Capo tra settembre e ottobre 2024?) ha ricevuto 7 risposte positive, che si sono tramutate in 6 interviste, al fine di conoscere i ristoratori e le loro storie più da vicino.
[28] Tra le formulazioni più rispondenti a questa linea, troviamo la seguente: «Perché così siamo veri italiani».
[29] Alcuni manager hanno dichiarato di aver scelto tale nome perché *«it is catchy, easy to remember»* (è accattivante, è facile da ricordare), altri perché *«it conveys approachability and friendliness»* (esprime approcciabilità e amichevolezza).
[30] Questo prefisso, che indica approssimazione, traducibile con circa, più o meno, si ritrova per esempio nel sito internet di "Club Kloof", dal quale riportiamo le seguenti espressioni a titolo esemplificativo: «Italian-ish restaurant and bar. Brunch, lunch, drinks, dinner, drinks. Adoro!» (da https://clubkloof.com/).

Questa tripartizione ha un riscontro anche dal punto di vista sociolinguistico; infatti, nella categoria a) abbiamo incontrato ristoratori che hanno compilato il formulario o tenuto l'intervista in italiano, con vari livelli di precisione nell'esposizione. Molti di loro sono italiani stabilitisi in Sudafrica tra il 2016 e il 2022, direttamente dall'Italia o passando per uno o più paesi africani (Kenya, Isola di Maurizio). Alcuni di questi nomi sono proprio il nome o il cognome del proprietario o della città da cui provengono. Le risposte afferenti alle categorie b) e c) sono, invece, in inglese, così come sono italo-sudafricani o sudafricani coloro che le hanno date. In particolare, nel gruppo "di contatto" abbiamo avuto modo di conoscere italiani o italo-sudafricani di seconda e terza generazione, con una storia migratoria non vissuta ma sentita raccontare, e che hanno a loro volta volentieri condiviso con noi; mentre il terzo gruppo è stato quello dal quale abbiamo ottenuto meno questionari e solo un'intervista, ed è rappresentato da giovani manager sudafricani o italo-sudafricani di seconda e terza generazione.

Un fattore rilevante che salta all'occhio dall'analisi dei dati è il fatto che questa corrispondenza non sia visibile nella presentazione del menù e nella lingua che si parla in cucina, dal momento che nessuno ha indicato di aver il menù solo in italiano[31], né di parlare italiano davanti ai fornelli[32]. Riguardo alla clientela dei locali indagati, gli intervistati hanno dichiarato che si tratta di sudafricani, altre nazionalità africane, italiani, altre nazionalità europee, americani e asiatici; pertanto, il menù è nella totalità dei casi bilingue inglese e italiano. Questo dato è spiegabile anche in ragione della posizione dei nostri ristoranti, l'arteria Bree-Kloof, che va dal quartiere Gardens fino al Waterfront, passando per il CBD e De Waterkant, caratteristica zona dal sapore europeo, con case colorate e vicoli stretti. La posizione è stata oggetto di ovvie riflessioni, altre aree quali Sea Point erano state considerate in diversi casi, ma il desiderio di stabilirsi in questa zona ha avuto la meglio sulla mancanza di parcheggi intorno per la maggior parte degli intervistati. Per quanto concerne il plurilinguismo della cucina, d'altra parte, nelle risposte si annoverano lingue quali afrikaans, francese, inglese, isiXhosa e shona[33], oltre all'italiano, che viene usato anche per rivolgersi ai clienti, ma non in maniera sistematica.

Le categorie semantiche identificate[34], come abbiamo visto, sono quelle dei nomi e cognomi, dei riferimenti geografici, alimentari, talvolta combinate (*Moro Gelato*), mentre meno rilevanti sono state le categorie dei riferimenti ambientali (*Cafè Paradiso, Si Cantina Sociale*)[35] e marginali quelle culturali (*Il Leone Mastrantonio*).

Caratteristica comune a tutte le motivazioni dietro alla scelta del nome, è la forte volontà di personalizzare il nome del proprio locale, con scelte che vanno a far risaltare quella corrispondenza tra onomastica e valori identitari riscontrata in altri studi simili e che va a sottolineare ancora una volta il grande rilievo delle ricerche sui panorami linguistici quali potenti strumenti d'indagine. A tal proposito riportiamo alcune risposte significative, nelle parole dei vari manager che hanno partecipato alla ricerca (traduzione in italiano nostra): «il nome del nostro locale spiega esattamente chi siamo e cosa facciamo» / «il nostro nome è legato al nostro prodotto» / «è un nome che richiama all'amore per il cibo e per la famiglia» / «amo tutto ciò che è italiano; perciò, dovevo dare un nome italiano al mio terzo ristorante».

[31] Alla domanda 24. *Is your menu only in Italian?* (Il Suo menù è solo in italiano?) la totalità degli informanti risponde No.

[32] Alla domanda 21. *Is Italian the only language spoken in your kitchen?* (L'italiano è l'unica lingua parlata nella Sua cucina?) la totalità degli informanti risponde No.

[33] La lingua parlata in Zimbabwe ad Est, da dove provengono molti lavoratori immigrati in Sudafrica.

[34] Riprendiamo le categorie semantiche di Haller (2005: 338-339), mentre tipologie diverse sono state proposte da Grossman (1983) e da Marandola (2000).

[35] Con l'uso errato della forma atona dell'avverbio di affermazione *sì* che diventa così la particella pronominale *si*.

Una degli informanti racconta con precisione quello che è un sentimento comune a molti sudafricani di seconda e terza generazione, a cui lei stessa appartiene:

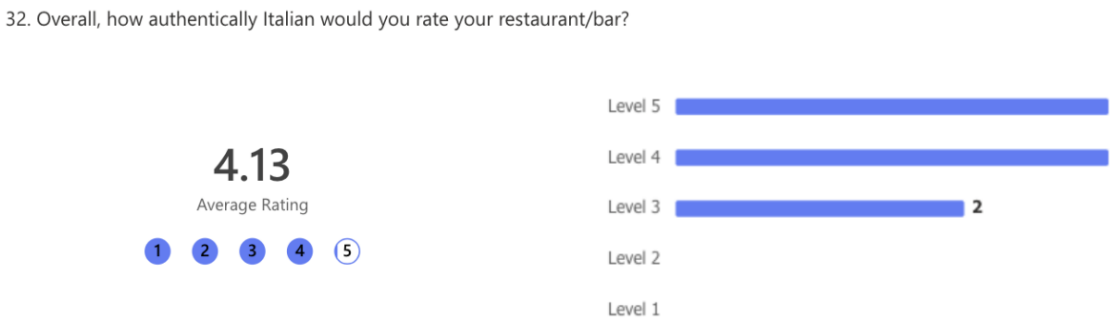
> Il nome del nostro locale è il soprannome di nostro nonno, arrivato qui dopo la Seconda Guerra Mondiale portando con sé l'ideologia del cibo e lo stile di vita italiani. Avevamo pensato a molti altri nomi, ma nessuno era significativo come il nome di nostro nonno. Lui ci ha insegnato come vivere all'italiana, il che ha arricchito le nostre vite. A nostra volta noi vogliamo educare le persone riguardo all'Italia e al cibo italiano.

Parole condivise da un'altra informante, che afferma:

> Siamo italiani di terza generazione, siamo così orgogliosi di essere italiani. Intendiamo insegnare ai sudafricani lo stile e il modo di vivere italiani attraverso il cibo e la cultura.

L'ultima domanda del questionario, una sorta di autovalutazione dell'autenticità dell'italianità del proprio ristorante/bar (Figura 5), vede come risultato un punteggio molto alto (4,13/5), mitigato dal fatto che la maggioranza delle risposte, come detto, è arrivata da ristoratori con locali dai nomi in italiano o di contatto, ma comunque degno di nota se si pensa che ci si trova fuori confine, in un contesto molto lontano da quello italiano, e in un panorama dove la lingua italiana non ha uno status ufficiale nel Paese ma nemmeno nel continente, né viene insegnata nelle scuole pubbliche, e nelle cui università viene imparata come lingua straniera con numeri molto minori rispetto a quelli di altre lingue quali, per esempio, il francese o il portoghese.

Figura 5. *La risposta alla domanda n. 32*



In questo senso, la presente ricerca giunge a conclusioni in linea con quelle di indagini precedenti (Siebetcheu, 2016), ovvero che l'eredità culturale italiana sopravvive e continua ad essere portatrice di valori identitari visibili e vitali, nonostante la presenza demografica piuttosto contenuta e la migrazione di vecchia data. Aggiunge, inoltre, dati rilevanti quali il rinnovamento dato dalle migrazioni più recenti e con caratteristiche nuove, ed il superamento di concezioni quali *noi vs loro* che non appartengono alle generazioni attuali, in favore di un democratico e più consono al Sudafrica post 1994 "c'è posto per tutti", a tavola come nella partecipazione alla vita pubblica.

> Questi valori contribuiscono a creare l'identità del nostro Paese in un mondo globalizzato in cui la mobilità di uomini, mezzi, merci non crea un contesto indistinto in cui tutto appare uguale, ma accentua la specialità simbolica, e quindi culturale, di quegli elementi che per il Sistema Paese sono dei punti di riferimento sociali ed economici. Senza parlare necessariamente la lingua

> italiana, i prodotti culturali cui fanno riferimento e a cui si identificano i giovani italiani nati in Sudafrica entrano nella loro coscienza globale e collettiva prima come forma simbolica e solo successivamente ed eventualmente come elemento materiale[36].

Sulla base di queste osservazioni ed analisi, ci avviamo ad indicare una serie di proposte e prospettive che tengono in considerazione le specificità linguistiche e socioculturali rilevate nel corso della nostra indagine sul territorio.

4. Conclusione

Come illustrato, la presenza duratura di ristoranti e ristoratori italiani operanti a Città del Capo, ha visto nell'ultimo decennio sorgere nuove realtà che si sono affiancate a quelle già esistenti, o ha accolto cambiamenti al suo interno rinnovandosi sotto la spinta delle seconde o terze generazioni. Tutto questo nonostante il settore della ristorazione sia stato tra i più colpiti economicamente dalla pandemia di Covid-19[37] e al netto delle crescenti difficoltà di importazione di prodotti italiani di qualità[38]. Questa problematica è stata in parte risolta grazie all'approvvigionamento di prodotti coltivati e allevati in loco, reso possibile da fattori concomitanti quali la neoemigrazione di risorse umane e di capacità tecniche, la globalizzazione, l'istruzione da remoto, i social network e le piattaforme digitali di informazione. La cucina italiana è riuscita a mantenere il suo primato, come dimostrato anche dai risultati dell'ultima indagine sulla diffusione dell'italiano in Africa (Siebetcheu, 2021) in cui, tra gli altri, un informante di Johannesburg sostiene che «Italian was and still is the biggest»[39], mentre la stessa indagine evidenzia che ci sono state delle ricadute sulla promozione dell'italiano in Africa con una riduzione del numero degli apprendenti, in particolare una diminuzione di corsi promossi nei centri linguistici, solo parzialmente sostituiti da corsi a distanza, qualora ci fosse la disponibilità di strumenti informatici adeguati.

Il panorama linguistico urbano, a partire dall'analisi dell'onomastica delle insegne in lingua italiana, ne suggerisce l'interesse nei suoi confronti, la sua riconoscibilità e vivacità, una forte presenza in superficie ma anche una penetrazione in corso, un cambiamento in atto che va di pari passo con la ricerca identitaria di chi non ha una vera e propria consapevolezza nei confronti della cultura italiana, ma ne percepisce il prestigio a livello internazionale come locale. Questo terreno risulta essere fertile per gettare le basi per una progettazione di una didattica specifica, che individui il futuro pubblico di corsi e programmi personalizzati tramite una rilevazione dei bisogni e l'ideazione di un identikit dei possibili destinatari al fine di mirare il più possibile l'azione didattica. Tra questi rientrano i figli di genitori italiani nati in Sudafrica o i nipoti di nonni italiani (le seconde e terze generazioni), come abbiamo visto numericamente significativi a livello demografico nel nostro contesto di riferimento[40], ma anche giovani professionisti e imprenditori sudafricani appassionati dell'Italia, dotati di piglio creativo e di capacità gestionali. Entrambi i profili sono alla ricerca di input linguistici comprensibili, autentici e

[36] Siebetcheu (2018b: 463).
[37] Battaglia (2021) www.wallstreetitalia.com/imprese-i-settori-piu-penalizzati-e-quelli-meno-dal-covid.
[38] Siebetcheu (2021: 266).
[39] Inf.Rist. 4.
[40] Marchetti-Mercer e Virga (2023: 57) hanno rilevato, attraverso una ricerca su nostalgia, identità e appartenenza nelle seconde e terze generazioni di italo-sudafricani, che da tutti i partecipanti all'indagine «la lingua italiana viene considerata una caratteristica importante della loro italianità» e che «per nessuno di loro l'italiano non occupa alcun posto nelle loro vite. Tra coloro che non lo parlano, inoltre, è stato espresso il desiderio di impararlo» (traduzione nostra).

significativi e potrebbero trarre beneficio dal raggiungimento di una competenza linguistica e culturale ottenibile attraverso percorsi che sappiano cogliere e rispettare le loro caratteristiche ed esperienze pregresse e che vadano a valorizzare la loro biografia personale.

Il settore di ricerca degli LL offre quindi una lente attraverso la quale osservare lo spazio e prevedere il movimento, e svolge un fondamentale ruolo di informatore per i *decision maker*. La sua forza risiede nel fatto di essere in grado di cogliere il cambiamento, la fluidità e in molti casi il conflitto, obbligandoci e cercare nuove soluzioni di fronte alle nuove sfide, proprio come in cucina ci si cimenta con ricette innovative, nel rispetto della tradizione.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Backaus P. (2007), *Linguistic Landscapes: a comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Clevedon.

Bagna C., Barni M. (2007), "La lingua italiana nella comunicazione pubblica/sociale planetaria", in *SILTA*, 36, 3, pp. 529-553.

Barni M., Bagna C. (2006), "Per una mappatura dei repertori linguistici urbani: nuovi strumenti e metodologie", in De Blasi N., Marcato C. (a cura di), *La città e le sue lingue. Repertori linguistici urbani*, Liguori, Napoli, pp. 1-43.

Barni M., Bagna C. (2010), "Linguistic landscape and Language vitality", in Shohamy E., Ben-Rafael E., Barni M. (ed.), *Linguistic Landscape in the City*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 3-18.

Battaglia A. (2021), *Imprese, i settori più penalizzati dal Covid (e quelli meno colpiti)*: www.wallstreetitalia.com/imprese-i-settori-piu-penalizzati-e-quelli-meno-dal-covid.

Bini A.G. (1957), *Italiani in Sud Africa*, Scuola Arti Grafiche Artigianelli, Milano.

Carlesso L. (2009), "L'emigrazione italiana in Sudafrica", in Fondazione Migrantes, *Rapporto Italiani nel Mondo 2009*, Idos Edizioni, Roma, pp. 330-340.

Casini S., Siebetcheu R. (2014), "Italianismi, marchi, migrazioni nel mondo globale. Nutrire il pianeta in una prospettiva linguistica", in Fondazione Migrantes (a cura di), *Rapporto Italiani nel Mondo 2014*, Tau Editrice, Todi, pp. 446-457.

Cenoz J., Gorter D. (2006), "Linguistic Landscape and Minority Languages", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 67-80: https://www.researchgate.net/publication/255593078_Linguistic_Landscape_and_Minority_Languages.

Coccia B., Vedovelli M., Barni M., De Renzo F., Ferreri S., Villarini A., (2021) (a cura di), *Italiano2020: lingua nel mondo globale - le rose che non colsi*…, Apes, Roma.

Consiglio d'Europa (2020), *Common European Framework of Reference for Languages: learning, teaching, assessment. Companion volume*, Strasbourg: https://rm.coe.int/common-european-framework-of-reference-for-languages-learning-teaching/16809ea0d4.
Trad it. a cura di Barsi M., Lugarini E., *Quadro comune europeo di riferimento per le lingue: apprendimento, insegnamento, valutazione. Volume complementare*, in *Italiano LinguaDue*, 12, 2, 2020: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15120.

Fondazione Migrantes (2023) (a cura di), *Rapporto Italiani nel Mondo 2023*, Tau Editrice, Todi, p. 540.

Gorter D., Cenoz J. (2017), "Linguistic landscape and multilingualism", in *Language awareness and multilingualism*, 3, pp. 233-245.

Gorter D. (ed.) (2006), *Linguistic Landscape: A new approach to Multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon.
Haller H. W. (2005), "L'italiano nei nomi dei ristoranti di New York", in *Lingua italiana d'oggi*, 2, pp. 331-352.
Landry R., Bourhis R.Y. (1997), "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality; an empirical study", in *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 1, pp. 24-49.
Marchetti-Mercer M. C., Virga A. (2021), "The Italian Diaspora in South Africa: Origins and Identity", in *Italian Studies*: https://doi.org/10.1080/00751634.2021.1923174.
Marchetti-Mercer M.C., Virga A. (2023), *The Italian Diaspora in South Africa: Nostalgia, Identity, and Belonging in the Second and Third Generations*, Routledge, New York.
Moriarty M. (2014), "Languages in motion: Multilingualism and mobility in the linguistic landscape", in *International Journal of Bilingualism*, 18, 5, pp. 457-463: https://doi.org/10.1177/1367006913484208.
Rosi F., Lubello S. (2020) (a cura di), "L'italiano L2 e l'internazionalizzazione delle università", monografia, in *Italiano LinguaDue*, 12, 1, pp. 1-208: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/issue/view/1572.
Sani G. (1992), *History of the Italians in South Africa 1489-1989*. Zonderwater Block.
Shohamy E. (2015), "LL research as expanding language and language policy", in *Linguistic Landscape*, 1, 1/2, pp. 152-171.
Siebetcheu R., (2009), "La diffusione dell'italiano in Africa: prospettive di ricerca", in *SILTA*, 38, 1, pp. 147-191.
Siebetcheu R. (2011), "Africa", in *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, a cura di Massimo Vedovelli, Carocci, Roma, pp. 477-509.
Siebetcheu R. (2016), "Italiani nelle città africane: il caso di Brazzaville, Città del Capo e Johannesburg", in Fondazione Migrantes (a cura di), *Rapporto Italiani nel Mondo 2016*, Tau Editrice, Todi, pp. 438-448.
Siebetcheu R. (2018), "Giovani italiani in Sudafrica: dinamiche linguistiche e socioculturali", in Fondazione Migrantes (a cura di), *Rapporto Italiani nel Mondo 2018*, Tau Editrice, Todi, p. 463.
Siebetcheu R. (2021), *Diffusione e didattica dell'italiano in Africa. Dal periodo (pre)coloniale agli scenari futuri*, Pacini editore, Pisa.
Siebetcheu R. (2021), "Comunità italiane ai tempi del Covid-19", in *Rapporto Italiani nel Mondo 2021*, Tau Editrice, Todi, p. 266.
Siebetcheu R. (2022), "L'italiano nei ristoranti in Africa. Analisi percettiva e implicazioni didattiche", in *Studi italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 51, 2, pp. 378-396.
Turchetta B., Vedovelli M. (2018) (a cura di), *Lo spazio linguistico italiano globale: il caso dell'Ontario*, Pacini editore, Pisa.
Vedovelli M. (2005), "L'italiano nel mondo da lingua straniera a lingua identitaria: il caso Freddoccino", in *SILTA*, 35, 3, pp. 585-609.
Vedovelli M. (2015), "La condizione linguistica dei neoemigrati italiani nel mondo: problemi e prospettive", in Fondazione Migrantes, *Rapporto Italiani nel Mondo 2015*, Tau Editrice, Todi, p. 208.
Vedovelli M. (2020), "I nuovi scenari globali per l'italiano L2: modelli teorici e metodologici per una ricerca sulla crisi", in *Italiano LinguaDue*, 12, 2, pp. 16-28: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15048.

LEXICAL CHOICES AND CHANGES IN ITALIAN DINING MENUS IN MELBOURNE

Valentina De Iacovo[1], *John Hajek*[2]

1. INTRODUCTION

The post-World War II need to populate (*populate or perish*), mainly due to labour shortages and an insufficient birth rate, led Australia to establish a series of arrangements seeking large-scale one-way migration from several European countries, including Italy. Although most Italian emigrants would not benefit from government-subsidised passage (Cresciani, 1988), between 1947 and 1976 over 270,000 people left Italy to become the largest non-English-speaking migrant group in Australia (Castles, 1994; Cavaleri, 1997). The Italian areas most affected by this emigration to Australia were also those with a more difficult social and economic context (lack of jobs and services) in the north (Friuli-Venezia Giulia and Veneto) and the center-south (Calabria, Sicily, Abruzzo and Campania). In some cases there was an emptying out of entire Italian villages, which then reconstituted themselves in Australia's major cities (mainly Sydney, Adelaide and particularly Melbourne). Thus the first locally established Italian community groups were also born, through social and residential congregation, seeking work by word of mouth, and sustained by the shared desire to maintain their traditions and customs. Within this context food certainly played, and continues to play, an important role: the need to prepare Italian dishes led to demand for typically Italian ingredients such as Italian-style bread, pasta, coffee, tomato sauce, and olive oil, which entered and then became more generally available in markets and grocery stores (cfr. Helstosky, 2004). At the same time, the increasing availability of Italian food items was also linked to the opening and presence of Italian restaurants and bars, especially in areas with high Italian populations.

2. SOME BACKGROUND ON THE ITALIAN MIGRANT COMMUNITY AND ITS GEOGRAPHICAL AND LINGUISTIC LANDSCAPE IN MELBOURNE

2.1. *Lygon street and the Italian community in Melbourne*

The arrival of new migratory flows often brings with it the settlement of specific parts of the city and the modification of these spaces by newly arrived communities. In the case of Italians in Melbourne, reference is most often made to Lygon Street, which connects the post-war Italian suburbs of Carlton, Carlton North and Brunswick and is also located close to neighbouring Fitzroy. In particular, as the Anglo-Irish and Jewish residents who preceded the Italians in Carlton increasingly moved out of the suburb during the '50s (Mayne, Zygmuntowicz, 2004), it was in this neighbourhood that the best-known Little Italy in Australia was formed and then publicly acknowledged as such (by the 1960s every

[1] Università di Torino.
[2] University of Melbourne.

third or fourth house in Carlton-North Carlton was occupied by an Italian family, cfr. Lancaster Jones, 1964). It was composed of working class Italians and their families, such as the Viggianesi from Basilicata in Carlton and the Aeolian Sicilians in Carlton North and Brunswick, who became a point of reference for the stream of arriving villagers, as communities worked together to help relatives and friends find accommodation and work (Jupp, 2001; Dal Borgo, 2006). Employment was concentrated in the construction industry, factories, and markets. Over time many Italian-run small businesses (e.g., fruiterers, tailors, barbers, shoemakers, photographers) were also established, particularly along Lygon Street where Italian businesses increased from 14 to 47 between 1945 and 1960 (Lancaster Jones, 1964; Markus, Taft, 2015). In the mid-1960s in Carlton, which thus became a 'home away from home' for the Italian community, it was possible to read Italian newspapers in Italian bars, see an Italian film in the cinema, meet in an Italian club or café to play cards. Italian emigration brought with it and fostered the growth of "café culture" in Melbourne, with Italians being the first to open espresso bars in the city (Roach, 2024). Some now historic establishments also came into existence during those years: University Café (1952) run by the Milani family, the grocery store King & Godfree (1952) by the Valmorbida family, Toto's Pizza House (1961) by Salvatore Della Bruna, the coffee business Grinders (1962) by Giancarlo Giusti, the café Brunetti (1967), Universal Restaurant (1969), and Donnini's Restaurant (1979)[3]. The distinctly Italian characterization of Lygon Street and surrounding suburbs should be noted despite the fact that other ethnic groups also lived in the same neighborhoods including Greek, Jewish, and Lebanese communities. Activities typical of the Italian tradition (strolling, drinking coffee, playing cards) found a point of reference in Lygon Street, especially in Carlton, leading also to the establishment of the annual *Festa Italiana* street festival in 1978 and which continues today. The physical concentration of Italians as local residents was however only temporary: by the 1970s the Italian population of Carlton in particular began to move further out to larger and better quality housing in the newer, more spacious residential areas of Melbourne to the north. In turn Carlton has since that time also been subject to significant gentrification and demographic diversification (Hajek *et al.*, 2023). That said, this neighbourhood remains an important reference point for the Italo-Australian community still today, in which the landscape has evolved further.

The surrounding space includes important cultural institutions and landmarks such as the social welfare organization, CO.AS.IT. (*Comitato Assistenza agli Italiani*, Italian Assistance Committee), the Dante Alighieri Society, the Italian Museum, and the Italian-style Piazza, all of which help maintain an Italian identity in the area around and along Lygon Street (Hajek *et al.*, 2023). Various post-2000 waves of renewed migration from Italy (Baldassar, Pyke, 2014) to Melbourne have also produced a reaffirmation and regeneration of Italianness through the emergence of newer establishments (bars, restaurants, osterias, pizzerias) where the Italian product is not only associated with an experience of *italianità* but also of Australian cultural heritage. As a result, we see a mixing of old and new businesses, such as the more well-established TiAmo, and Brunetti, alongside more recent arrivals, DOC and Pidapipò, that emphasize their Italianness in the presentation of their business and products. Moreover, the opening of new businesses, such as DOC in particular (but also a number of others), has led not only to a conspicuous and increasingly ingredient-specific use of Italian terms but also to a visible and audible presence of young Italian-speaking staff from Italy (often on so-called working holiday visas).

[3] The documentary "Lygon Street: Si Parla Italiano" released in 2013 shows the story of many Italian bars and restaurants in the area during the '60s.

2.2. *The specialization of Italian lexicon in the food and dining sector*

In a linguistic space such as Australia where despite the official celebration of cultural and linguistic diversity, the dominance of English is largely unchallenged (Rubino, 2010; Hajek, Slaughter, 2014), languages (in this case Italian) other than the dominant language can be used to convey specific messages that can be associated with the enjoyment of an authentic and familiar experience and as an attempt to regain possession of meanings that would otherwise be lost (Bagna, Machetti, 2012; Hajek *et al.*, 2023). Referring to food, the cultural contents that are associated with the experience of eating and drinking are structured in the form of the words chosen to effectively communicate these experiences (Bombi, 2014) and which refer to a perception of different aspects of Italianness such as high quality of life, well-being, and creativity (Bagna, Machetti, 2012). Previous studies have already documented the wide presence of Italianisms associated with food and restaurant lexicon abroad (among others: Bagna, Machetti, 2012; Gallina, 2016; Coluzzi, 2017; Causa, 2023; Bagna, 2024). A second element to consider concerns the use of Italian dialect: for example, as noted by Iannaccaro, Guerini (2021), there is a clear functional specialization of dialect, a particular use of which seems to be reserved for the signs of commercial establishments in the food sector, particularly bars, pizzerias and restaurants. The use of dialect and regionalisms has already been studied by various scholars from the perspective of reappropriation of identity, including culinary (Telmon, 2002; Goria, 2012; Scaglione, 2017; Alfonzetti, 2021; Barco, Tronci, 2021). This study also serves, at least in part, as a continuation of the work by Hajek, Giannelli (2002), aiming to provide a more recent analysis of the Italian lexicon used in the restaurant industry in Melbourne.

2.3. *Research question and hypotheses*

The city of Melbourne represents an interesting case study for understanding the state of the Italian lexicon abroad because it has a very long history of Italian migration that has allowed the lexicon (particularly restaurant and food-related) to develop and evolve. Therefore, the objective of this study is to analyse lexical choices in Italian by referring to the context of the restaurant industry, particularly menus and restaurant signs. Our hypothesis is that alongside the terminology that has now entered the vocabulary for some products connoted as typically Italian (e.g. mozzarella, pizza, tiramisù), there is a conscious choice in the use of more specific terms such as placenames, hyponyms and regionalisms and dialectalisms with the objective of describing and thus enhancing the named product. It seems to us that the use of Italian alone is no longer sufficient to convey a message of authenticity and to foster a positive product experience. Instead, there is an increasing tendency to add, through more specifically selected terms, information (often geographical in nature) about the product that makes it and its consumption truly unique.[4]

3. METHODOLOGY

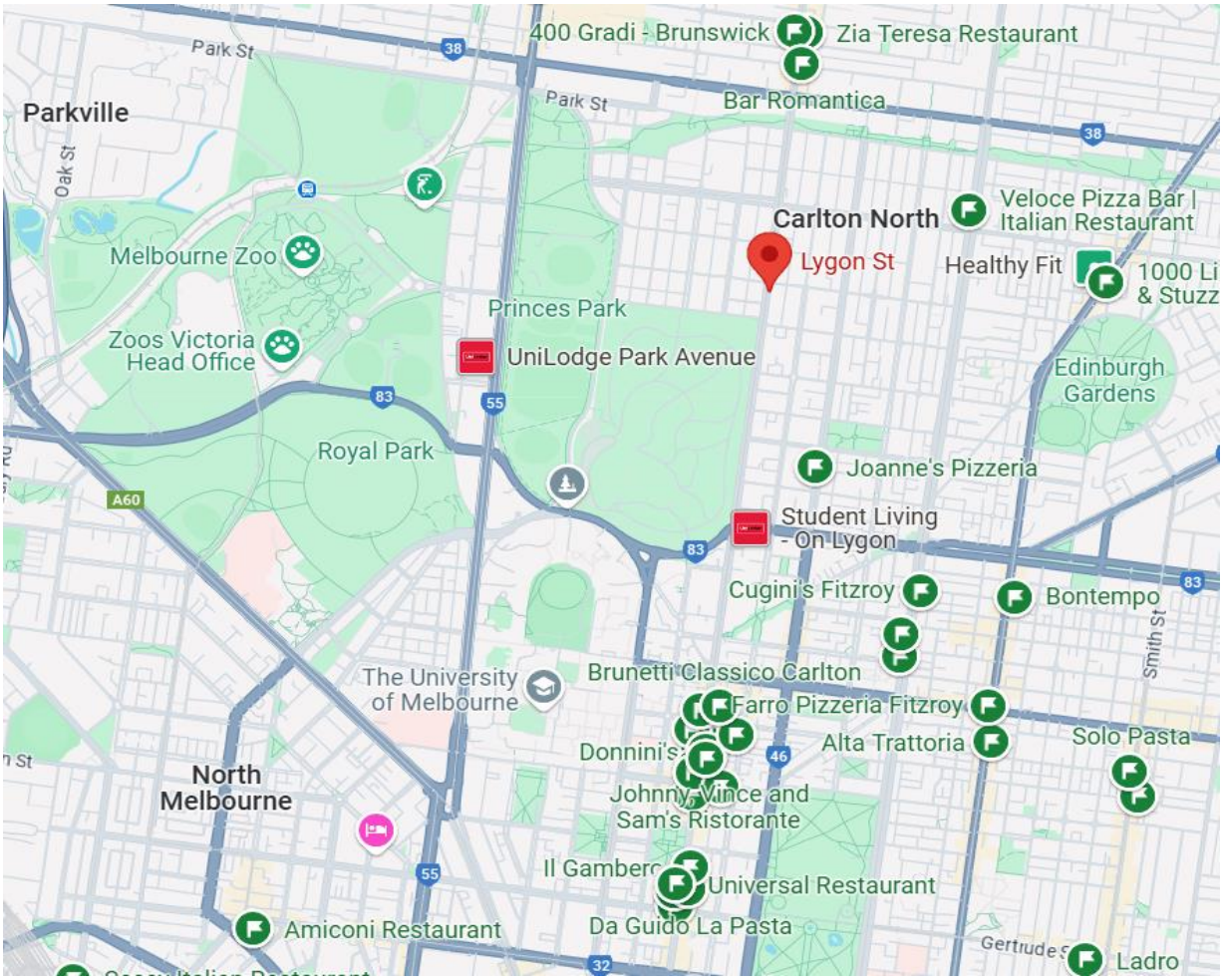
3.1. *Data collection*

The data collection was carried out in two phases: firstly, the signs and menus of eateries along Lygon Street and the surrounding historically Italian neighbourhoods (Carlton, Brunswick and Fitzroy) were identified and photographed. Subsequently,

[4] See, instead, Marcato (2011) for the overuse of the term *Italian* in the culinary lexicon of North America.

additional Italian food business present in Melbourne were identified and added to the corpus, giving a total of 100 establishments (restaurants, pizzerias, bars and osterias) that were analysed. For each venue we considered the menu (print and/or online), and additional descriptions (often used to contextualize and tell the story of the venue).

Picture 1. *Zoom-in on a portion of the Italian premises considered along or near Lygon Street*



3.2. *Data analysis*

From the photos and menus (pdf), 67,943 words were then extracted and grouped successively according to frequency for a total of 6,501 final words analysed. There is a ratio of 1:3 for Italian vs. English nouns (1,003 Italian and 3,068 English) and around 1:2 for adjectives (315 Italian and 726 English); there are also 106 words of foreign origin (see later) and other parts of speech (abbreviations, determiners, conjunctions, verbs, adverbs). However, items with the same name in Italian and English (e.g. avocado, banana, lime, mango) were excluded. The top 20 most frequent nouns in the corpus include: tomato, sauce, mozzarella, cheese, garlic, chicken, pizza, basil, parmesan, olives, latte, fior (di latte), onion, chilli, salad, cream, mushrooms, pasta, lemon, and prosciutto. We present below the catalogued terms based on the following classification:

a) General vocabulary;
b) Regional dishes and products;
c) Types of pasta;
d) Adjectives;
e) Placenames;
f) Borrowing from other languages;
g) Spelling variation;
h) Other considerations related to the menus.

General vocabulary

Ingredient names include[5]:

- **basic ingredients**:
  aceto, avena, bevande, bibite, buccia, burro, cacao, caffè, carne, cioccolata, farina, fetta, fiasco, formaggio, frutta, granella, latte, latticini, maionese, miele, mostarda, nettare, olio, oliva, origano, ortaggio, pane, pangrattato, panna, pasta, pepe, riso, sale, salsa, salsine, seme, senape, sfilatino, sfoglia, sottaceto, tartufo, tuorlo, uova, verdura, vino, zucchero;

- **names of fruits, vegetables and legumes**:
  aglio, agretti, agrumi, ananas, arancia, asparagi, barbabietola, basilico, bieta, broccoli, capperi, carciofo, carota, cavolfiore, cavolo, ciliegie, cipolla, (pomodoro) datterino, fagioli, fagiolini, farro, fava, fichi, fico, finocchio, foglia, fragola, friarelli (or friarielli), frutto, funghi, insalata, lattuga, lenticchie, limone, mandarino, mandorla, mela, mela cotogna, melanzana, menta, mirtillo, misticanza, nocciola, noci, ortica, orzo, patate, peperoncino, peperoni, pera, pinoli, piselli, pistacchio, pomodori, pomodorino, pompelmo, porcini, porro, prezzemolo, radicchio, rapa, rosmarino, rucola, sanguinella, sarde, sardine, sedano, spinaci, spugnola, trombette, zafferano, zucca, zucchine;

- **meat and sausages**:
  affettati, agnello, anatra, animelle, arrosto, battuta, bistecca, bresaola, bue, canguro, capocollo, capra, capretto, cinghiale, coniglio, coppa, costata, costine, costoletta, cotechino, cotoletta, creste, culatello, culatta, fegatini, filetto, galletto, gallo, girello, guancia, guanciale, lardo, lingua, lonza, maiale, maialino, manzo, midollo, mortadella, ossobuco, pancetta, pancia, petto, pollastro, pollo, porchetta, prosciutto, quaglia, salame, salsiccia, salumi, scaloppine, speck, spezzatino, suino, tagliata, vitello;

- **fish, shellfish and crustaceans**:
  acciughe, alici, aragosta, baccalà, bottarga, calamaretti, capesante, caviale, cicale di mare, cozze, frutti di mare, gamberetti, gamberi, gamberoni, granchio, ostriche, polpo, salmone, scampi, seppia, tonno, trota, vongole;

- **cheeses and dairy products**:
  burrata, cacio, caciocavallo, cacioricotta/ricotta salata, fior di latte, gorgonzola, grana, mascarpone, mozzarella, pecorino, provola, provolone, ricotta, robiola, scamorza, stracchino, stracciatella, toma, tomino;

[5] Both singular and plural forms can be found.

- **beverages**:
  acqua, amaro, ammazzacaffè, aranciata, birra, cappuccino, chinotto, digestivi, espresso, grappa, grappino, limonata, liquore, sidro;

- **desserts**:
  affogato, biscotti, bomboloni, ciambelle, crostatina, gelati, granita, pannacotta, praline, semifreddo, sorbetto, tiramisù, torta, zabaglione, zeppole;

- **dishes or specific prepared food items**:
  bruschetta, calzone, caramello, carpaccio, ciabatta, colatura (di alici), crema, crespelle, crocchè, crocchette, crostini, focaccia, fonduta, frittata, guazzetto, marmellata, minestrone, passata, patatine, pesto, pinzimonio, pizza, pizzetta, polpette, polpettone, purea, ragù, risotto, salmoriglio, stufato, sugo, tartina, terrina, tortino, vellutata, zuppa;

- **tools**:
  argenteria, casserola, coltello, griglia, forno, padella, piatto, pinze, tagliere;

- **types of dishes or courses:**
  antipasto, assaggini, colazione, contorno, degustazione, dolce, formula, primi[6], pranzo, proposte, scelta, secondi, selezione, spuntini, supplemento;

- **food-related places and professions:**
  badia, casa, cascina, caseificio, cava, cucina, enoteca, fattoria, frantoio, macellaio, masseria, mugnaia, orto, ovile, pasticceria, pastificio, pizzeria, podere, poggio, produttori, ristorante, tenuta, terrazze, trattoria, vigna, vigneti, vineria;

- **reference to persons**:
  cacciatore, casalinga, nonna, nonnarella, paesano, pescatore;

- **terms related to food and catering**:
  allergeni, appetito, aroma, certificati, condimento, consorzio, denominazione, di stagione, glutine, ingredienti, opzioni, origine, pausa pranzo, prodotti, ricette, riserva, sapore, scarpetta, spolverata, strati.

Interestingly, we note the frequent use of diminutives for ingredient names (broccoletti, broccolini, bufalina, burratina, calamaretti, ciabattina, lattughino, mortazza, mozzarelline, rucolino) and dishes (calzonicino, grappino, polpettine, tortina, zeppoline).

Table 1 shows the frequencies of some typical Italian products in Italian and English. A few immediate observations can be made about these: one of the quintessential Italian terms, mozzarella (745 tokens), is directly collocated with cheese in only 93 cases. There is, on the other hand, frequent use of the term fior di latte, a specific type of mozzarella, in 367 cases. This is preceded by mozzarella in 49 cases. Oil appears 285 times, including 136 with olives first and 29 times in the abbreviation EVO (extra virgin oil). Olio, on the other hand, appears only 25 times. Some terms appear with similar frequencies in Italian and English (prosciutto vs ham, gelato vs ice cream) than others (pomodoro[7] vs tomato, caffè vs coffee). It is also interesting that words like cheesecake (18 entries) are used as loans in Italian (cheesecake al pistacchio).

[6] In menus both *primi* (pl.) and *paste* (pl.) are used.
[7] Note that tomato is preceded by San Marzano in 130 occurrences (see later).

Table 1. *Frequencies of some Italian products in English and Italian of the corpus analysed*

term (En)	frequency	term (It)	frequency
mozzarella cheese	93	fior di latte	367
olive oil	136	olio	25
ice cream	75	gelato	71
ham	208	prosciutto	224
tomato	941	pomodoro	107
coffee	84	caffè	12

The creation of new words is also present (tipomisù, nutellamisù, pistacchiotella, covaccino, bombolini) (cfr. Vedovelli, 2005).

Regional dishes and products

There are many terms used in Italian or dialect of typical regional Italian dishes or products, here listed by region.

Abruzzo: caggionetti, incasciati, ventricina (also Molise);

Calabria: nduja, soppressa, soppressata;

Campania: delizia al limone, gnocchi alla sorrentina, montanarine, pacchetelle, (zucchine) a scapece;

Emilia Romagna: aceto balsamico, crescione, gnocco fritto, parmigiano reggiano, piadina, squacquerone, tigelle, torta tenerina;

Friuli-Venezia Giulia: montasio (also *Veneto*), orzotto;

Lazio: amatriciana, carbonara, gricia, maritozzi, pecorino romano, saltimbocca alla romana;

Liguria: barbagiuan;

Lombardia: cotoletta/ossobuco/risotto alla milanese, gremolada, panettone, sbrisolona;

Piemonte: bagna cauda, gianduiotto, giardiniera, grissini, insalata russa, salsa verde, vitello tonnato (alla piemontese);

Puglia: frisella, impepata di cozze alla tarantina, panzerotto, puccia, pomodori scattarisciati;

Sardegna: pane carasau, fregola;

Sicilia: arancino/a[8], cannoli, caponata, cassata, cipollina, sfinci/sfincione, parmigiana, pesto trapanese;

Toscana: cantucci, corzetti, finocchiona, pappa al pomodoro, ricciarelli, schiacciata, vincotto;

Valle d'Aosta: fontina, vitello alla valdostana;

Veneto: cicchetti, risi e bisi, sardelle in saor (alla veneta), sgroppino.

And generally in the north (baci, canestrelli, polenta, veneziane, Taleggio) and central-south (ciambotta, panzanella). A placename is often used alongside the term (see later).

[8] There is extensive use of *arancini* (88) vs *arancine* (1) and *arancino* (1).

Types of pasta

One aspect related to the regionality of dishes also concerns the specific names of Italian pasta and the corpus presents several hyponyms. The most frequently appearing include cannelloni, cappellacci, cappelletti, casarecce (and caserecce), (spaghetti alla) chitarra, conchiglie, conchiglione, fagottini, farfalle, fettuccine, fusilli, garganelle, gnocchetti, gnocchi, incasciati, lasagne, linguine, maccaroncini, maccheroni, mafalde, mafaldine, mezzemaniche, pappardelle, penne, pipe (rigate), ravioli, ravioloni, reginette, rigatoni, sorpresine, spaghetti, spaghettini, spaghettoni, strozzapreti, tagliolini, tortelli, tortelloni, trenette, and ziti. But we also find some pasta names more typical of specific regions such as agnolotti (del plin), tajarin (*Piemonte*), pansotti (*Liguria*), tagliatelle, tortellini (*Emilia Romagna*), gnudi (*Toscana*), bucatini, tonnarelli (*Lazio*), calamarata, paccheri (*Campania*), cavatelli, orecchiette (*Puglia*), culurgiones (*Sardegna*).[9]

Adjectives

Among the many adjectives in our corpus, it is worth noting those referring to:

- **placenames**:
  calabrese, cetarese, ferrarese, ligure, lucana, mantovana, napoletana, pantesco, piemontese, romagnolo, romano, sardo, siciliano, taggiasche, tirolese, toscano, trevisana, umbra, valdostana, valpadana, veneto, veneziana, veronese;

- **placenames with a precise culinary meaning**:
  (alla) amatriciana, (olive) ascolane, (ragù) bolognese, (insalata/torta) caprese, (alla) fiorentina, fiorentina, genovese, Nerano, (cotoletta alla) milanese, (pizza) napoletana, Norma, (gnocchi) alla sorrentina, (impepata alla) tarantina, (pesto) trapanese, (alla) veneta;

- **type of preparation**:
  abbrustolita, affumicato, ai ferri, alla cacciatora, arrostita, caramellata, condito, crudaiola, essiccata, filata, fritti, gratinati, grigliati, imbevuto, imbottite, in umido, mantecato, marinate, panato, pastellate, pizzaiola, punta di coltello, ripieni, saltati, scottati, tostato, trifolati;

- **phrasal forms**:
  alla acqua pazza, allo scoglio, (aceto) balsamico, in agrodolce, al cartoccio, al nero di seppia, al verde, alla pescatora, mare monti, (crema) pasticcera.

Placenames

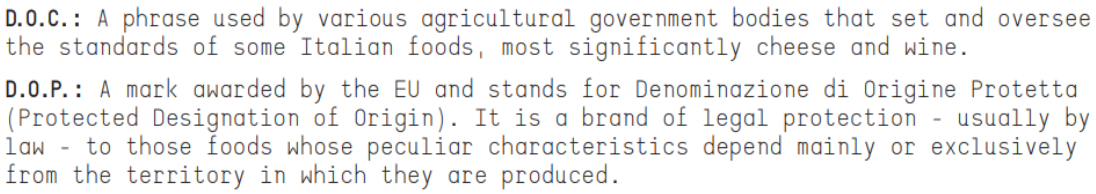
In addition to the names of regions (Abruzzo, Basilicata/Lucania, Campania, Emilia Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Sardegna, Puglia (and Salento), Piemonte, Sicilia, Toscana) and cities (Aosta, Asti, Genova, Latina, Milano, Modena, Napoli, Oristano, Palermo, Roma, Torino, Treviso, Venezia, Vibo Valentia), more specific place names are mentioned in reference to the particular locations especially associated with the product: Amalfi, Arborio, Asiago, Bronte, Canale, Capri, Carella, (bella di) Cerignola, Colonnata, Conegliano, Cremona, Etna, Garda, Ischia, Itria, Langhe, Majella, Malvasia, Mantovana, Maranello, Martina Franca, Mazara, Moncenisio, Montalcino, Montasio, Montevecchio, Nerano, Nocellara del Belice, Norcia, Ortona, Pantelleria, Portobello, Roccella, San Daniele, San Marzano, Saracco, Scalia, Sorrento, Spilinga, Susa, Tropea, Vigevano, Zibello. We find a similar pattern for grape varieties

[9] See also Gamba (2004).

(Avola, Barbera, Brunello, Chianti, Cortese, Fiano, Malvasia, Montepulciano, Primitivo, Sangiovese, Sangioveto, Saronno, Susumaniello, Tufo, Valpolicella, Vermentino).

Placenames are often used to enhance the value of the product (crudo di Parma, capocollo di Martina Franca, lardo di Colonnata, prosciutto San Daniele, pomodoro San Marzano, formaggio Monte Veronese), together with the use of the abbreviations DOC (Denominazione di Origine Controllata) DOP (Denominazione di Origine Protetta) and DOCG (Denominazione di Origine Controllata e Garantita). Effort is also made to explain abbreviations and their worth (see Picture 2 below).

Picture 2. *Guidance on the meaning of acronyms D.O.C. and D.O.P. in a menu*



The adjectival use of regional names is also sometimes present in English: ligure[10] (1 occurrence) vs Ligurian (6), piemontese (4) vs Piedmontese (1), veneto (11) vs Venetian (1), toscano (6) vs Tuscan(y) (18), calabrese (54) vs Calabrian (9), siciliano/Sicilia (26) vs Sicilian/Sicily (52).

Borrowings from other languages

Of course Italian is not the only language found alongside English. The corpus also contains a hundred foreign items not of Italian origin, many well-known to Italians as well as food connoisseurs everywhere. They are mainly of:

- French origin (à la minute, entrée, roquette, noir, sauvignon, gourmet, purée, blanc, rose, champagne, chardonnay, tartare, confit, mayonnaise, croutons, bisque, cabernet, béchamel, croquette, coulis, rosé, merlot, omelette(s), cointreau, mousse, brie, crème, tapenade, cuisine, ganache, gratin, trufe, café, crêpe, domaine, hollandaise, rosti, soufflé, baguette, champignon, consommé, croissant, fraîche, fromagerie, grenache, patisserie, profiteroles, bavaroise, beurre, charcuterie, citronette, cré, cuvée, feuillétée, michelle, noisette, pierre, reserve, sauvignion, sauce, valerie, vieille, vins);
- Spanish (chorizo, tortilla, guacamole, margarita, jalapeño, queso, guindilla, patatas, serrano, rosado, sangria, paella, sierra, bueno, vallformosa, veganita, Kahlúa, tequila);
- Japanese (wagyu, yuzu, miso, gyoza, tempura, hiramasa, panko);
- Greek (kalamata, tzatziki, souvlaki, pita, saganaki, halloumi);
- German (schnitzel, spatzle);
- Jewish (kosher);
- Korean (kimchi);
- Portuguese (curaçao, peri).

[10] All declined forms are counted.

Spelling variations

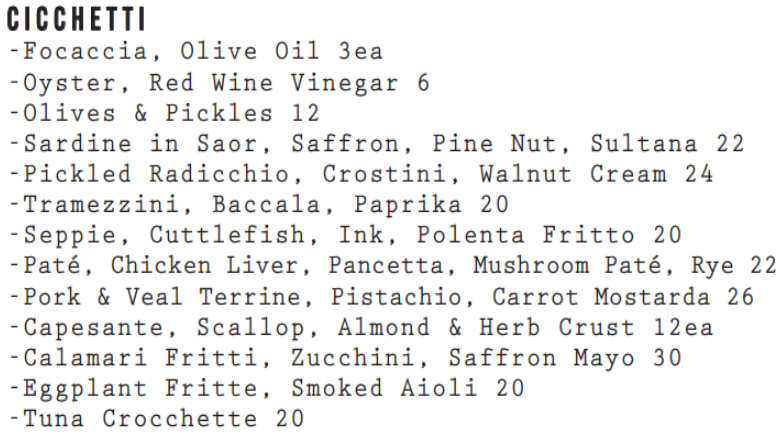
Finally, spelling variations is also often present, possibly due to dialectal and/or English influence (de)gemination, (de)voicing, vowel change:

- (de)gemination (affogatto, arrabiata, aranciatta, buratta, buffala, capriciosa, cappriccosa, foccacia, pangratatto, parmiggiano, pepperonata, piaciutto, quatro formagi, riccota, salatta, salsicia, sambucca, scotatto, tallegio);
- spelling (alio, bruscetta, bushetta, fungi, gnocci, marsano, mossarella, pistaccio, porchini, kalabrese, raghu);
- (de)voicing (affumigato, corgonzola, spagliato, formacio, marcherita);
- wrong or omitted accent (baba, baccala, caffe, tiramisu, ragu, caffé, tiramisú);
- vowel change (arincini, coteletta, crispella, mecchiato, melenzane, napole, sugu, selsiccia, napolitana, porcine, spaghete, volcaneno);
- gender or number agreement (calabresa, scaloppini, semolina);
- clear typographical errors (tramisu, mozzarellla, pzzeria, tascana);
- (non-)use of preposition (pesce di giorno, risotto di giorno, insalata finocchio, bacio di pantesco).

Other considerations related to the menus

The use of Italian and English is typically mixed, not only when the Italian word involves a precise reference to originality and tradition, but even when the word is in increasingly common use in English. An example is the menu in Picture 3 where we find in the description of dishes and ingredients the use of Italian words (e.g. radicchio, baccalà, vino rosso, risotto, gnocchetti, tramezzini, focaccia, cotechino) mixed with English terms (tuna, shallot, peas, tomato). To this regional Italian is also added (cicchetti, cucina veneta, risi e bisi, sardines in saor), alongside the use of borrowings from French (paté, terrines) and mixed use of plural adjectival agreement with the head noun (calamari fritti, eggplant fritte[11]).

Picture 3. *Screenshot of a restaurant menu*



[11] In the case of eggplant fritte, we may have underlying agreement with melanzane fritte.

CUCINA VENETA

-Polpette in Sugo, Meatballs, Tomato, Scamorza 28
-Eggplant, Goat Cheese, Mint, Pine Nuts 25
-Clams, Cinzano Bianco, Salsa Verde, Chickpeas 32
-Cauliflower, Monte Veronese, Almond 25
-Gnochetti Tirolese, Salumi, Parmigiano 28
-Bigoli Duck Ragu Veronese, Mushroom 30
-Risi e Bisi, Risotto, Peas, Pancetta 28
-Spatchcock, Shallot, Radicchio 38
-Cotechino, Braised Lentils, Vino Rosso 38

Another typical aspect is the use of Italian words that evoke a reference to Italian food and culinary authenticity and tradition (nonna, buon appetito, quanta fame hai?).

Picture 4. *Screenshot of a restaurant menu*

MEATBALLS **16.9**

Nonna's famous meatballs slow cooked in a rich napoli sauce 3478kj

The choice of Italian words is in a few cases accompanied by an English translation, with an educational function (cfr. Bagna, 2024). Picture 5 is an example of this. In other cases, information may be added on how to pronounce the word alongside a description of the dish (Picture 6).

Picture 5. *Screenshot of a restaurant menu*

BENVENUTI!

"CON NOI", IN ITALIAN, MEANS "WITH US".

Picture 6. *Screenshot of a restaurant menu*

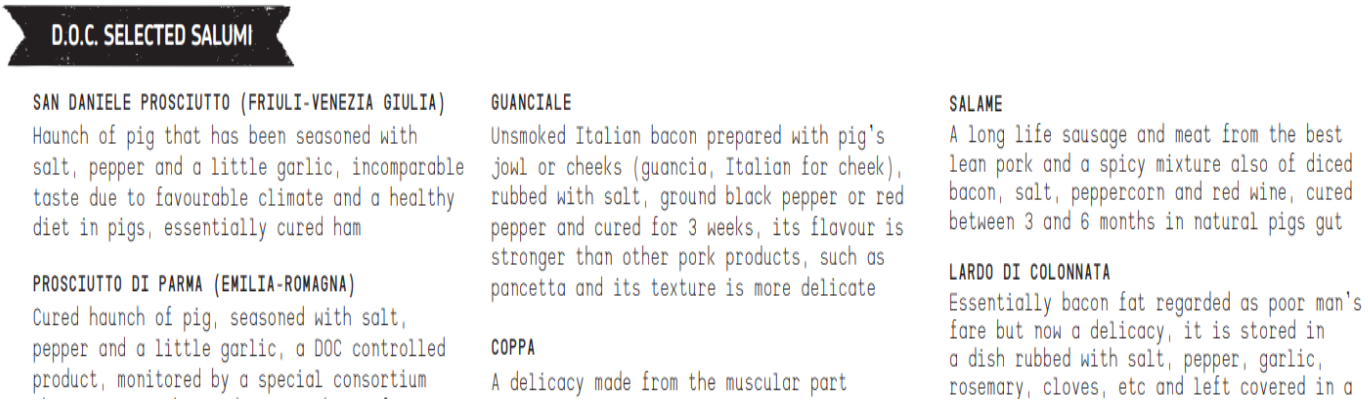
Baccalà Mantecato

(bahk/kah/lah – mante/kato)

A Venetian specialty of dried salted cod paste whipped with extra virgin olive oil and garlic

More interesting is the choice, in some cases, to provide an explanation of dishes as well as geographical product information. Picture 7 below is part of a menu offered by DOC which provides detailed information about the product (parts of the animal, ingredients used, preparation) alongside specific geographical references (Friuli-Venezia Giulia, Emilia Romagna).

Picture 7. *Screenshot of a restaurant menu*



There is often also a section on restaurants' websites that recounts the associated family history, to affirm the authenticity of the product and reconnect with Italian tradition. In many cases, reference is made to the neighbourhood (Lygon Street) and the year the business was opened (even when it is more recent), the names of the people who founded it and their history of emigration from Italy. Picture 8 below shows part of the website section giving information about the opening of the University Café.

Picture 8. *Screenshot of a restaurant menu*



4. Conclusions

The purpose of this contribution is to give a detailed overview of the lexical denotation and presentation of Italian dining in and around Lygon Street, Carlton, Melbourne's Little Italy. A number of observations emerge from our data. In the first instance, there is an overwhelming presence of Italian culinary lexicon as part of Melbourne's food and cultural heritage, often mixed in with other culinary linguistic traditions (e.g. French). Linked to the use of a very wide range of Italian terms is the frequent mention by different establishments to the tradition and history of those who founded them. Such efforts represent not only a reference to Italian food but also an attempt to keep the Italian migrant and culinary history of the city alive. That said, the use of Italian lexicon is not unproblematic: errors are commonplace. A second point concerns newer establishments, such as DOC, that are seen as particular ambassadors of the authenticity of Italian food and wine products by using not only Italian terms on their menus but also by enriching them with geographic references and hyponyms in a way that is meant to bring out the Italian culinary experience. This is in line with a change already present in some regions

of Italy that sees the juxtaposition of dialectal and regional culinary terms with a more accurate and authentic description of the product (cfr. Goria, 2012). In the case of Australia, such matters are even more interesting because it involves references to specific Italian regional elements within a context far away from Italy but where the Italian language has played different roles over time – first as a language of emigration, then as a heritage language, and today once again as a spoken first language among more recently arrived Italians. Moreover, Australian diners do not need to understand the meaning of each lexical term, but their visual presence on menus (sometimes also supported by explicit textual explanations) plays an important role in reinforcing the Italianness of their dining experience. Finally, the large number of written Italian terms present on menus can also be seen to have positive indirect implications: their presence can enhance conversations between customers and staff about a specific dish, its preparation, ingredients and its origin. In this regard, it would be interesting, in a future study, to evaluate how the Italian terminology we have identified is perceived and understood by non-Italian-speaking customers.

REFERENCES

Alfonzetti G. (2021), "MeCavaddu. Fast food & grill bar: il dialetto nel paesaggio linguistico catanese", in Bernini G., Guerini F., Iannaccaro G. (eds.), *La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico. Ricerche e riflessioni*, Sestante Edizioni, Bergamo, pp. 41-58.

Bagna C. (2024), "Parole e immagini dell'italianità: il caso "Little Big Italy" a Buenos Aires e gli italianismi dell'enogastronomia", in San Vicente F., Esposito G., Sanna I., Terrón Vinagre N. (eds.), *La lengua italiana en la hispanofonía / La lingua italiana in ispanofonia*, Quaderni del CIRSIL, pp. 65-75.

Bagna C., Machetti S. (2012), "LL and (Italian) Brand and Menus names: a survey around the world", in Hélot Ch., Barni M., Janssens R., Bagna C. (eds.), *Linguistic landscapes, multilingualism and social change. Diversité des approches*, Peter Lang, Frankfurt, pp. 217-232.

Baldassar L., Pyke J. (2014), "Intra-diaspora knowledge transfer and 'new' Italian migration", in *International Migration*, 52, 4, pp. 128-143.

Barco S., Tronci L. (2021), "Il dialetto nella costruzione del marchio Salento: Un'indagine a partire dalle insegne commerciali", in Bernini G., Guerini F., Iannaccaro G. (eds.), *La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico. Ricerche e riflessioni*, Sestante Edizioni, Bergamo, pp. 89-108.

Bernini G., Guerini F., Iannaccaro G. (2021), *La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico. Ricerche e riflessioni*, Sestante Edizioni, Bergamo.

Bombi R. (2014), "Italicità, food e slow food. Una nuova dimensione culturale ed espressiva", in Bombi R., Orioles V. (eds.), *Essere italiani nel mondo globale oggi. Riscoprire l'appartenenza*, Forum, Udine, pp. 65-76.

Castles S. (1994), "Italians in Australia: The impact of a recent migration on the culture and society of a postcolonial nation", in *Center for Migration Studies special issues*, 11, 3, pp. 342-367.

Cavaleri L. (1997), "Emigrazione italiana e politica di accoglienza australiana: assimilazione, integrazione e multiculturalismo", in *Quaderni della Sezione di Glottologia e Linguistica*, 9, pp. 57-88.

Causa S. (2023), "Italian loanwords in contemporary Japanese language: semiotic linguistic landscape study in Kyoto", in *Kwartalnik Neofilologiczny*, 4, pp. 642-646.
Coluzzi P. (2017), "Italian in the linguistic landscape of Kuala Lumpur (Malaysia)", in *International Journal of Multilingualism*, 14, 2, pp. 109-123.
Cresciani G. (1988), *Emigrati o compari: vita italiana in Australia / Migrants or mates: Italian life in Australia*, Knockmore Entreprises, Sydney.
Dal Borgo A. G. (2006), "Signs of Italian culture in the urban landscape of Carlton", in *Italian Historical Society Journal*, 14, 1, pp. 2-9.
Fischler C. (1988), "Food, self and identity", in *Social Science Information*, 27, 2, pp. 275-292.
Gallina F. (2016), "The Italian language in the Tanzanian LL: Between the Italian way of life and mass tourism", in Blackwood R., Woldemarlam H., Lanza E. (eds.), *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, Bloomsbury, London, pp. 37-54.
Gamba C. (2004), "Un settore etnolinguistico: le denominazioni dialettali della pasta alimentare in area italiana", BA Dissertation.
Goria E. (2012), "Il dialetto nella comunicazione commerciale: il caso torinese", in *Rivista Italiana di Dialettologia*, 36, pp. 129-149.
Hajek J., Giannelli L. (2002), "L'impatto della cucina mediterranea nel Pacifico", in Silvestri D., Marra A., Pinto I. (eds.), *Saperi e sapori mediterranei: la cultura dell'alimentazione e i suoi riflessi linguistici*, Quaderni di AION, Napoli, pp. 1205-1229.
Hajek J., Slaughter Y. (2014), *Challenging the monolingual mindset*, Multilingual Matters, Bristol.
Hajek J., Hasnain A., Hanson C. (2023), "Exploring the Italianità of Melbourne's Little Italy: Lygon Street, Carlton", in Hajek J., Kretzenbacher H. L., Norrby C., Schüpbach D. (eds.), *Multilingualism and pluricentricity: A tale of many cities*, Mouton de Gruyter, Berlin, pp. 123-146.
Helstosky C. (2004), *Garlic and oil: food and politics in Italy*, Berg Publishers, Oxford.
Jupp J., ed. (2001), *The Australian People: an encyclopedia of the nation, its people and their origins*, Cambridge University Press, Cambridge.
Lancaster Jones F. (1964), "Italians in the Carlton area", in *Australian Journal of Politics and History*, 10, 1, pp. 83-95.
Mayne A., Zygmuntowicz K. (2004), "Changing fortunes. Postwar Carlton", in Yule P. (ed.), *Carlton. A History*, Melbourne University Press and Carlton Residents Association, Carlton, Victoria, p. 45.
Marcato C. (2011), "Italian in parole del cibo in Nord America", in Bombi R, Orioles V. (eds.), *Nuovi valori dell'italianità nel mondo. Tra identità e imprenditorialità*, Forum, Udine, pp. 157-164.
Markus A., Taft M. (2015), "Post-war immigration and assimilation: A reconceptualisation", in *Australian Historical Studies*, 56, 2, pp. 234-251.
Pascoe R. (1992), "Luogo e comunità: la costruzione di uno spazio italo-australiano", in Castles S., Alcorso C., Rando G., Vasta E. (eds.), *Italo-australiani. La popolazione di origine italiana in Australia*, Fondazione Giovanni Agnelli, Torino, pp. 173-187.
Roach A. (2024), "Italian migration and café culture in Melbourne: race, assimilation, and cultural valorisation", in *LSE Journal of Geography & Environment*, 2, 1, pp. 1-8.
Rubino A. (2010), "Multilingualism in Australia: Reflections on current and future research trends", in *Australian Review of Applied Linguistics*, 33, 2, pp. 17.1-17.21.
Scaglione F. (2017), "Dialetto e Linguistic Landscape: il caso delle insegne delle attività commerciali a Palermo", in Marcato G. (ed.), *Dialetto uno nessuno centomila*, CLEUP, Padova, pp. 185-196.
Telmon T. (2002), "Regresso culturale e recupero modaiolo dei dialetti locali del Piemonte. Una lettura sociolinguistica dell'onomastica della ristorazione", in

Silvestri D., Marra A., Pinto I. (eds.) *Saperi e sapori mediterranei: la cultura dell'alimentazione e i suoi riflessi linguistici*, 2, Quaderni di AION, Napoli, pp. 335-350.
Vedovelli M. (2005), "L'italiano nel mondo da lingua straniera a lingua identitaria: il caso 'freddoccino'", in *Studi italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 34, pp. 585-609.

LE MAFIE NEI PAESAGGI LINGUISTICI ITALIANI A BUENOS AIRES: PRODUZIONE DI SENSO, MEDIAZIONI E RICEZIONE DI UN GENERE DISCORSIVO

Francesca Capelli[1]

1. INTRODUZIONE

Camminare per strade di Buenos Aires significa imbattersi in tracce onnipresenti dell'immigrazione italiana in Argentina che si stratificano nello spazio pubblico di Buenos Aires sotto forma di paesaggi linguistici[2] (PL), sedimentati seguendo le ondate migratorie che dal Vecchio Continente si sono susseguite tra la fine del XIX secolo fino a oggi, sebbene con motivazioni e traiettorie molto diverse. Toponimi italiani (Plaza Italia, Palermo…) e adattati (Pompeya…), targhe commemorative, marchi di imprese (alcune delle quali storiche, come Techint, Pirelli, Grimoldi…), insegne, vetrofanie, poster, volantini costituiscono un amalgama semiotico prodotto da diversi attori sociali, istituzionali (*top down*) e non (*bottom up*), diretto a un pubblico diversificato.

Tali segni sono talmente pervasivi (Frontera 2022, Capelli e Ariolfo 2023) da risultare ormai normalizzati, (non)percepiti come elemento endogeno del paesaggio urbano e linguistico, a differenza, per esempio, dei PL in cinese, circoscritti a precise aree urbane e limitati esercizi commerciali e gastronomici.

Tuttavia le immagini non sono mai neutrali, men che meno innocenti. Come scrive Leonor Arfuch (2009: 20, traduzione propria), «anche l'immagine più ingenua porta con sé una visione del mondo e si ascrive in un contesto riconoscibile di intelligibilità e infine non sfugge a una valutazione in termini dei suoi effetti di senso».

Tra i segni in lingua italiana nei PL disseminati per la città di Buenos Aires, colpisce un nutrito gruppo di segni a tema cinematografico, che costituiscono il corpus del progetto di ricerca 2023-24 "Desde *La Dolce Vita* al *Padrino*: el cine y los paisajes lingüísticos italianos de Buenos Aires. Símbolos, (auto)representaciones y estereotipos de la italianidad y sus condiciones de reconocimiento", condotto all'Instituto de investigación de la Escuela de Lenguas Modernas dell'Universidad del Salvador.

Alcuni di questi PL sono utilizzati nelle insegne di negozi a cui danno il nome, soprattutto bar e ristoranti (*Il sorpasso*, *Amici miei*, oggi chiuso, *La dolce vita*…). Altri si trovano al loro interno, come elementi di arredo e decorazione: è il caso dei ristoranti Pinuccio, Danilo, Sottovoce, alle cui pareti sono appese foto e poster di film italiani.

Si tratta per lo più film molto noti, entrati nel canone della cinematografia mondiale, titoli diventati quasi proverbiali, che anche un non esperto potrebbe citare a braccio, magari senza nemmeno averli visti, oppure foto di divi famosi a livello internazionale, come Sophia Loren, Marcello Mastroianni e Alberto Sordi.

[1] Universidad del Salvador, Buenos Aires.

[2] Intesi come l'insieme dei segni comunicativi (testi, immagini, grafica) che combinano – sotto forme discorsive diverse – varie modalità semiotiche che appaiono configurate nei messaggi che circolano in una determinata città, quartiere o zona, come in Ariolfo (2017), Ariolfo, Mariottini (2018), Mariottini (2019).

Tra queste "visualità"[3], spiccano alcune referenze più o meno esplicite alle mafie italiane, campo di studi che in Argentina rappresenta un'area vacante delle scienze sociali. Si tratta di fotogrammi tratti dalla trilogia de *Il Padrino* e insegne che ne imitano l'estetica, giochi di parole, uso di termini riferibili al codice mafioso (onore, vendetta…).

Da qui l'idea di analizzare i PL, il cui studio è spesso limitato al repertorio della variazione linguistica presente nelle iscrizioni, come indicatori delle modalità con cui si struttura il potere economico, politico e culturale di determinati gruppi, a partire del grado di visibilità raggiunto – per influenza diretta o indiretta – nello spazio pubblico.

Mettere in relazione mafia e PL può apparire un ossimoro, in virtù del cliché della cultura del silenzio che accompagna il fenomeno mafioso e che sembra inconciliabile con la visibilità connaturata ai PL.

In realtà, come ci ricorda Enzo Ciconte (2017: 171), uno dei principali esperti di mafia in Italia,

> ancora adesso c'è chi pensa che il mafioso abbia le labbra cucite. Ma non è così. Da tempo i mafiosi hanno sentito il bisogno di far conoscere il proprio pensiero. […] In Calabria hanno scelto di pubblicare CD musicali. […] A Napoli e in Campania c'è il fenomeno dei cantanti neomelodici e di alcune canzoni che danno veri e propri messaggi. E poi ci sono le processioni, che servono per lanciare i loro messaggi di potere e che fanno apparire i mafiosi così forti da essere in grado di far fermare persino i santi e farli inchinare[4]. A Roma non si è ancora spento l'eco di uno sfarzoso funerale[5]. In provincia di Catania un esponente mafioso ha fatto affiggere manifesti giganti per annunciare il battesimo del figlio raffigurato con una coppola bianca.

Non è semplice capire se i PL a tema mafioso rispondano a una orchestrata strategia comunicativa, siano una semplice strizzata d'occhio o solo una combinazione di ingenuità e cattivo gusto. Rispondere a questa domanda non è compito di una ricercatrice in sociolinguistica, che può tuttavia interrogarsi sul valore di parole e simboli e di come questi possano trasformarsi in moneta di scambio accettata nel mercato linguistico, secondo la terminologia e la concettualizzazione di Bourdieu (2001) e Angenot (2010), in una prospettiva nella quale i discorsi hanno un valore e un prezzo, si domandano, si offrono, si scambiano, riflettendo i conflitti per l'egemonia e per il «controllo dei limiti del pensabile». (Angenot, 2010:79, traduzione propria).

Pertanto chi scrive, nel momento della progettazione di questa ricerca (tra il 2019 e la prima parte del 2020), ha preteso riempire un doppio vuoto accademico e di indagine in Argentina.

A dispetto delle molteplici relazioni sociali, politiche, economiche e culturali tra l'Italia e l'Argentina, lungo oltre due secoli di storia condivisa, così come della vasta letteratura scientifica sui più diversi aspetti connessi alla diffusa presenza italiana nel Paese, è significativo rilevare la sistematica insufficienza degli studi dedicati a problematizzare la presenza, sia storica sia attuale, delle mafie italiane nel Paese che ospita il maggior numero di cittadini italiani residenti fuori dall'Italia (Balsas, 2019).

[3] Secondo la definizione del dizionario enciclopedico Treccani, «insieme delle caratteristiche esterne, quali appaiono e si impongono alla vista, con riferimento a rappresentazioni grafiche, fotografiche, figurative». Il termine ci sempre il più completo per indicare un congiunto di testo-immagine-grafica dove nessuno dei tre elementi è scorporabile nell'analisi e ancillare agli altri: il testo non è la didascalia delle immagini, l'immagine non è l'illustrazione del testo e la grafica non è un effetto decorativo.

[4] Si veda a questo proposito il film *Alla luce del sole* di Roberto Faenza, sulla figura del prete antimafia Don Pino Puglisi, in particolare la scena in cui il religioso rifiuta i contributi economici delle famiglie mafiose per la tradizionale processione del patrono, un atto che i boss locali percepiscono come una dichiarazione di guerra.

[5] Si riferisce con ogni probabilità ai funerali di Vittorio Casamonica, nell'agosto del 2015.

In tal senso, si potrebbe sostenere che la nozione stessa di "mafia" (Giorlandini, 1990) – la sua origine storica, la sua area di influenza geografica, le sue differenti declinazioni territoriali (Cosa Nostra, Camorra, 'Ndrangheta, Sacra Corona Unita), l'insieme delle attività illecite che essa svolge, la sua struttura di potere, ecc. – non risulta sufficientemente definita nell'agenda pubblica locale e finisce frequentemente per essere banalizzata e assimilata a qualsiasi forma di clientelismo o corruzione.

Di fronte a tale carenza di informazioni di natura accademica, i mezzi di comunicazione – prima quelli a stampa e poi quelli audiovisivi – hanno assunto la (ri)presentazione del fenomeno mafioso secondo i propri interessi (Balsas, 2021, 2022), ancorati alla spettacolarizzazione costruita sui cliché, gli stereotipi e le rappresentazioni sociali legate al gangsterismo (Aguirre, 2010; Zinni, 1975; González, 1971), come ben descrive Balsas (2023). Ancora oggi, il concetto di gangsterismo risulta utile per analizzare gli immaginari sulle mafie italiane in Argentina che permeano la cultura locale attraverso l'industria audiovisiva, la quale, in assenza di interpretazioni più informate, assume un ruolo strategico, come si vedrà nell'analisi del focus group.

A riprova di ciò, basti pensare ai simboli e al lessico mafioso presenti in telenovelas, miniserie, film, ecc., con riferimenti espliciti al film *Il Padrino*, per esempio. Tuttavia, come sottolineano i contributi di diversi autori e autrici appartenenti agli studi sulle mafie, in Italia come all'estero, le mafie italiane hanno attraversato, a partire dalla seconda metà del XX secolo, un profondo processo di trasformazione ed evoluzione (Ravveduto, 2019; Sergi, Lavorgna, 2016; Varese, 2011; Forgione, 2009).

Va detto che in anni recenti, oltre ai citati lavori di Balsas, è stata analizzata la connessione Argentina-Italia durante la dittatura del 1976-1983 (Asciutto, Hidalgo, Izaguirre, 2016) che mette in evidenza la trama di interessi politici ed economici tra la loggia P2, la mafia e la Giunta militare.

Da questa prospettiva, risulta necessario mettere in dialogo casi di studio, discorsi e tradizioni disciplinari differenti al fine di avanzare nella caratterizzazione del fenomeno mafioso a livello locale, nella possibile identificazione e riconoscimento dei tratti che gli sono propri e nella valutazione del suo potenziale impatto sulla cultura.

D'altro canto, questa scarsità di iniziative di ricerca contrasta con le numerose occorrenze di riferimenti alle mafie italiane, riconoscibili in manifesti, graffiti, cartelloni, insegne, opuscoli pubblicitari, capi di abbigliamento, accessori di moda, tatuaggi, ecc., che popolano lo spazio pubblico di Buenos Aires.

I paesaggi linguistici, intesi come l'insieme dei testi, iscrizioni e segni visivi presenti nello spazio pubblico reale e virtuale, rappresentano un ambito di studio di natura interdisciplinare che coinvolge sociologia, antropologia, educazione, lessicologia, architettura, urbanistica, geografia, storia, economia e diritto (Mariottini, 2019, 2016, 2013; Rubdy, Ben Said, 2015; Marín Rojo, 2014; Ben Rafael, 2006).

Si tratta di un campo di ricerca relativamente giovane a livello mondiale, istituzionalizzato ufficialmente nel 2008 con la prima conferenza internazionale sul tema, benché si possano individuare precedenti già nell'ultima decade del secolo scorso, che mettevano in relazione il fenomeno della globalizzazione con i mutamenti intervenuti nel mercato linguistico (Van Dijk, 1995).

In linea generale, le pubblicazioni relative al contesto argentino tendono a concentrarsi sugli aspetti lessicali e grammaticali delle lingue in questione, oppure sui diritti linguistici, con l'intento di rendere visibili le lingue minoritarie (Begonchea, 2019; Bonnin, Unamuno, 2019; Córdoba-Hernández, Yataco, 2018; Hipperdinger, 2018; Vilar, 2019). Al contrario, gli aspetti visivi che contribuiscono alla configurazione di tali discorsività non sono stati generalmente oggetto di problematizzazione, né – fino a oggi – hanno ricevuto un'attenzione adeguata all'interno degli studi sui paesaggi linguistici italiani all'estero.

2. METODOLOGIA

Questa ricerca è iniziata in modo sistematico nel 2020, in piena pandemia e si è concretizzata in due progetti approvati dall'Instituto de investigaciones della Escuela de Lenguas Modernas de la Universidad del Salvador di Buenos Aires.

Nell'impossibilità fisica di frequentare archivi e biblioteche per le restrizioni sanitarie, in quel periodo come ricercatori e ricercatrici abbiamo dovuto inventare un altro modo di accedere alle fonti. E dal momento che l'unica mobilità concessa era la *passeggiata di prossimità*, ho iniziato a percorrere le strade del mio quartiere e di quelli limitrofi alla ricerca di segni a tema mafioso tra quelli in lingua italiana presenti nei PL della città di Buenos Aires.

Precedenti osservazioni etnografiche compiute da chi scrive suggerivano, per serendipità, che la ricerca sarebbe stata fruttuosa e che avrebbe potuto contribuire al riempire quel doppio vuoto accademico evidenziato nell'introduzione. Già nel 2019 era stato identificato dalla sottoscritta un primo caso nel quartiere di Coghlan a Buenos Aires: una pizzeria (oggi spostata al confine tra Coghlan e Villa Urquiza) denominata *La mafia mozza* (Figure 1 e 2).

Figura 1.

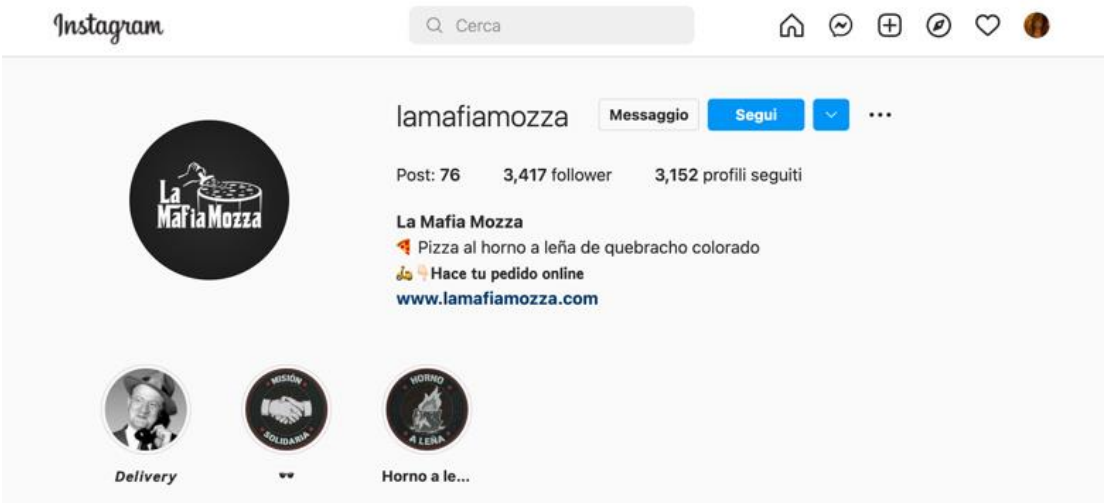
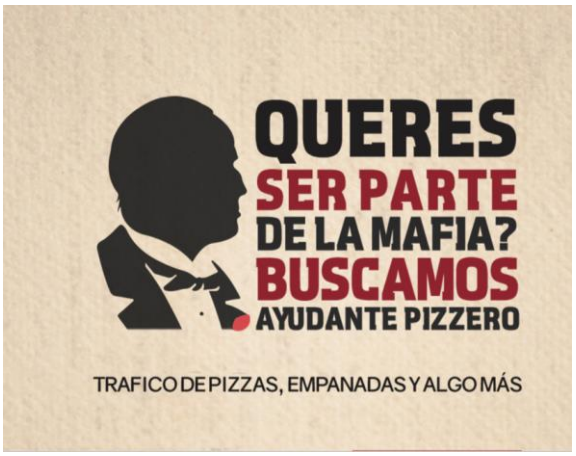


Figura 2.



Sempre quell'anno, un manifesto della campagna elettorale (Figura 3) dell'allora presidente Mauricio Macri, all'incrocio tra av. Balbín e c. Roosvelt (Belgrano), nominava esplicitamente l'impegno del suo partito nella lotta alle mafie[6].

Figura 3.



Lo strumento di raccolta è stato inizialmente la fotocamera dello smart phone, coadiuvata da screenshot di reti sociali, guide gastronomiche e app come *Street View*, secondo le indicazioni di Pink (2007). La rete degli informanti si è arricchita di amici e parenti che hanno collaborato con le segnalazioni e, nel 2021, dopo l'approvazione del progetto Sigeva Usal (80020200100115US), dei componenti del gruppo di ricerca. I quartieri di Buenos Aires da cui provengono le immagini (raccolte in un database di circa 150 referenze) sono prevalentemente: Parque Patricios, Constitución, Once, Almagro, Villa Crespo, San Telmo, Saavedra, Belgrano, Coghlan, Villa Pueyrredón, Recoleta, Palermo y Puerto Madero, oltre a un ristretto numero di località del conurbano e della provincia di Buenos Aires.

In un secondo momento sono state realizzate tre visite etnografiche in tre ristoranti italiani: *Arte de mafia*, *L'omertà Cucina d'onore* (tematici) y *La Locanda.*

La scelta dei tre locali è avvenuta secondo i seguenti principi:

- visibilità: i segni in tema mafioso non sono nascosti, ma anzi ostentati come parte dell'arredamento e della decorazione, a rafforzare la fisionomia commerciale del ristorante;
- ubicazione in quartieri alla moda e di classe alta;
- nessun precedente noto e penalmente rilevante relazionato a vincoli con criminalità organizzata. Le ricerche in questo senso si sono basate, attraverso Internet, su eventuali articoli pubblicati dai mezzi di informazione;
- segnalazioni su guide gastronomiche di prestigio;
- accessibilità (ricordiamo che queste visite sono avvenute tra la fine del 2020 e per tutto il 2021, quindi con tutti i limiti legati alle restrizioni pandemiche, tali da condizionare la scelta).

[6] In realtà il riferimento più antico individuato nella ricerca, per la quale l'autrice ha collaborato con la dott.a María Soledad Balsas, ricercatrice del Conicet, è una pizzeria di Tandil, che oggi non esiste più, *Pizza Nostra* (con grafica ispirata al film *Il Padrino*), la cui pubblicità è presente su un giornale locale (Eco de Tandil) del 1999.

Arte de mafia è il ristorante più vecchio, si trova nel quartiere di Palermo ed è classificato come uno dei migliori locali gastronomici di Buenos Aires della *Guía Óleo* del 2013. Il locale è pieno di foto, cimeli, gadgets che ricordano la mafia siciliana e italo-americana, in una marmellata semiotica di cinema e realtà, dove le foto di Don Vito Corleone – Marlon Brando si mescolano a quelle di Al Capone.

L'omertà si trova a Porto Madero ed è fortemente tematizzato al punto che i camerieri vestono secondo il cliché dei mafiosi siciliani di inizio '900, con tanto di coppola e bretelle. È molto grande e scelto da gruppi familiari numerosi per riunioni e feste di compleanno.

La Locanda, ristorante specializzato in cucina sarda, è a Recoleta e, pur non prettamente tematico, nomina la mafia in un cartello all'ingresso (in inglese), regalo – secondo il racconto del proprietario – di un cliente di ritorno da un viaggio negli Usa. Tuttavia lo stesso proprietario, nato in Sardegna, sottolinea con molta convinzione (quasi a sottrarsi da possibili critiche o accuse) il fatto che, nella sua regione d'origine (Sardegna), non abbia mai attecchito una mafia autoctona.

Nei tre ristoranti è stata compiuta un'osservazione partecipante, consumando un pasto come cliente, oltre ad aver scattato foto e conversato in modo informale con il personale (proprietario, camerieri, cuochi…).

Anche se inizialmente la ricerca doveva concentrarsi prevalentemente su esercizi gastronomici, l'autrice si è imbattuta in varie barberie a tema mafioso, aperte a Buenos Aires proprio nel periodo della raccolta dati. Tra queste è apparsa particolarmente significativa la barberia (*barber shop*) *Della Mafia* di Recoleta, tanto da essere scelta come case study per questo stesso paper.

Pur non potendo essere considerate vere interviste etnografiche (come concettualizzato da Guber, 2011), le pratiche adottate mutuano dalla tecnica etnografica alcune caratteristiche, tra cui la spontaneità, le libere associazioni, la non direttività, la categorizzazione differita. Infine, le informazioni raccolte sono state completate con articoli di giornali, saggi, informazioni trovate sul Web.

Nel maggio 2023 è stato inoltre realizzato un *focus group*, a cui si sono aggiunte visite etnografiche a cineforum e pagine Facebook di appassionati di cinema.

3. Domande come punto di partenza

Le prime domande che ci siamo posti davanti a questa circolazione di parole, immagini e simbologie mafiose riguardano la loro accettabilità sociale. Perché non generano rifiuto o scandalo in Argentina? Come avrebbe reagito l'opinione pubblica in Italia davanti alle stesse insegne?

Una vicenda emblematica ha coinvolto la famiglia di Totò Riina, mandante della strage di Capaci del 1992. Nel 2017, a un mese dalla morte del boss in regime di 41bis, una delle sue figlie, Maria Concetta, cerca di lanciare il marchio *Zù Totò* (con tanto di foto del mafioso nel logo, Figura 4) per la vendita online di capsule da caffè e olio.

Figura 4.



Le proteste sono state numerosissime e la piattaforma di e-commerce che ospitava il negozio online ha bloccato l'account nel giro di poche ore[7].

Altrettanto clamore ha creato l'apertura a Parigi, nel 2018, del ristorante *Corleone by Lucia Riina*, l'ultimogenita del boss. Travolta dalle polemiche e dalle proteste (comprese quelle del sindaco di Corleone che non gradiva vedere il nome della città associato al cognome Riina), ha tolto la propria griffe dall'insegna del ristorante, per poi abbandonare l'attività dopo pochi mesi[8]. Infine, il fratello Salvo ha provato, con scarso successo, a rilanciare l'immagine della famiglia nel 2019, vendendo su Internet t-shirt e custodie per cellulare, personalizzate con il brand *Riina family life*, a scopi benefici[9].

Perché a Buenos Aires non si è sollevata la stessa ondata di proteste e indignazione, in un paese dai forti legami con l'Italia e dove il fenomeno mafioso è conosciuto? Perché un locale può esporre un claim che recita *In questo ristorante la bocca si apre solo per mangiare* (Figura 5), senza che a nessuno suoni sinistro, inadeguato, non etico, o almeno di cattivo gusto? Perché lo Stato italiano non interviene attraverso l'ambasciata?

Figura 5.



In altri casi lo ha fatto. Un precedente riguarda la catena di pizzerie spagnole *La mafia se sienta a la mesa*, che all'inizio del 2014 contava 34 locali in tutta la Spagna, per la quale lo

[7] I principali quotidiani italiani, nazionali e locali, hanno dato la notizia: https://www.corriere.it/cronache/17_dicembre_07/caffe-cialde-zu-toto-bloccata-pagina-vendite-online-812a43c4-db37-11e7-a83d-f3d4e0aded34.shtml. https://www.palermotoday.it/cronaca/mafia/zu-toto-riina-vendita-caffe-olio-ciavarello.html. https://gds.it/articoli/cronaca/2017/12/05/zu-toto-figlia-di-riina-lancia-linea-di-caffe-e-bufera-2517dbae-4c32-4b73-a212-4392f3a57ad2/. https://gds.it/articoli/economia/2017/12/07/caffe-zu-toto-bloccata-la-vendita-online-delle-cialde-dedicate-al-boss-riina-1b47270b-caf5-4193-a8c5-65490de61699/ (notare che il Giornale di Sicilia, con redazione centrale a Palermo, dà la prima volta la notizia in cronaca e due giorni dopo la relega alle pagine di economia).

[8] https://www.corriere.it/cronache/19_gennaio_08/figlia-toto-riina-ristorante-parigi-20929b5c-1357-11e9-bf49-18644da0d07c.shtml; https://www.rainews.it/archivio-rainews/articoli/parigi-figlia-del-boss-riina-inaugura-ristorante-sindaco-di-palermo-inaccettabile-ci-danneggia-4889d33b-255b-48aa-ac9b-296851402d58.html; https://www.palermotoday.it/cronaca/lucia-riina-chiude-ristorante-parigi.html.

[9] Si può notare che si tratta di una ri-significazione della pratica mafiosa di aiutare famiglie povere, con donazioni o aiuti nella ricerca di un posto di lavoro, che serviva alla criminalità organizzata per raccogliere consenso sociale, voti al momento di candidarsi in politica e crearsi un'immagine di "Stato alternativo" che sopperisce alle inadempienze delle istituzioni.

Stato italiano, nel 2015, ha chiesto e ottenuto dall'Ufficio europeo dei brevetti l'annullamento della registrazione del marchio[10], che era avvenuta nel 2006[11]. Il motivo dell'annullamento risiede nell'utilizzo del nome di un'associazione criminale, quindi contrario all'ordine pubblico e al buon costume e pertanto illegale. L'Unione Europea ha considerato un argomento sufficiente il fatto che il marchio promuovesse un'immagine positiva della mafia, banalizzandone la dimensione criminale, invitando i clienti a entrare a far parte della *famiglia*. La comunità italiana in Spagna si era chiesta come sarebbe stato l'effetto se la catena si fosse chiamata *L'Eta si siede a tavola*.

Mutuando lo stesso argomento, viene da chiedersi quali sarebbero le reazioni se in Argentina qualcuno intitolasse un ristorante alla Triple A, alla Giunta militare del 1976, a Videla, alla Esma (il più grande centro clandestino di detenzione della dittatura).

Alcuni elementi possono offrire piste di riflessione e indagine. Per esempio, il fatto che nel Codice Penale argentino non sia tipificato il reato di associazione di tipo mafioso (416bis del Codice Penale italiano) e che quindi il termine "mafia" venga utilizzato per designare qualsiasi forma di corruzione, malaffare, traffico illegale (*mafia de los traperos*, *mafia de los juicios laborales*…). In questo modo, se tutto è mafia, niente è più mafia. La parola perde un referente preciso e si svuota di senso.

Un altro aspetto che contribuisce a stemperare la portata criminale del fenomeno riguarda i riferimenti ai protagonisti. A differenza del marchio *Zù Totò*, che reca riconoscibilissima la foto di Totò Riina, nessun mafioso reale appare nei PL di Buenos Aires, dato che l'apparato iconografico fa riferimento soprattutto alla dinastia di don Vito Corleone, personaggi creati dal romanziere Mario Puzo, a cui Francis Ford Coppola abbina i volti di Marlon Brando, Al Pacino e James Caan.

Fa eccezione il ristorante *Arte di Mafia*, che mescola personaggi immaginari e storici e alle cui pareti, con le immagini di Al Capone e Lucky Luciano, Marlon Brando e Al Pacino (Figura 6), compaiono anche – in una stessa cornice – Paolo Borsellino (ucciso in un attentato mafioso nel 1992, poche settimane dopo la strage di Capaci, in cui era morto Giovanni Falcone) e alcuni boss italiani (Figura 7).

Figura 6.



[10] La catena di ristoranti può comunque continuare a operare con quel nome, ma non può vantare la proprietà del marchio.

[11] https://www.itagnol.com/2018/03/la-mafia-stop-dellunione-europea-alla-catena-di-ristoranti-spagnoli/.

Per la precisione, Salvatore Biondino (in alto a sinistra), Santino Di Matteo (in basso a sinistra, padre di Giuseppe, il ragazzino rapito e sciolto nell'acido nel 1993 su ordine di Giovanni Brusca, per vendetta contro il padre che nel frattempo era diventato un collaboratore di giustizia) e Salvatore Cancemi (in basso a destra, anch'esso collaboratore di giustizia), tutti legati al clan dei Corleonesi, al cui vertice stavano Totò Riina, Bernardo Provenzano e Luciano Liggio (non a caso, il santino che si vede in una scena del *Padrino* rappresenta proprio San Leoluca, patrono di Corleone).

La ricercatrice non è invece riuscita a identificare il personaggio in basso al centro con gli occhiali, nemmeno con l'aiuto di alcuni amici cronisti siciliani, esperti del tema.

Figura 7.



L'accostamento, nella stessa cornice (in senso fisico e discorsivo), del giudice Borsellino e di alcuni personaggi coinvolti direttamente (Biondino e Cancemi) o indirettamente nella sua morte, genera un flusso di segni contrastanti e incoerenti nel quale stentiamo a trovare un significato (o forse non vogliamo trovarlo). Peraltro, sono del tutto assenti, da questo apparato figurativo, i mafiosi argentini contemporanei di Capone e Luciano, ossia i membri della banda Galiffi, come se il fenomeno mafioso autoctono in Argentina fosse stato scotomizzato dal discorso pubblico.

Il messaggio è quasi sempre mediato dall'apparato iconografico, testuale e grafico del film *Il Padrino*, malgrado in Argentina sia uscito in contemporanea, nel 1972, con altri due film sullo stesso tema: *La maffia* di Leopoldo Torre Nilson (ispirato alle vicende della Banda Galiffi di Rosario) e *Mimì Metallurgico tradito nell'onore* di Lina Wertmuller.

Come dire che l'ordine egemonico imposto dalla cinematografia statunitense ha tolto dall'impaccio gli argentini, evitando loro di affrontare i propri nodi interni rispetto ai gruppi di crimine organizzato che operano nel paese, ma anche rispetto al racconto epico e consolatorio di un'immigrazione costituita esclusivamente da *gente de bien*.

Come testimoniano i giornali dell'epoca (che avevano trattato il caso del sequestro e l'assassinio di Abel Ayerza nel 1933, il più eclatante e "mediatico" tra i delitti della Banda Galiffi), i componenti della comunità italiana, intervistati, si affannavano – comprensibilmente – a differenziarsi dai Galiffi e a descrivere se stessi come onesti lavoratori, indizio di quel pregiudizio anti-italiano diffuso a inizio secolo e che, nelle ultime decadi, è cambiato di segno e si è trasformato in idealizzazione acritica di tutto ciò che porta il marchio Made in Italy.

Fu proprio lo smantellamento della banda Galiffi a installare la convinzione che la mafia italiana (propriamente intesa) fosse stata definitivamente sconfitta in Argentina. Sappiamo che la realtà storica è diversa, come testimoniano gli interrogatori fatti dal giudice Carlo Palermo nel 1983 in Argentina, nell'ambito dell'inchiesta parlamentare sulla Loggia P2 e il traffico di armi per la guerra delle Malvinas o il viaggio del giudice Giovanni Falcone a Buenos Aires, nel giugno del 1991, circa un anno prima dell'attentato di Capaci.

Niente di tutto questo emerge, nemmeno indirettamente, nelle discorsività da noi esaminate. L'immagine dell'Italia (dato che il fenomeno mafioso è sfaccettato e non si limita a Cosa Nostra siciliana), così come è proiettata e riconosciuta in Argentina, non lascia spazio alle tensioni, alle articolazioni, a una disamina critica, serena ma rigorosa, di quei tratti meno positivi e desiderabili dell'italianità che si vorrebbe non vedere. Non vederli, peraltro, sembra il risultato di una rimozione storica, date le dimensioni e la pervasività del fenomeno mafioso nel mondo.

4. "AGARRAR LOS CÓDIGOS"

Ciò che segue è un esempio di analisi delle discorsività presenti nei PL a tema mafioso, basandoci sulle categorie concettuali di Steimberg (1991), che a loro volta sono il risultato della sua lettura di Bakhtin (1982), ossia esaminando tratti tematici, retorici e discorsivi.

Per questa analisi è stata scelta scelto la barberia (*barber shop*) *Della Mafia* (con i locali gastronomici, il tipo di impresa dove più frequentemente appaiono PL a tema mafioso) di Recoleta, un quartiere di classe alta di Buenos Aires.

Il negozio ha aperto a marzo 2020, proprio in coincidenza con il lockdown in Argentina, è riuscito a sopravvivere ai mesi in quarantena e attualmente sta funzionando a pieno regime. È frequentato da personaggi dello spettacolo e si presenta, nella pubblicità, come il luogo più antico di Recoleta.

Le immagini che analizziamo sono l'insegna, un volantino pubblicitario e alcune pubblicità sulle reti sociali (Instagram).

4.1. *Tratti tematici*

I tratti tematici hanno a che vedere con ciò che è considerato buono, adeguato, giusto, auspicabile. In questo caso, quelli che sono indicati come i "valori" della mafia, a cominciare dalla famiglia, a cui si fa riferimento in Figura 8, un annuncio pubblicitario di Instagram per la ricerca di personale.

Figura 8. *L'annuncio pubblicitario*



Intervistato nel luglio 2021 per un programma del *Canal de la Ciudad*[12] (il canale tv istituzionale del Gobierno de la Ciudad di Buenos Aires), il proprietario del negozio dichiara:

> La palabra mafia tiene una connotación bastante negativa, tratamos de sacarle lo positivo a lo negativo, agarrar los códigos, como la familia, los códigos internos… No es una barbería para hombres, solamente. Es una barbería que, si bien tiene una decoración bastante masculina, también tiene esa parte del fondo, que vos ves ahí, que es bastante ambos sexos, femenina y acá entran justamente mujeres, niños, mascotas, lo que sea […] Somos totalmente abarcativos en todos los géneros. Nos gusta eso, que sea una representación de lo que es la unión familiar.
>
> [La parola "mafia" ha una connotazione piuttosto negativa, ma noi cerchiamo di tirarne fuori il lato positivo: prendere i suoi codici, come l'idea di famiglia, le regole interne… Non è una barberia solo per uomini. È una barberia che, anche se ha un arredamento piuttosto maschile, ha anche quella parte in fondo, che vedi lì, che è più neutra, adatta a entrambi i sessi. Qui vengono donne, bambini, animali domestici, chiunque […] Siamo completamente inclusivi verso tutti i generi. Ci piace che il posto rappresenti proprio questo: l'unione familiare].

Il codice mafioso di fedeltà alla famiglia (la cosca) viene quindi risignificato come un concetto positivo, simbolo di unione e armonia, di un ambiente di lavoro amichevole e

[12] https://www.youtube.com/watch?v=SjEYnVDB_KU&ab_channel=CanaldelaCiudad.

accogliente. Risulta quindi svuotato dell'apparato simbolico mafioso (il patto di sangue, la sudditanza, la fedeltà al capo…) che invece pretenderebbe riscattare.

Un aspetto degno di nota è l'insistenza del titolare sulla politica inclusiva («mujeres, niños, mascotas, lo que sea…»)[13], malgrado il maschilismo insito nei codici mafiosi, quei codici interni che lui stesso rivendica come positivi.

Come ha dichiarato Giovanni Falcone in un celebre libro-intervista scritta a quattro mani con la giornalista francese Marcelle Padovani (1991: 76), «l'unica donna veramente importante per un mafioso è e deve essere la madre dei suoi figli, le altre sono tutte puttane».

Questo non significa che le donne siano sempre state marginali o estranee al fenomeno mafioso. Veronica Vegna (2017: 15) scrive, riferendosi nello specifico a Costa Nostra, che:

> La donna, soprattutto nella funzione di madre, svolge un ruolo fondamentale nel garantire l'esistenza dell'organizzazione mafiosa: oltre a generare figli, la madre è anche colei che trasmette i 'valori' di Cosa Nostra alla propria prole, facilitando così l'identificazione della famiglia di sangue con quella di mafia. La funzionalità dell'universo femminile all'interno dell'organizzazione criminale […] è però anche un'arma a doppio taglio[14] per la mafia.

Enzo Ciconte (2017: 139), in riferimento alla 'Ndrangheta calabrese, osserva che «alle donne era affidata la trasmissione dei valori mafiosi attraverso l'educazione dei figli, che venivano allevati nella cultura dei padri, maschilista e al tempo stesso mafiosa».

Sempre Ciconte (*ibidem*) specifica che la presenza femminile è stata a lungo invisibilizzata e sottovalutata: le donne come "presenze silenziose" di cui nessuno parlava. Silenziose ma potenti. Erano dappertutto, presenza di cui non si poteva fare a meno, erano accanto ai loro uomini in casa, a crescere i figli e ad accudire la famiglia perché i mariti erano sempre fuori oppure erano in galera; durante i lunghi anni di prigionia le mogli erano impegnate in un via vai dalle carceri a trovare i mariti, a raccogliere i desideri, a portare all'esterno ordini. Erano in casa a educare le figlie che si sarebbero sposate con un altro giovane, anche lui figlio di un uomo d'onore.

E in effetti il layout del negozio rispecchia questa bipartizione:

- la parte frontale, che si affaccia all'esterno – quindi al mondo, alle relazioni sociali – vede l'uomo come protagonista, grazie alle foto di mafiosi (tutti gangster italo-americani, a cui sono dedicate le varie postazioni);
- il fondo, che funziona come sala d'attesa, riproduce – secondo le parole del proprietario – "la tipica casa italiana" del 1920-30. È la parte unisex del locale, in linea con la tradizione che relega la donna al privato, alla casa, alla famiglia.

Tuttavia, questo congelamento del femminile in un ruolo specifico non dà conto della realtà attuale, nella quale le donne hanno acquisito protagonismo e, soprattutto quando il marito è in prigione, assumono un ruolo di potere e di comando. Un fenomeno che Ombretta Ingrascì (2021: 7) ha denominato *pseudoemancipazione* dal momento che avviene all'interno di regole e gerarchie patriarcali. Non a caso, le donne protagoniste spesso sono anche vittime, quando tradiscono i codici mafiosi, perché diventano collaboratrici di giustizia (come Lea Garofalo, uccisa dal marito) o perché si innamorano dell'uomo sbagliato.

[13] *Ibidem*.

[14] A doppio taglio perché, nel momento in cui perde un figlio, la donna di mafia è disposta a tradire, a costituirsi parte civile al processo (come nel caso della madre di Peppino Impastato) o a diventare collaboratrice di giustizia.

4.2. *Tratti retorici*

I tratti retorici riguardano i giochi di parole, le figure retoriche, le immagini in relazione con il testo, l'ibridazione di generi (fotografia, pittura, cinema…).
Oltre al gioco di parole basato sul doppio senso del termine "famiglia", di cui si è parlato nei tratti tematici, nell'insegna (Figura 9) e sul volantino del negozio (Figure 10 e 11) appaiono due oggetti con funzione metonimica: il cappello di Lucky Luciano e un rasoio tradizionale (che forma l'ultima A della parola "mafia"), strumento del barbiere ma anche arma del cosiddetto "tagliagole", richiamato in Figura 12 (tratta da Instagram), dove appare lo stesso doppio senso, questa volta giocato a livello iconico e non più testuale.

Figura 9. *L'insegna del negozio*



Figura 10. *Volantino del negozio*



Figura 11. *Volantino del negozio*

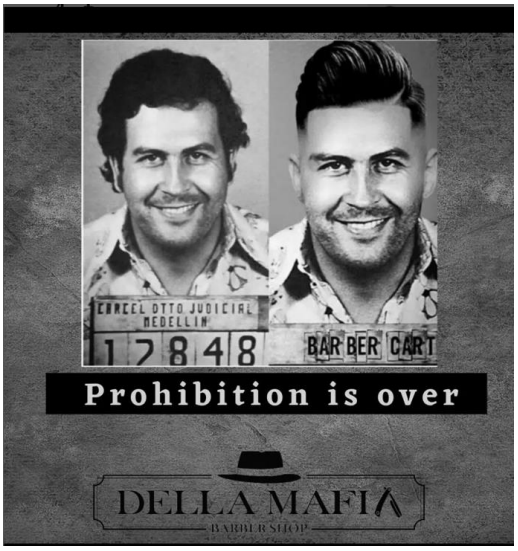


In questi materiali si mescolano tre lingue: italiano, inglese e spagnolo (nella varietà rioplatense, evidente in parole come *vení*, *tragos*...). L'identità *porteña* del negozio si esprime nel motivo decorativo in stile *filete* che si vede sul volantino.

All'interno del negozio ogni postazione è dedicata a un famoso gangster della mafia newyorkese (Al Capone, John Dillinger, Frank Costello…), coerentemente con targhe automobilistiche statunitensi originali appese alle pareti e alcuni termini in inglese presenti sull'insegna e sul volantino (*barber shop*, *ladies* & *gents*…).

Ma la circolazione simbolica eccede la dialettica tra il concetto di mafia italiana e gangsterismo newyorkese. Uno dei post di Instagram utilizza una foto (autentica) del narcotrafficante Pablo Escobar del cartello di Medellín (Figura 12), modificata con un taglio di capelli moderno (a corollario, nel negozio è presente una foto di Al Pacino in *Scarface*, quindi qui l'asse di riferimento hollywoodiano si sposta dal *Padrino* all'universo dei narcos).

Figura 12.



Ancora una volta, l'effetto è una marmellata semiotica, dove mafia e narcotraffico si confondono e si sovrappongono, come pure gangsterismo e nuove mafie, realtà e fantasia, italiano, castellano e inglese. Escobar con taglio alla moda diventa un'icona pop, come Marylin Monroe, Che Guevara, Monna Lisa, replicabile all'infinito, separata dal contesto e svuotata di senso.

4.3. *Tratti enunciativi*

I tratti enunciativi di un discorso riguardano l'emittente e soprattutto il ricettore. A chi si rivolge la barberia *Della mafia*? Il trattamento riservato al tema mafia suggerisce una clientela di classe medio alta, estranea alla militanza politica (altrimenti potrebbe recepire il messaggio come offensivo o indignante), che accetti l'equivalenza mafioso = personaggio di successo. Un'immagine romantica mutuata dal cinema, che contrasta con la realtà di un Totò Riina o un Bernardo Provenzano, vissuti in latitanza, cambiando spesso nascondiglio, braccati tutta la vita e morti in carcere in regime di 41 bis, il cosiddetto carcere duro, l'unico caso di ergastolo ostativo mantenuto in Italia, con isolamento e limitazioni nelle visite dei familiari. Una realtà che contrasta con il glamour suggerito dall'enunciante.

5. Analisi delle condizioni di riconoscimento

È lo studio dei tratti enunciativi a portarci all'analisi delle condizioni di riconoscimento. A questo proposito la ricercatrice si è posta alcune domande:

- Quali sono le mediazioni e come agiscono sulla percezione della cosiddetta "italianità"?
- Perché queste immagini non producono ripudio e indignazione, ma al contrario risultano divertenti?
- Fin dove si possono spingere i limiti del dicibile?

5.1. *Il focus group*

Per abbozzare un primo tentativo di risposta, la scrivente ha organizzato un *focus group*, a maggio 2023, a cui si sono aggiunte visite etnografiche a cineforum e pagine Facebook di appassionati di cinema.

Il focus group è stato analizzato attraverso l'incrocio di due assi:

a) un *continuum* sulle emozioni suscitate nei partecipanti dagli stimoli proposti (foto di segni a tema mafioso), ai cui estremi si situano "divertimento" e "indignazione";
b) un *continuum* sull'interpretazione data dai partecipanti a tali segni, ai cui estremi si collocano "semplice cattivo gusto" e "vicinanza ai valori della mafia" da parte di chi li produce.

La maggior parte dei partecipanti ritiene "indignante" o comunque "riprovevole" l'utilizzo di tali segni a scopo commerciale, ma senza interpretarlo come un'ammissione di vicinanza o di avallo.

Fa eccezione in questo senso, l'interpretazione proposta da una partecipante di origine messicana, che ha ipotizzato una possibile analogia con il fenomeno del *narcocorrido* (componimenti musicali che esaltano le gesta di capi narcos come se fossero eroi).

Nella discussione sono anche emerse considerazioni libere dei partecipanti, che sono state trattate come "colpi di sonda", per stimolare ulteriori contenuti. Ne riportiamo alcune:

- La rappresentazione della mafia mediata dal film *Il Padrino* indica il posizionamento rispetto ai valori e disvalori: il pubblico si identifica con Marlon Brando, non con il suo personaggio. Di fatto anche i mafiosi veri si identificano con personaggi cinematografici, come riferiscono i giornali italiani all'indomani della cattura di Matteo Messina Denaro, il 19 gennaio 2023, nel cui bunker venne trovato un post che rappresentava Marlon Brando nei panni di Vito Corleone[15].
- Iperidealizzazione dell'Italia di una determinata epoca e ambiente, in particolare la Sicilia descritta nella saga de *Il Padrino*.
- Semplificazione eccessiva vs espressione della realtà attuale. I segni in tema mafioso nei PL associano il mafioso unicamente a fenomeni di banditismo (Al Capone) o addirittura a figure fictionali antisistema, ma mosse da un'etica personale (don Vito Corleone), mentre nella realtà il fenomeno della criminalità organizzata si basa su partecipazioni economiche, infiltrazione in grandi fondi di investimento etc.
- Fenomeno dell'irriverenza latino-americana come risposta alla situazione socioeconomica della regione. Davanti alla percezione generalizzata della corruzione della politica, la reazione è la simpatia nei confronti di figure di spicco della criminalità organizzata (basta pensare alla relativa popolarità di cui gode il Chapo Gúzman in Messico).
- Don Corleone è visto come personaggio sinistro (un criminale), ma affascinante, che incarna un'idea di territorialità (le origini siciliane) e mascolinità (uomo forte, fedele alla famiglia...).
- Una tragedia sociale (la criminalità, con le sue vittime, il danno all'economia di un Paese etc.) si trasforma in un oggetto di consumo, da appore su insegne, tovaglioli, menù etc.

6. A MO' DI CONCLUSIONE (APERTA)

Lungi dal considerare il lavoro fatto finora come definitivo, restano aperti interrogativi:

- Come tracciare il limite tra scherzo di cattivo gusto, strizzata d'occhio, ignoranza del fenomeno criminale e visione del mondo condivisa?
- La circolazione di simboli mafiosi crea una naturalizzazione della loro presenza funzionale alle strategie di infiltrazione della criminalità organizzata?
- In Argentina si utilizza il termine mafioso come sinonimo di corruzione, malcostume e qualsiasi pratica vessatoria. Come si concilia con il fatto che non esiste una tipificazione dell'associazione mafiosa nel codice penale?

Una delle domande a cui si è provato a dare risposta riguarda la maggiore o minore funzionalità di questi PL alla penetrazione mafiosa in Argentina. E le conclusioni della ricercatrice non sono mai definitive e variano sulla base dei cambiamenti osservabili nelle strategie comunicative o cooptative delle mafie, che da una parte continuano a mantenere un'esigenza di segretezza, per portare avanti le attività criminose a cui si dedicano,

[15] https://www.ilfattoquotidiano.it/2023/01/19/matteo-messina-denaro-nel-primo-covo-trovato-anche-il-poster-del-film-il-padrino/6942179/.

dall'altra possono sicuramente beneficiare di una normalizzazione a livello simbolico e comunicativo, che potrebbe portare a un'accettazione sociale.

Approfondendo l'analisi e la ricerca sul territorio, si nota anche un salto di qualità: i riferimenti alla mafia non sono presenti solamente, sotto forma di segni, nei PL, ma anche nei discorsi dei gestori. Come ha detto un ristoratore di cui si mantiene l'anonimato, raccontando di avere cucinato per politici e 'ndranghetisti, "la mafia, la politica e la famiglia hanno una cosa in comune: la cucina". È un'affermazione che sembra andare nella stessa direzione del "terzo livello" di cui parlava Falcone, la commistione tra mafia e politica, e che indica la direzione nella quale continuare a investigare.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Aguirre O. (2010), *Historias de la mafia en la Argentina*, Norma, Buenos Aires.

Amossy R., Herschberg Pierrot A. (2001), *Estereotipos y clichés*, Eudeba, Buenos Aires.

Angenot M. (2010), *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decibel*, Siglo XXI, Buenos Aires.

Ariolfo R. (2017), "Visibilidad y percepción del español en el paisaje lingüístico genovés", in *Lingue e Linguaggi*, 21, pp. 7-25.

Ariolfo R., Mariottini L. (eds.) (2018), *Paisajes lingüísticos de la migración. Contextos mediáticos, urbanos y formativos*, Numero monografico di *Lingue e Linguaggi*, 25.

Asciutto A. E., Hidalgo C., Izaguirre I. (eds.) (2016), *Negocios y dictadura. La conexión argentino-italiana*, Imago Mundi, Buenos Aires.

Bajtín M. (1982), *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México.

Balsas M. S. (2019), "Migraciones, medios y mafia en la Argentina en la primera mitad del siglo XX", in *I Jornadas de Estudios Sociales y Políticos entre Italia y Argentina: experiencias enraizadas*, 13, 14 y 15 de noviembre de 2019, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Balsas M. S. (2021), "El país que no miramos. Las mafias italianas según Clarín", in *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27, 4, pp. 1035-1042: https://doi.org/10.5209/esmp.75587.

Balsas M. S. (2022), *Secreto a voces: mafias italianas y prensa en la Argentina*, (autopubblicato), Buenos Aires: http://hdl.handle.net/11336/233539.

Balsas M. S. (2023), *Mafias italianas en la Argentina. Reflexiones sobre los límites de lo pensable y decible*, Prohistoria ediciones, Rosario.

Bourdieu P. (2001), *¿Qué significa hablar?*, Akal Universitaria, Madrid.

Capelli F., Ariolfo R. (2023), "El italiano en el paisaje lingüístico de Buenos Aires como campo de disputa de la representación y autorrepresentación de la italianidad en Argentina", in *Lengua y migración / Language and Migration*, 15, 1, pp. 63-102.

Begonchea N. (2019), "Lenguas en la marquesina: análisis del paisaje lingüístico en los barrios de Buenos Aires", in *Signo y Seña*, 35, pp. 47-66.

Ben-Rafael E. (2006), "*Linguistic landscape as simbolic construction of public space: the case of Israel*". En: *International Journal of Multilinguism*, 3: 7-30.

Bonnin J. E., Unamuno V. (2019), "Paisajes lingüísticos latinoamericanos: razones a favor, en contra y un montón de artículos", in *Signo y Seña*, 35, pp. 1-6.

Ciconte E. (2017), *Dall'omertà ai social. Come cambia la comunicazione della mafia*, Edizioni Santa Caterina, Pavia.

Córdoba-Hernández L., Yataco M. (2019), "Paisajes en lenguas indígenas latinoamericanas; representaciones, reivendicaciones y consumo", in *Signo y Seña*, 35, pp. 89-106.
Falcone G., Padovani M. (1991), *Cose di Cosa Nostra*, Rizzoli, Milano.
Forgione F. (2009), *Mafia Export*, Baldini Castoldi Dalai, Milano.
Frontera M. (2022), "Identidad lingüística y cultural en la comunicación de las actividades gastronómicas 'italianas' en el espacio porteño", in *4. Simposio Internacional Diasporas Italianas*, Universidad Nacional de Tres de Febrero, Buenos Aires.
Giorlandini E. (1990), *Diccionario Mafioso*, Corregidor, Buenos Aires.
González G. (1971), *El hampa porteña*, Prensa Austral, Buenos Aires.
Guber R. (2011), *La etnografía. Metodo*, *campo*, *riflexividad*, Siglo XXI, Buenos Aires.
Hipperdinger Y. (2018), "Coexistencia interlingüística en un paisaje lingüístico urbano. Español y otras lenguas en denominaciones comerciales del Bahia Blanca", in *Itinerarios*, 27, pp. 193-216.
Igranscì O., (2021), *Gender and organized crime in Italy. Women's agency in italian mafias*, I. B. Tauris, London.
Mariottini L. (2013), "'Yo soy de allá'. La costruzione dell'identità dei migranti latinoamericani nella produzione discorsiva dello spazio", in *SILTA*, 3, pp. 491-503.
Mariottini L. (2019), "Políticas lingüísticas y migración latinoamericana en Roma. Mono y plurilingüismo en los signos comunicativos del espacio público", in De Cesare F., Giovannini M. A. (eds.), *Lenguajes de la política. Más allá de las palabras*, UniorPress, Napoli, pp. 85-113.
Martín Rojo L., Díaz de Frutos C. (2014), "#En Sol, revolución: paisajes lingüísticos para tomar las plazas", in *Journal of Spanish Cultural Studies*, 1-2, pp. 1-24.
Pink S. (2007), *Doing visual ethnography. Images*, *media and representation in research*, Sage, London.
Rancière J. (2005), *La fábula cinematográfica. Reflexiones sobre la ficción en el cine*, Paidós, Barcelona.
Rancière J. (2010), *El espectador emancipado*, Manantial, Buenos Aires.
Ravveduto M. (2019), *Lo spettacolo della mafia*, Edizioni Gruppo Abele, Torino.
Rubdy R., Ben Said S. (eds.) (2015), *Conflicts*, *exclusion and dissent in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, Gordonville.
Sergi A., Lavorgna A. (2016), *'Ndrangheta*, Palgrave-Macmillan, Gordonville.
Steimberg O. (1991), *Semiótica de los medios masivos*, Atuel, Buenos Aires.
Varese F. (2011), *Mafias on the move*, Princeton University Press, Princeton.
Van Dijk. T. A. (1995), "Aims of critical discourse análisis", in *Japanese Discourse*, 1, pp. 17-27.
Vegna V. (2017), *Donna*, *mafia e cinema. Una prospettiva interdisciplinare*, Longo editore, Ravenna.
Vilar M. (2019), "Actores, lenguas y lenguajes en el paisaje lingüístico hospitalario: entre la privatización y la agencia", in *Signo y Seña*, 35, pp. 67-88.
Zinni H. N. (1996 [1975]), *La mafia en Argentina*, Del Viejo Almacén, Rosario.

LL nell'Italia plurilingue

PAROLE AL DI LÀ DELL'ACQUA: IL PAESAGGIO LINGUISTICO IN UN QUARTIERE-SIMBOLO DELLA CITTÀ DI PARMA

Giulia Conti[1], *Andrea Ghirarduzzi*[2]

> *«Come quelle scatole che si vedono ancora in qualche bottega di speziale, con su certe parole arabe e dentro non c'è nulla, ma servono a mantenere il credito alla bottega»*
> (Alessandro Manzoni, *I Promessi Sposi*, cap. XV)

1. INQUADRAMENTO E DISEGNO DELLA RICERCA

Come sottolineato da Bellinzona (2021: 53), Uberti-Bona (2021: 537) e Cambi (2024: 757), negli ultimi decenni gli studi sul paesaggio linguistico (i cui inizi vengono convenzionalmente attribuiti alla pubblicazione di Landry e Bourhis, 1997) hanno conosciuto un importante cambio di prospettiva (un «*critical turn*» secondo Barni e Bagna, 2015) che ha visto il passaggio da un approccio essenzialmente quantitativo, cioè relativo alla raccolta e alla descrizione dei dati sulla presenza e la distribuzione delle lingue nel paesaggio urbano, a uno più qualitativo, che, attraverso pratiche di raccolta dati quali le interviste, i *walking tour* e altre attività semiotiche, tiene conto della prospettiva degli attori del paesaggio linguistico (abitanti, commercianti, frequentatori a vario titolo, istituzioni e associazioni).

Alla luce di questi sviluppi, nel presente contributo si è scelto di analizzare e dare una rappresentazione del paesaggio linguistico dell'Oltretorrente[3] di Parma, un quartiere conosciuto per il suo carattere popolare e multietnico, che desse conto:

a) dell'effettiva presenza di lingue diverse dall'italiano, del rapporto che intrattengono tra loro in termini di *linguality* e di *distribuzione*, e della *direzionalità* manifestata dai segni analizzati;
b) dello *status* della varietà dialettale locale (parmigiano) e della principale lingua franca internazionale (inglese);
c) della percezione e dell'opinione che gli abitanti e gli avventori hanno del quartiere per quanto concerne il suo multilinguismo e la rappresentazione di quest'ultimo nel paesaggio linguistico scritto.

In particolare, si è scelto dapprima di raccogliere, fotografandoli, tutti i segni all'interno del perimetro del quartiere in cui fossero presenti solo lingue diverse dall'italiano (fatta eccezione per quei segni in cui compare un italiano agrammaticale, scorretto o di registro particolarmente informale, inclusi nel corpus) o in cui l'italiano fosse giustapposto a una o più lingue diverse. Tale raccolta dati è stata svolta dai due autori della ricerca durante l'estate del 2024 ed è stata accompagnata da alcune brevi interviste ai negozianti: in diversi casi tali interviste sono risultate fondamentali per la comprensione di alcune delle lingue presenti nei segni commerciali (*bottom-up*). Nei mesi successivi i segni, raccolti tramite la app *Lingscape*[4], sono stati catalogati all'interno dell'applicazione in termini di lingue

[1] Università di Modena e Reggio Emilia.
[2] Università di Parma. Il disegno di ricerca e il contributo sono stati progettati dai due autori congiuntamente. La stesura dei §§ 1, 3 e 5 si deve ad Andrea Ghirarduzzi, mentre la stesura del § 2 si deve a Giulia Conti.
[3] Le ragioni della scelta di questo quartiere sono esposte nel § 2.
[4] https://lingscape.app/.

presenti, *directedness* ('direzionalità'), *script* ('sistema di scrittura/alfabeto'), *linguality* ('numero di lingue per unità di analisi, cioè per segno[5]') e *distribution* ('distribuzione')[6].

In un momento successivo (tra ottobre e novembre 2024) è stato creato un questionario finalizzato a indagare la percezione degli abitanti e dei frequentatori (a vario titolo) del quartiere. Il questionario è stato somministrato dagli autori della ricerca, con l'aiuto di 9 studenti del Corso di Laurea Triennale in *Comunicazione e media contemporanei per le industrie creative* dell'Università di Parma. La raccolta prevedeva anche un'intervista di 10 quesiti a persone fermate all'interno del quartiere e la trascrizione delle loro risposte tramite telefono o tablet su un apposito form digitale.

Le domande di ricerca a cui si intendeva dare risposta sono 3 (la domanda 1 [DR1]) si compone di tre quesiti):

DR1: Quali lingue (e sistemi di scrittura) sono presenti nel paesaggio linguistico scritto del quartiere Oltretorrente? Quali dinamiche intrattengono tra loro in termini di *linguality* e di *distribuzione*? Quale tipo di *direzionalità* manifestano i segni analizzati?

DR2: Quale ruolo svolgono all'interno del paesaggio linguistico scritto il dialetto parmigiano e la lingua inglese?

DR3: In che misura e come viene percepita la presenza di lingue diverse dall'italiano nel paesaggio linguistico scritto e in quello orale del quartiere dai suoi frequentatori?

2. IMMIGRAZIONE IN EMILIA-ROMAGNA E PAESAGGI SOCIALI DELL'OLTRETORRENTE

L'Emilia-Romagna si configura da decenni come uno dei territori più dinamici e attrattivi del panorama italiano in termini di flussi migratori, non soltanto per la consistenza numerica della popolazione straniera residente, ma per il ruolo sistemico che l'immigrazione svolge all'interno della struttura socioeconomica e culturale regionale. L'Emilia-Romagna si colloca al terzo posto tra le regioni italiane per numero assoluto di residenti stranieri, con circa 561.000 persone, ma presenta l'incidenza percentuale più elevata a livello nazionale: circa un residente su otto è cittadino straniero, pari al 12,6% della popolazione complessiva (Regione Emilia-Romagna, 2023). Questa incidenza la colloca stabilmente ai vertici nazionali, non soltanto per numerosità, ma soprattutto per densità relativa, evidenziando un modello di convivenza strutturalmente consolidato (CNEL, Ministero del Lavoro, 2022).

Geograficamente situata in una posizione nodale tra Nord e Centro Italia, l'Emilia-Romagna ha beneficiato storicamente di una rete infrastrutturale efficiente e di un'economia policentrica fondata su distretti produttivi diffusi, in grado di assorbire e valorizzare la forza lavoro migrante. I settori a maggiore impiego di manodopera straniera sono l'agricoltura, l'edilizia, la logistica e, in misura crescente, i servizi alla persona e alla cura (ISTAT, 2022), segnando così un progressivo radicamento della presenza straniera non solo nei luoghi del lavoro, ma anche nella sfera domestica e relazionale.

Non meno rilevante è la distribuzione della popolazione straniera sul territorio regionale: Bologna, Modena, Parma e Reggio Emilia costituiscono i poli maggiormente interessati, ma si osserva una presenza significativa anche nei comuni di medie e piccole dimensioni, a dimostrazione di un processo di insediamento che coinvolge l'intera rete urbana e rurale. Tale diffusione territoriale contribuisce a una crescente normalizzazione

[5] Nel presente contributo, sulla scia di Gorter (2006), Calvi (2018) e Cambi (2024) per "segno" si intende l'insieme delle testimonianze che compaiono nella stessa foto e che sono riconducibili allo stesso autore [«per autore non si intende necessariamente chi ha prodotto il segno, ma piuttosto chi ha deciso di esporlo» (Cambi, 2024: 760, n. 14)].

[6] Tali categorie vengono approfondite nel paragrafo 3.

della diversità, anche se non mancano tensioni legate all'accesso ai servizi, alla competizione per le risorse e ai processi di segregazione residenziale.

L'origine della popolazione straniera in Emilia-Romagna riflette i mutamenti dei flussi migratori globali: le comunità storicamente presenti, come quella marocchina, albanese e romena, restano le più numerose, ma si registra una crescita importante di gruppi provenienti dall'Europa orientale, dall'Africa subsahariana e dall'Asia meridionale. Questa eterogeneità etno-linguistica si traduce in una straordinaria varietà di bisogni, pratiche culturali e modelli educativi che pongono nuove sfide ai servizi sociali, sanitari e scolastici, ma al contempo offrono un potenziale enorme in termini di pluralismo e innovazione sociale.

Dal punto di vista delle politiche pubbliche, l'Emilia-Romagna ha adottato negli anni un approccio orientato all'integrazione e alla coesione, promuovendo strumenti di programmazione partecipata e sostenendo progettualità interculturali a livello locale. Tuttavia, l'equilibrio tra *governance* regionale e pratiche municipali resta delicato, soprattutto nei territori in cui la pressione demografica o le crisi economiche sollecitano reazioni di chiusura e contribuiscono a far riemergere narrative securitarie.

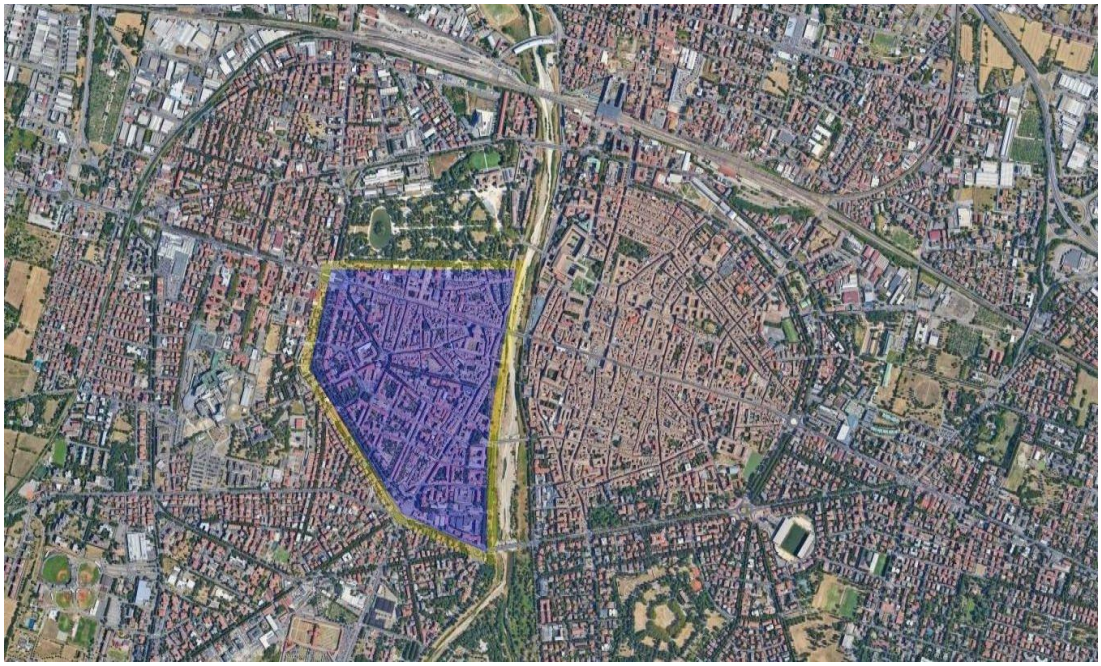
Anche sul piano simbolico e linguistico, la regione è un osservatorio di primaria rilevanza per l'analisi delle interazioni tra spazio urbano e presenza migrante. I paesaggi linguistici delle città emiliano-romagnole restituiscono un mosaico stratificato di idiomi, culture e immaginari transnazionali che trasformano l'ambiente visivo quotidiano e interpellano le identità locali. In tale quadro, l'immigrazione non può essere letta unicamente come fenomeno quantitativo, ma come un processo trasformativo profondo, capace di ridefinire la geografia sociale e culturale dell'intera regione.

Nel contesto emiliano, la città di Parma offre un osservatorio privilegiato per l'analisi delle dinamiche migratorie urbane. Parma – secondo comune per popolazione dopo Bologna – registra una presenza migrante pari al 17,4%, evidenziando una concentrazione superiore alla media regionale con 35.338 cittadini stranieri provenienti da oltre 140 Paesi diversi (Comune di Parma, 2024). Le principali nazionalità presenti sono quella rumena, moldava, filippina e albanese, seguite da comunità in espansione come quella ucraina, tunisina e nigeriana. Tale composizione riflette un quadro in progressiva articolazione, caratterizzato da una crescente diversificazione linguistico-culturale.

All'interno del contesto urbano di Parma, il quartiere Oltretorrente rappresenta un territorio di particolare interesse per l'analisi delle trasformazioni sociali e culturali legate ai fenomeni migratori. Situato sulla sponda occidentale del torrente Parma, al margine immediato del centro storico, l'Oltretorrente si configura come uno spazio simbolicamente "altro" rispetto alla città borghese, non solo per la sua collocazione geografica ma per la sua storica connotazione di luogo popolare, autonomo e resistente.

Il toponimo stesso – *Oltretorrente* – richiama una dinamica spaziale di separazione, un confine fisico e ideologico che ha alimentato nel tempo processi di alterizzazione. Come osservato in diversi studi sullo spazio urbano (Lefebvre, 1974), la costruzione simbolica di un quartiere ai margini non è neutra, ma riflette e riproduce gerarchie sociali, relazioni di potere e pratiche di inclusione/esclusione. L'Oltretorrente, in questo senso, ha storicamente rappresentato la "città altra": quella delle classi popolari, degli artigiani, delle lotte sociali e, più recentemente, delle nuove migrazioni.

Figura 1. *La città di Parma con evidenziato il quartiere Oltretorrente (visualizzazione grafica dell'Arch. Arrigo Strina)*



Il valore storico e simbolico del quartiere è ulteriormente accresciuto dalla memoria delle barricate antifasciste del 1922, evento cruciale nella storia della resistenza italiana. Guidati da Guido Picelli, gli Arditi del Popolo e la popolazione del quartiere opposero una tenace resistenza all'assalto delle squadre fasciste, in una delle poche vittorie popolari di quel periodo. Ancora oggi, tale episodio è commemorato con lapidi, toponomastica e manifestazioni, alimentando una narrazione identitaria centrata sulla solidarietà, l'autonomia e l'antifascismo. Questa memoria collettiva agisce come dispositivo simbolico che rafforza il senso di appartenenza territoriale e, allo stesso tempo, offre uno spazio culturale potenzialmente aperto alla pluralità e alla differenza.

Dal punto di vista demografico, il quartiere ha mantenuto una rilevanza significativa come zona di primo insediamento per la popolazione straniera. Secondo i dati più recenti disponibili, nel 2020 l'Oltretorrente era il quartiere cittadino con la più alta percentuale di cittadini stranieri (circa il 27,2% dei residenti), seguito dal quartiere Pablo (25,83%) e dal quartiere San Leonardo (25%). Anche in assenza di dati ufficiali aggiornati a livello microterritoriale, le testimonianze sul campo e le rilevazioni parziali confermano il ruolo del quartiere come spazio di alta densità migrante, in linea con le sue caratteristiche abitative: edifici storici, alta accessibilità economica e presenza di reti informali.

Sul piano urbanistico, il quartiere ha subito significative trasformazioni durante il Novecento, in particolare nel periodo fascista, quando numerose aree furono demolite per motivi dichiarati di "risanamento ambientale", ma di fatto parte di un più ampio processo di controllo sociale e riordino ideologico della città. Le demolizioni, spesso indiscriminate, cancellarono porzioni consistenti del tessuto medievale originario, sostituite da assi stradali ortogonali ed edifici razionalisti. Nonostante ciò, l'Oltretorrente conserva ancora oggi elementi architettonici di forte identità: viuzze irregolari, cortili interni, facciate semplici e colorate che testimoniano una memoria urbana stratificata e viva.

In tale cornice, la presenza migrante si innesta in un ambiente già fortemente connotato in termini politici e simbolici. La coesistenza tra residenti storici e nuove comunità non è sempre lineare: da un lato si rilevano esperienze virtuose di convivenza e interazione,

dall'altro emergono tensioni legate alla competizione per risorse abitative, alla percezione della sicurezza e alla visibilità delle differenze culturali nello spazio pubblico. Il quartiere diventa così un osservatorio privilegiato per analizzare i processi di negoziazione identitaria e la costruzione di nuove forme di cittadinanza urbana.

L'Oltretorrente, dunque, si configura come un caso paradigmatico per l'analisi interdisciplinare delle migrazioni: un quartiere storicamente marginale, ma culturalmente centrale, in cui si intrecciano memoria, conflitto, marginalità e trasformazione. Comprendere i processi che lo attraversano significa interrogarsi sul significato stesso dell'inclusione urbana in una società segnata dalla mobilità globale e dalla crescente eterogeneità culturale.

3. METODOLOGIA E RISULTATI DELLA RICERCA

3.1. *Il corpus fotografico*

Il corpus fotografico comprende 354 fotografie raccolte tra luglio e settembre 2024 all'interno del quartiere Oltretorrente. Come si è già avuto modo di dire, il quartiere è stato mappato interamente ma, dal punto di vista metodologico, si è scelto di escludere tutte le scritte monolingui in italiano (fatta eccezione per le testimonianze in italiano agrammaticale, scorretto o di registro particolarmente informale, incluse nel corpus) e di focalizzare invece l'attenzione sulle insegne, sia pubbliche (*top-down*) che private (*bottom-up*) redatte i) interamente in una lingua straniera, ii) in più lingue straniere, iii) sia in italiano che in una o più lingue straniere. Sebbene si sia scelto di concentrarsi sul paesaggio linguistico *autorizzato* e di escludere dalla mappatura quello *trasgressivo*, cioè le scritte non autorizzate quali i graffiti e i murales, si è potuto notare come questo, al momento della raccolta dei dati, fosse interamente monopolizzato dalla questione palestinese, come rimarcato anche da 3 degli intervistati: "*Ho notato l'arabo (manifestazioni pro Palestina)*"; "*Scritte per la Palestina libera sia in italiano che in inglese*"; "*Per le scritte*, *manifesti in inglese pro Palestina*".

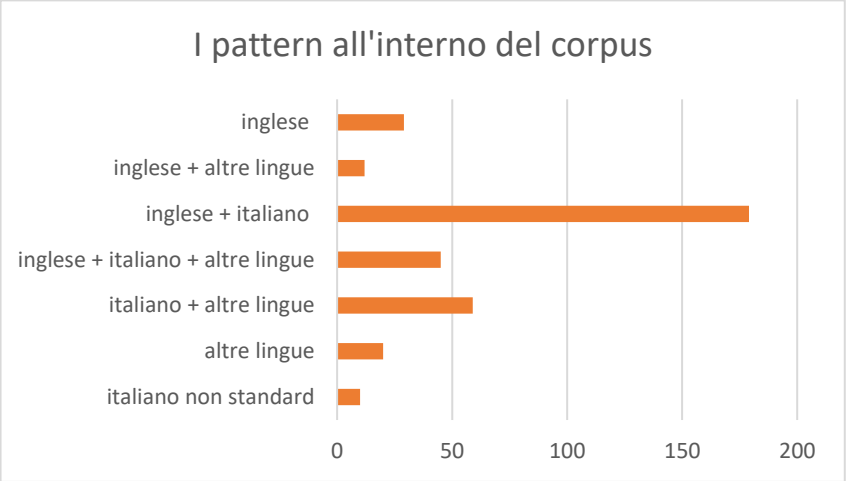
Dal punto di vista della classificazione, si è scelto di rilevare, attraverso il sistema di *tagging* della piattaforma *Lingscape*, solo alcune delle molte tassonomie disponibili. In particolare, abbiamo concentrato la nostra attenzione, oltre che sulle lingue (comprese le varietà non standard) presenti in ciascun segno, sui seguenti descrittori:

- *directedness* ('direzionalità'), che suddivide le scritte del paesaggio linguistico tra segni *top-down* (cioè espressioni di messaggi "calati dall'alto" e quindi istituzionali) e segni *bottom-up* (cioè espressioni "dal basso" e quindi da privati cittadini, quasi sempre a scopo commerciale);
- *linguality*, cioè il numero di varietà presenti in ogni segno. Si possono infatti avere segni monolingui, bilingui, trilingui, quadrilingui e multilingui;
- *script*, cioè i sistemi di scrittura o gli alfabeti utilizzati all'interno di un segno;
- *distribution*, cioè la 'distribuzione' delle diverse lingue all'interno di uno stesso segno e la relazione che intercorre tra loro (traduzione per intero del messaggio, complementarietà tra le sue parti, ecc.).

Per quanto concerne la *direzionalità*, l'80% del corpus (283 segni) è di tipo *bottom-up* (quindi creato da privati), mentre il restante 20% (70 segni) è costituito da messaggi *top-down* (quindi pubblici e istituzionali). Un solo segno può essere classificato sia come *top-down* che come *bottom-up*, in quanto riguardante la sfera pubblica ma creato da un ente privato senza finalità commerciali.

Per quanto riguarda invece le lingue, all'interno del corpus fotografico ne sono state individuate 28 tra varietà standard e non standard. A livello macroscopico sono stati individuati alcuni pattern riguardanti la presenza o la compresenza delle lingue all'interno dei segni: i pattern principali individuati possono essere rappresentati nel seguente grafico.

Grafico 1. *I principali pattern linguistici all'interno del corpus*



Come si può notare, la lingua inglese riveste un ruolo preponderante all'interno delle varietà diverse dall'italiano presenti nel paesaggio linguistico parmigiano (o almeno per quanto riguarda l'Oltretorrente). L'inglese è infatti presente nel 75% del corpus (cioè in 265 segni), e viene utilizzato sia in modalità monolingue (29 segni) che in modalità plurilingue insieme all'italiano (179 segni), insieme all'italiano e ad altre lingue (44 segni) o insieme ad altre lingue diverse dall'italiano (13 segni).

Le lingue[7] che compaiono insieme all'inglese e all'italiano all'interno dello stesso segno sono il francese (22 segni), lo spagnolo (8 segni), il tedesco (5 segni), l'arabo (5 segni), l'hindi (3 segni), il russo (2 segni), il turco (2 segni), il dialetto parmigiano (1 segno) e infine l'ucraino, il georgiano, l'ungherese, il greco, il cinese, il giapponese, il maori, il punjabi, l'urdu e l'hawaiano e il dialetto salentino (ognuna di queste ultime compare in 1 solo segno). Inoltre, in 3 ulteriori segni il dialetto parmigiano compare insieme all'inglese ma senza l'italiano.

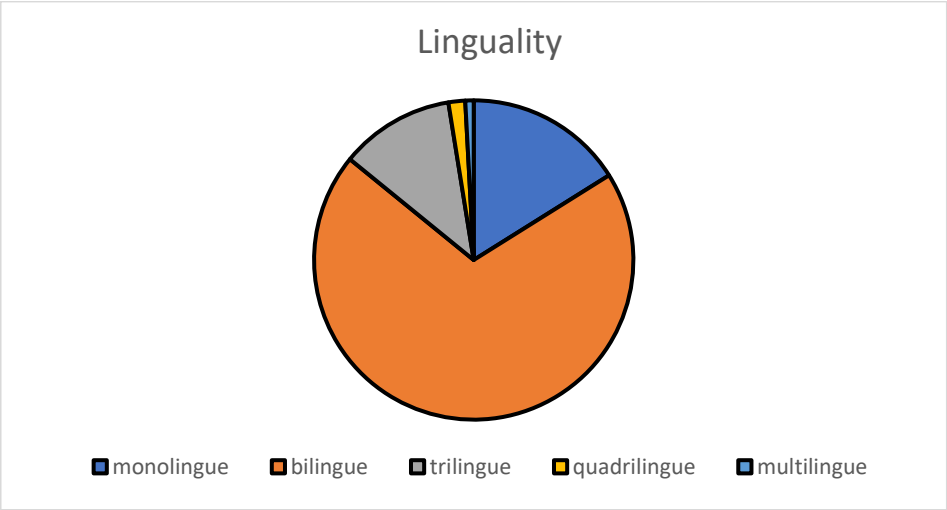
Come si evince dal grafico, si rileva una discreta presenza (59 segni, cioè il 16%) di lingue diverse dall'inglese che compaiono insieme all'italiano (ma senza l'inglese): l'arabo (in 16 segni), il francese (in 10 segni), il dialetto parmigiano (6 segni), lo spagnolo (in 5 segni), il greco (in 4 segni), il turco (in 3 segni), l'urdu (in 2 segni), l'amarico (in 2 segni), il cinese (in 2 segni) e infine il dialetto salentino, il rumeno, l'hindi, il giapponese, il russo, il finlandese, il tedesco, il farsi e il bengalese (ognuna di queste ultime compare in 1 solo segno).

Inoltre vi sono 19 segni in cui lingue diverse dall'inglese e dall'italiano compaiono da sole: il latino (6 segni), il francese (4 segni), lo spagnolo (2 segni), il dialetto parmigiano (5 segni) e il provenzale marittimo (2 segni) e 1 solo segno in cui due lingue (francese e spagnolo) compaiono assieme. In altri casi (10 segni) sono state raccolte testimonianze monolingui in italiano agrammaticale, scorretto o di registro particolarmente informale (Palermo, 2015: 203-204).

[7] Occorre sottolineare che all'interno di ogni singolo segno appaiono spesso più lingue.

Per quanto concerne la già citata *linguality*, i dati raccolti mostrano come i segni bilingui rappresentino più della metà del campione (247 segni, cioè il 70%) e come i segni rimanenti siano così suddivisibili (in ordine decrescente): monolingui (57 segni), trilingui (41 segni), quadrilingui (6 segni) e infine multilingui, cioè segni che contengono cinque o più lingue diverse (3 segni). Come si può evincere ritornando a osservare il Grafico 1, la maggior parte dei segni bilingui è costituita dalle scritte italiano-inglese.

Grafico 2. *Il numero di lingue per ogni segno (linguality)*



Per quanto riguarda gli *script*, cioè i sistemi di scrittura e gli alfabeti, l'analisi del corpus ci mostra come la quasi totalità dei messaggi (353 segni) utilizzino l'alfabeto latino, da solo (341 segni) o accompagnato rispettivamente dall'alfabeto arabo (3 segni), da quello cinese (3 segni), dal cirillico (2 segni), dall'etiopico (*ge'ez*) (2 segni), dal greco (1 segno), dal giapponese (*kanji*) (1 segno). L'alfabeto arabo è l'unico alfabeto oltre al latino a comparire da solo (cioè in assenza di altri alfabeti), ma questo accade per un unico segno all'interno del corpus[8].

I dati relativi alle lingue, alla *linguality* e agli *script* ci pongono di fronte a una prima considerazione. Dobbiamo cioè constatare quanto, sia a livello di parole che di sistemi di scrittura, le lingue extra-europee (ma anche quelle dell'Europa orientale) siano molto poco rappresentate nello spazio linguistico scritto del quartiere Oltretorrente; e questo nonostante la loro presenza nel paesaggio linguistico orale sia certamente forte e, come vedremo nell'analisi del corpus di interviste, percepibile e percepita.

Veniamo all'ultima tassonomia che si è scelto di analizzare, cioè la *distribution*.

Come si può evincere dal Grafico 3, escludendo le scritte monolingui (57 segni, cioè il 16%), le principali dinamiche di *distribuzione* tra lingue rilevate all'interno dei singoli segni sono, in ordine decrescente: la *complementarietà* (cioè la compresenza di lingue che all'interno del segno veicolano informazioni differenti) con 128 segni (36%), l'*alternanza* (cioè la compresenza di lingue diverse nella stessa porzione di segno, sia a livello frasale che a livello di singola parola[9]) con 31 segni (9%), la *frammentarietà*[10] (rilevabile nei segni in

[8] Si tratta di un segno che incontreremo nell'analisi del corpus di interviste e che è stato mostrato ai partecipanti nel contesto della domanda 10).

[9] Questa categoria sussume appunto i valori di *alternating* (il messaggio è presentato attraverso parole attinte da diverse lingue che si alternano tra loro,) e di *mixing* (il messaggio è presentato tramite parole "miscuglio" che al loro interno contengono elementi – prefissi, suffissi, ecc. – di diverse lingue).

[10] Tale categoria comprende sia i casi di *overlapping* (testi in cui parte del messaggio è ripetuta in almeno una seconda lingua, mentre altre parti sono espresse in una sola lingua) che quelli di *fragmentary* (testi multilingui

cui una lingua principale veicola tutte le informazioni, mentre una o più lingue secondarie veicolano solo una parte di queste informazioni) con 29 segni (8%), e infine la *duplicazione* (cioè la traduzione completa di un messaggio in una o più lingue) con 11 segni (3%). I restanti segni (98, cioè il 28%) vedono la presenza di più tipologie di *distribuzioni* e meriterebbero un tipo di analisi dei dati più raffinata di quello che il presente contesto ci consente di svolgere. In ogni caso un conteggio globale (che tenga cioè conto di tutte le occorrenze, indipendentemente dal fatto che il tipo di *distribuzione* compaia da sola o in associazione con altre categorie) rivela una scala molto simile a quella parziale, con la *complementarietà* al primo posto (194 occorrenze), seguita dalla *alternanza* (109 occorrenze suddivise tra 78 *alternating* e 31 *mixing*), dalla *frammentarietà* (94 occorrenze suddivise tra 77 *overlapping* e 17 *fragmentary*) e infine dalla *duplicazione* (54 occorrenze).

Grafico 3. *Le distribuzioni all'interno del corpus*

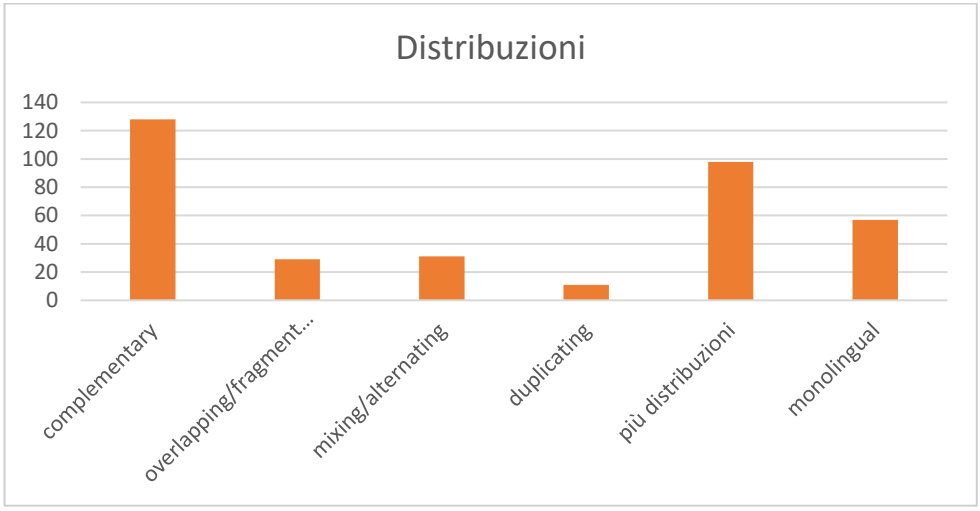
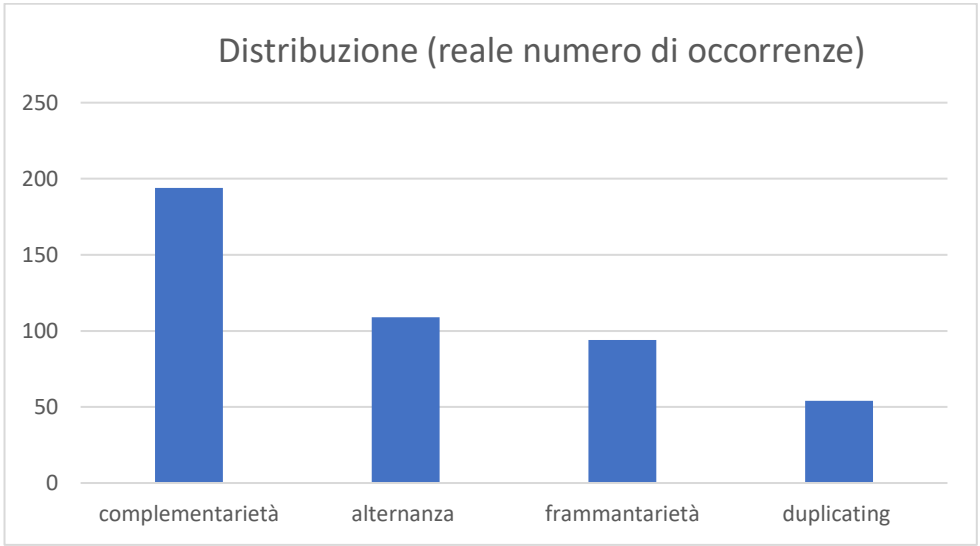


Grafico 4. *La distribuzione (reale numero di occorrenze)*



in cui le informazioni sono veicolate in una sola lingua ma parte del messaggio è stato tradotto in almeno un'altra varietà), che a livello *micro* (corpus) sono stati mappati separatamente ma a livello *macro* (analisi globale dei dati) si è ritenuto di potere aggregare.

Figura 2. *Segno con distribuzione linguistica complementare*



Figura 3. *Segno con distribuzione linguistica frammentaria*



Oltre all'analisi dei dati numerici, è possibile operare per il corpus un'analisi di tipo qualitativo. Un primo aspetto interessante che emerge è quello relativo alla presenza di scritte e insegne che riportano il nome stesso del quartiere e ne evidenziano il forte senso identitario a livello storico e sociale. A questo proposito si segnalano i seguenti segni di tipo *bottom-up*: *Bistrot Parma Vecchia*[11], *Oltretorrente* (associazione sportiva di baseball e softball), *Oltretorrente Viaggi* (agenzia di viaggi), *OltreLab* (locale e *venue* per eventi culturali), *Rivamancina*[12] (locale) e il segno top-down *Brigata Parma Vecchia*. Altri segni di tipo privato e commerciale danno piuttosto conto dell'identità della città e del suo territorio nel loro complesso: *Educazione parmigiana*, *Canapaio di Parma*, *Al Ducale*, *Il Giardino Ducale*, *Parma Old Pigs*, *Nozey*[13]; e questo si incontra spesso anche nel nome di alcuni prodotti gastronomici, quali i sandwich dal "sapore" locale *Emilia*, *Ducale*, *Farnese*, *D'Azeglio*, *Corridoni*[14].

Figura 4. *Cartello temporaneo (con toponimi popolari) al confine tra il quartiere Centro e il quartiere Oltretorrente*



[11] 'Parma Vecchia' (in dialetto *Pärma Vécia* ['pɛːrma 'veːʧa] è il modo popolare utilizzato per definire l'Oltretorrente. Difficile capire l'origine di tale toponimo, dato che con ogni probabilità non si tratta della parte di abitato di più antica costruzione (la città romana corrisponde infatti al quartiere Centro, sull'altra sponda del torrente). L'aggettivo 'vecchio' (che tra l'altro si ritrova anche nel segno istituzionale *Brigata Parma Vecchia*) si riferisce con ogni probabilità alla fatiscenza di molti dei caseggiati del quartiere.

[12] Probabile calco del francese *Rive Gauche*, con riferimento alla riva sinistra (e meridionale) della Senna e alla sua atmosfera *bohémienne* e intellettuale.

[13] *Nozèj* (grafia standard in parmigiano urbano): nome dialettale del paese di Noceto trascritto attraverso le norme ortografiche dell'inglese (presenza del grafema <y> e rappresentazione della fricativa alveolare sonora attraverso il grafema <z>; questo secondo tratto sembrerebbe ricalcare lo *spelling* riservato dall'inglese americano alle forme verbali contenenti questo suono, come *realize* e *analyze*); il nome gioca sulla somiglianza con la parola inglese *noisy* (o con *noisey*, forma meno comune ma ancora più simile al nome in parmigiano) 'rumoroso'.

[14] A proposito dell'identità del quartiere (tema che, dal punto di vista della percezione collettiva, sarà sviluppato anche nel paragrafo relativo al corpus di interviste) soprattutto in relazione alla sua "alterità" rispetto al centro cittadino, si segnala un interessante segno temporaneo (ed estraneo al nostro corpus) che in passato ha fatto parte del paesaggio linguistico dell'Oltretorrente. Si tratta nello specifico di un'installazione artistica dal nome *Parma qua e là* che, nell'estate del 2021 e nell'ambito del progetto *Temporary Signs*, è apparsa sul Ponte di Mezzo (punto di passaggio tra il quartiere Oltretorrente e il quartiere Centro). Erano parte dell'installazione due indicazioni riferibili ai toponimi popolari dei due quartieri: *Parma di qua dall'acqua*, cioè 'da questo alto del torrente' e *Parma di là dall'acqua*, cioè 'oltre il torrente', rispettivamente calchi delle due espressioni dialettali *De d'sa da l'acua* e *De d'là da l'acua* (qui riportate nella veste ortografica normalmente utilizzata e condivisa dai cultori del dialetto parmigiano). Come si può notare, anche quest'uso in chiave artistica dei due toponimi popolari ricalca la visione prospettica (con il punto di osservazione posto presso il quartiere Centro) che ha dato il nome al quartiere Oltretorrente.

Per quanto concerne la varietà parmigiana, i dati rivelano una presenza non molto ampia (o comunque inferiore alle aspettative iniziali) di segni dialettali monolingui o bilingui (in compresenza con l'italiano o altre lingue). Come già detto, in totale sono stati rilevati 15 segni (5 monolingui, 6 bilingui parmigiano-italiano, 3 bilingui parmigiano-inglese e 1 trilingue parmigiano-italiano-inglese):

- Monolingui (5): *Semma bei da piturär; Balbo*, *t'è pasè l'Atlantic mo miga la Pärma (x2)*; *Dedlà da l'acqua*; *At voj ben*[15].
- Bilingui parmigiano-italiano (6): *Lifferia*; *Alvè Fornobottega*; *Non fare il nador (x2)*; *Parco Al Dsevod Maschera Parmigiana*; *Cuator comèdji…e la zonta alla Pergola della Corale Verdi*[16].
- Bilingui parmigiano-inglese (3): *Nozey House*; *Gosenburg*; *La Buza – Va adré al gosén – Follow the piglet*[17];
- Trilingui parmigiano-italiano-inglese (1): *Vecchie Maniere: Drink a nador beer*[18].

Figura 5. *Il famoso graffito in parmigiano*, *simbolo delle barricate antifasciste del 1922*



In tutti i segni rilevati la varietà di parmigiano veicolata corrisponde a quella urbana di estrazione popolare descritta da Bocchialini (1944). A testimonianza di ciò, all'interno degli esempi riportati possiamo rilevare i seguenti tratti linguistici:

- il reinserimento (in seguito a caduta o indebolimento delle vocali medie postoniche e a caduta delle vocali finali) di una vocale anaptittica di timbro posteriore O (che, seppure in posiziona atona, viene pronunciata in maniera quanto più aperta, cioè [ɔ]) negli originali proparossitoni e in alcuni originali parossitoni: *dsèvod*, *nador*, *cuator* (invece delle forme con timbro anteriore *dsèved*, *nader/nadar*, *cuater/cuatar*, molto diffuse nella provincia e, un tempo, nelle varietà urbane meno popolari);
- il lessema *gosén* (parola di origine iberica) per identificare il 'maiale' (invece della versione utilizzata nel contado parmense occidentale e nel piacentino, cioè *gognén*);

[15] Traduzioni: 'Siamo belli da pitturare' [iniziativa scolastica?]; 'Balbo, hai superato l'Atlantico ma non la Parma' (scritta rivolta al generale fascista Italo Balbo, il quale sorvolò l'Atlantico in solitaria ma non riuscì a battere la resistenza antifascista durante "I fatti di Parma" dell'agosto 1922); 'Di là dall'acqua' (toponimo popolare dell'Oltretorrente); 'Ti voglio bene' (iniziativa culturale di ambito fotografico);

[16] Traduzioni: *Lifferia* 'negozio di dolci' (si tratta in realtà di un bar) [dalla fusione dell'aggettivo parmigiano *liffo* 'goloso', derivato dalla radice germanica **lipp-* 'labbra' (con cui sta in rapporto metonimico 'l'organo per il senso') con il suffisso italiano *-eria*, riconducibile ad attività commerciale)]; *Alvè* (participio passato di *alvär*) 'alzato' o 'lievitato' (si riferisce per l'appunto a un forno); *Nador*, lett. 'anatra' ma metaf. 'persona poco attenta e sveglia'; *Al Dsvevod* (dal proparossitono latino **dissipitu(m)*), 'l'insipido' (nome della maschera ufficiale parmigiana); *Cuator comèdji* [sic]*…e la zonta* 'Quattro commedie…e l'aggiunta' (titolo di commedia teatrale in dialetto parmigiano).

[17] Traduzioni: *Nozey* 'Noceto' (vedi nota 7); *Gosenburg* (nome di panino) [dalla fusione del parmigiano *gosén* 'maiale' e dell'inglese *burg(er)* 'hamburger'.

[18] Traduzioni: *Drink a nador beer* 'Bevi un'altra birra (da stupido)' (gioco di parole basato sulla parola parmigiana *nador* (vedi nota 16) e l'aggettivo inglese *another* 'un'altra'); *La Buza – va adré* [sic] *al gosén* 'La Buca - segui il maiale (la sezione inglese *Follow the piglet* traduce quasi esattamente quella dialettale).

– le forme di quarta persona in *-èm(a)* (*semma* '(noi) siamo') invece delle uscite in *-om(a)* o *-um(a)* utilizzate altrove nel parmense;
– i finali di parola in dittongo *-èj* come esito della riduzione delle desinenze *-ĭtis*, *-ēte*, *-ētu*: *Nozèj* 'Noceto', *azèj* 'aceto' (altrove in provincia: *Nozé*, *azê*);
– utilizzo di *miga* (dal latino *mica* 'briciola') come elemento postverbale della negazione invece della versione ridotta *mia*, più diffusa nel contado.

Questo dato non stupisce, visto che, dal punto di vista linguistico l'Oltretorrente è da sempre considerato dai cultori del dialetto locale la culla del "vero" dialetto parmigiano, cioè di quella varietà "plebea" che col tempo ha finito per estendere alcuni dei propri tratti caratteristici (primo tra tutti la realizzazione di una vocale di timbro posteriore O nei casi di reinserimento anaptittico, citata sopra) a tutte le varietà del parmigiano urbano e a fare dimenticare quel dialetto "civile" (che vedeva appunto la realizzazione di una vocale di timbro anteriore E nei casi di anaptissi) parlato nel centro cittadino e dalle classi piccolo-borghesi (l'uso dei termini "plebeo" e "civile" per definire tali varietà si deve al Bocchialini, 1944).

In generale possiamo constatare che il parmigiano è presente anche in alcuni segni ufficiali (*top-down*) come cartelli stradali, graffiti autorizzati di rilevanza storico-sociale e iniziative culturali pubbliche ma che, tuttavia, la sua presenza è rara in contesti privati e più spontanei (*bottom-up*). Data la forte identità storica del quartiere in senso popolare, ci si sarebbe attesi una presenza del dialetto locale più pervasiva e costante. A questo proposito occorre ricordare che, a seguito dei moti antifascisti del 1922, per esercitare un controllo sociale più capillare tra gli anni '20 e gli anni '30 del Novecento il regime fascista sventrò i borghi dell'Oltretorrente e ricollocò la popolazione in alcuni quartieri periferici e privi di servizi. Tali operazioni hanno lasciato una ferita profonda nell'identità storica e sociale del quartiere, il quale ha continuato a mantenere il proprio carattere popolare e la propria tendenza all'accoglienza e all'inclusione (resistendo al processo di gentrificazione che ha interessato altri quartieri) e, dal punto di vista linguistico, ha visto la progressiva sostituzione della sua caratteristica parlata con un multilinguismo non meno caratteristico e considerato altrettanto problematico e sfidante da parte delle autorità e delle istituzioni.

Facendo riferimento alla classificazione della visibilità delle lingue minoritarie all'interno dei paesaggi urbani di Gorter e Cenoz (2024: 174-223, vedi Tabella 1), potremmo quindi collocarlo in corrispondenza del descrittore (4) *Approved or permitted (Limited)*, riferibile a una situazione in cui «there is only limited support from the authorities and/or there are negative attitudes among its speakers, which then lead to a low degree of visibility».

Tabella 1. *I descrittori della visibilità delle lingue minoritarie nel paesaggio linguistico [Gorter, Cenoz, 2024: 183]*

Table 7.1 Continuum of the presence and visibility of minority languages in linguistic landscapes

Policy/ideology	Presence/visibility
(1) Prescribed or taken for granted	(Almost) always
(2) (Co-)official or fully supported	Frequent
(3) Recognized or encouraged	Medium
(4) Approved or permitted	Limited
(5) Disregarded or disputed	Occasional
(6) Prohibited or excluded	Minimal or none

Un secondo aspetto interessante concerne lo statuto dell'inglese all'interno dei segni istituzionali (*top-down*). Dai dati rilevati si deduce infatti che in questo tipo di messaggi l'inglese riveste (a differenza di ciò che avviene nei segni di tipo *bottom-up* e di cui si dirà tra poco) il ruolo di lingua franca internazionale e che la sua funzione sia quella di trasmettere informazioni di pubblica utilità a coloro (principalmente turisti o persone giunte da poco in Italia) che non padroneggiano appieno la lingua italiana. Tuttavia, i dati del corpus rivelano che per alcune tipologie di segnali pubblici non è prevista la traduzione in inglese (ad esempio è questo il caso dei cartelli dedicati alla storia civile, sociale e industriale della città), mentre per altre tipologie la traduzione è presente in modo alterno (è questo il caso dei defibrillatori, dove la traduzione delle istruzioni per l'uso è presente in uno dei due modelli mappati ma non per l'altro). Inoltre, anche per le tipologie di cartelli per cui è prevista la traduzione (come i cartelli di approfondimento storico collocati in prossimità di edifici storici, chiese, monumenti e parchi, quelli dedicati alla barricate antifasciste e infine quelli relativi a figure storiche femminili di grande rilevanza per la storia del quartiere) si rilevano alcune discrepanze, quali la scelta di tradurre il testo ma non il titolo dell'approfondimento (costringendo così gli avventori non italofoni a leggere il testo per comprendere l'argomento affrontato) o di tradurre solo una parte della sezione in italiano (*distribuzione* frammentaria di tipo *overlapping*), soluzione che impedisce al lettore di accedere a tutti i dettagli di carattere storico del testo originale. Infine, si segnala il caso delle colonne che segnalano le fermate degli autobus, nelle quali è presente la sola indicazione in inglese (*bus stop*) ma non quella in italiano.

Quest'ultimo caso ci conduce all'analisi dei segni in inglese (o parzialmente in inglese) di tipo *bottom-up* (cioè privati e commerciali). I dati raccolti sono coerenti con quanto rilevato in altri contesti europei ed extra-europei (Backhaus, 2006; Cenoz, Gorter, 2006; Bruyèl-Ormedo, Juan-Garau, 2009; Edelman, 2009; Vettorel, Franceschi, 2013). L'inglese è onnipresente nel paesaggio linguistico e questo è senza dubbio uno dei principali segnali del processo di globalizzazione (Cenoz, Gorter, 2009: 57); tuttavia, l'uso di tale lingua nella segnaletica privata e commerciale spesso non è associato alla funzione comunicativa e al significato che veicola (cosa invece ancora vera per quanto concerne i segni di tipo *top-down*), bensì alla forma linguistica (cioè il significante) e ai valori simbolici che questa porta con sé (Kelly-Holmes, 2005; Blommaert, 2010). Da questo punto di vista la maggior parte dell'inglese che vediamo nelle nostre città ha perso l'associazione immediata con i valori della cultura anglo-americana e risponde piuttosto al principio delle «*good reasons*» di Boudon (2003), secondo il quale spesso nel paesaggio linguistico le lingue percepite come portatrici di valori positivi vengono utilizzate in maniera estensiva nonostante non siano molto presenti tra i parlanti delle aree indagate o comunque non siano da questi perfettamente padroneggiate. Secondo Kelly-Holmes (2005), per l'inglese possiamo addirittura parlare, in chiave marxista, di impiego "feticista" dell'inglese nell'abito commerciale e pubblicitario. A questo proposito si consideri quanto dichiarato da una commerciante intervistata durante la raccolta dei dati fotografici a proposito della propria insegna monolingue in inglese: "*Se tornassi indietro non darei più un nome inglese al mio negozio. Lo ho fatto perché suonava meglio*, *ma la gente fatica a pronunciare il nome e a riferirlo ad altri*, *e questo mi fa perdere dei clienti*".

Un terzo aspetto interessante riguarda la lingua spagnola, la quale sembra essere utilizzata, al pari dell'inglese, sia con funzione comunicativa (*Tapas Bar* – vero bar di *tapas*) che con una funzione legata alle «*good reasons*» (Boudon, 2003) e ai valori positivi incarnati dalla lingua, in particolare per quanto riguarda un ambito specifico, cioè quello gastronomico (*Bar La Suerte*, bar tradizionale italiano). Un negozio (*Los cornettos*) presenta addirittura una denominazione in spagnolo fittizio, in cui a un lessema italiano (*cornetti* – prodotto effettivamente venduto dall'attività commerciale) sono stati aggiunti, proprio

per esprimere valori positivi a fini commerciali, elementi morfologici (articolo determinativo plurale e plurale in *-s*) dello spagnolo.

Un quarto e ultimo aspetto rilevante concerne le politiche linguistiche locali relative al paesaggio linguistico urbano. Infatti, a differenza di quanto accade per altre città italiane, finora il Comune di Parma non sembra essersi dotato (ciò è perlomeno quanto risulta dalle nostre ricerche) di normative specifiche relative alla traduzione delle insegne commerciali. Si veda a questo proposito il regolamento del Comune di Bologna, primo comune della regione per numero di abitanti (tratto da Minuz, Forconi, 2018: 256):

> ogni insegna non in lingua italiana debba riportare sempre la traduzione letterale (oggetto di apposita autodichiarazione) del relativo messaggio in italiano, con la precisazione che le dimensioni del testo in italiano all'interno dell'insegna siano per dimensioni e carattere immediatamente riconoscibili e visibili (Comune di Bologna 1998, pp. 5-6).

A nostro avviso l'assenza di un regolamento di questo tipo non ha di per sé connotazioni positive o negative: potrebbe sia essere il frutto di una mancata presa di coscienza del forte multilinguismo presente sul territorio che denotare un riconoscimento implicito da parte delle istituzioni locali della naturale varietà e ricchezza del paesaggio linguistico cittadino.

3.2. *Il corpus di interviste*

Il secondo corpus riguarda le interviste a 67 persone che, per diverse ragioni, frequentano il quartiere Oltretorrente. Agli intervistati sono state poste innanzitutto alcune domande[19] chiuse di tipo anagrafico (fascia d'età e luogo di provenienza), relative alla propria biografia linguistica (L1 e altre lingue parlate) e al rapporto con il quartiere:

1) *Di dov'è?*
2) *Quanti anni ha?*
3) *Qual è la Sua lingua materna?*
4) *Quali altre lingue parla?*
5) *Per quale motivo frequenta l'Oltretorrente?*

Il 78% del campione ha dichiarato di provenire dall'Italia (in particolare, circa il 45% si considera parmigiano o parmense), ma in questo gruppo 3 persone hanno precisato di avere una doppia nazionalità (italiana/libanese, italiana/cinese e italiana/albanese). Le altre nazionalità maggiormente rappresentate sono la Tunisia (3), il Pakistan (2), la Spagna (2), il Marocco (2), Egitto (1), Palestina (1), Colombia (1), Francia (1), Albania e Costa D'Avorio (1).

Per quanto riguarda invece le fasce d'età, la coorte più rappresentata è quella 19-29 (58%), seguita da quella 40-49 (15%), 30-39 (12%), 60-69 (6%), 50-59 (5%), mentre solo due degli intervistati 18 anni (o meno) e uno solo ha più di 70 anni.

[19] Tutte le domande sono state tradotte anche in inglese per permettere anche alle persone non italofone o con ridotte competenze in italiano di rispondere al questionario.

Come si può evincere dai dati riguardanti la provenienza, la lingua materna della maggior parte del campione è l'italiano (75% del totale[20]); le altre lingue materne presenti tra gli intervistati sono: l'arabo (7 parlanti), lo spagnolo (3 parlanti), l'urdu (2 parlanti), il cinese (1 parlante), l'albanese (1 parlante), il francese (1 parlante) e la lingua baulé (1 parlante).

Per quanto concerne invece le altre lingue conosciute dagli intervistati, solo 7 dichiarano di non parlarne nessuna al di fuori dell'italiano, mentre 1 identifica il dialetto calabrese come sua seconda lingua. 17 persone di madrelingua non italiana identificano l'italiano come propria lingua seconda (o una delle proprie lingue seconde), mentre la seconda lingua più presente è, come ipotizzabile, l'inglese, parlato (in maniera più o meno fluente, secondo quanto dichiarato) da 24 intervistati, quindi da circa il 36% del totale.

Le motivazioni che spingono gli intervistati a frequentare il quartiere sono in prevalenza quelle legate allo studio (il quartiere è infatti sede del Dipartimento di Discipline Umanistiche, Sociali e delle Imprese Culturali e del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Parma e dell'Archivio Storico Comunale) con una percentuale del 36%; seguono le motivazioni legate al lavoro (19%) e quelle legate al domicilio nel quartiere (10%). Occorre però specificare che il 18% del campione è presente nel quartiere per almeno due ragioni (che generalmente corrispondono al domicilio e al lavoro) e che il 16% ha dichiarato di frequentare il quartiere per ragioni "altre"[21] ("*Sono venuta per visitare la città*"; "*Alcuni parenti vivono in questo quartiere*", "*Figlia che abita qui*"; "*In visita da un amico*"; "*A trovare un'amica per qualche giorno*"; "*Negozi e biblioteca*"; "*Negozi*"; "*Per fare un giro*"; "*Faccio un giro*"; "*Ci passo a volte*"; "*Domanda di soggiorno*").

Dall'analisi dei dati anagrafici, di biografia linguistica e relativi al rapporto col quartiere fin qui esposti si può evincere che il campione degli intervistati non rappresenta la popolazione residente nel quartiere, ma sembra tuttavia rappresentare abbastanza fedelmente la popolazione che lo frequenta quotidianamente per ragioni professionali, di studio, di turismo e di accesso ai servizi (pubblici o privati).

Al campione di intervistati sono state poste le seguenti domande[22]. Le domande 8), 9) e 10) erano accompagnate da tre diverse fotografie scattate nel quartiere:

6) *Trova che l'Oltretorrente sia un quartiere diverso dagli altri? Secondo Lei cosa ha di diverso?*

7) *Ha notato la presenza di altre lingue oltre all'italiano in Oltretorrente? Quali? In che contesti? Erano scritte o solo parlate?*

8) *Osservi la foto 1. Cosa pensa del fatto che nel quartiere ci siano cartelli scritti in più lingue come questo? Secondo Lei è giusto?*[23]

[20] Uno degli intervistati ha dichiarato di avere come L1 anche il dialetto pugliese, mentre un altro ha dichiarato di avere due ulteriori lingue materne (croato e francese).

[21] Occorre specificare che tutte le risposte virgolettate e in corsivo contenute nell'articolo riportano quanto più fedelmente possibile quanto riferito dall'intervistato. Per tale ragione in alcuni casi le frasi possono contenere frasi in un italiano agrammaticale, parzialmente scorretto o di registro particolarmente basso.

[22] Anche questa seconda parte del questionario è stata tradotta in inglese in modo da consentire anche alle persone non italofone o con ridotte competenze in italiano di rispondere alle domande (vedi nota 19).

[23] Si tratta di un segnale di pericolo di tipo *top-down* (istituzionale) collocato in prossimità del corso del Torrente Parma e il messaggio è presentato in italiano, inglese, francese e tedesco. Occorre sottolineare che si tratta di un segnale di pericolo standard la cui presenza è stata mappata anche in altre città italiane, talvolta con qualche modifica (ad esempio l'aggiunta, come quinta lingua, dello spagnolo).



9) *Osservi la foto 2. Cosa pensa del fatto che nel quartiere ci siano insegne scritte in 2 lingue diverse come questa? Secondo Lei è giusto?* [24]



[24] Si tratta di un'insegna commerciale privata (quindi di tipo *bottom-up*) che in russo recita *slavjanka* (cioè 'ragazza slava', descrizione che combacia col disegno di una giovane ragazza in costume tradizionale), mentre nella parte in italiano fa leva sull'aspetto commerciale (*prodotti del'est* [con veste ortografica che ricalca la mancata geminazione della preposizione articolata rilevabile nell'italiano "di contatto" delle persone slavofone]).

10) *Osservi la foto 3. Cosa pensa del fatto che nel quartiere ci siano insegne scritte interamente in lingua straniera come questa? Secondo Lei è giusto?* [25]



Per quanto concerne la domanda 6, solo 8 intervistati su 67 hanno dichiarato di non avere notato differenze tra l'Oltretorrente e gli altri quartieri cittadini. Il resto del campione[26] ha descritto il quartiere in termini di:

- accoglienza (15): "*Le persone non sono razziste*"; "*Ci vivo da sempre, lo considero come casa*"; "*Sembra dal giornale che sia una zona pericolosa, ma io mi sento in un paese a parte, più accogliente*"; "*In molti dicono che questo quartiere la sera potrebbe essere un po' pericoloso, per via della gente che va in giro alla sera, io in realtà qui, rispetto alle altre zone, perlomeno durante il giorno, noto una certa tranquillità e convivialità tra le persone*"; "*In questa zona mi piace di più, perché ci sono amici che lavorano come me. È tranquillo, diverso*"; "*Sì, è più sciallo*"; *ecc.*
- multiculturalità (13): "*Presenza di più culture rispetto al centro città*"; "*Tanta gente di diversi Paesi*"; "*Diverse culture e lingue*"; "*Ci sono persone di tante nazionalità diverse che girano in università, è bello sentirle*"; "*Some African markets, I like different tastes*"; "*C'è un miscuglio di tante lingue e culture, credo si possa definire un quartiere multietnico*"; *ecc.*
- attrattività turistica e bellezza architettonica (8): "*Architettura; Identità molto forte, anche dal punto di vista architettonico*"; "*Soprattutto per i turisti, questa è una zona più antica e quindi più interessante da visitare*"; "*È un ambiente visitato da persone straniere, non italiane*"; "*Apprezzo molto la sua architettura*"; "*Per una persona amante dell'arte come me va assolutamente visitato*"; "*Gli edifici colorati con i balconcini che si affacciano sulla strada sono molto caratteristici*"; "*Diverso per l'architettura tipica*"; "*It is different, the color of the houses, the streests, more cars*";

[25] Si tratta di un'insegna commerciale (quindi *bottom-up*) in lingua araba (più precisamente la scritta recita 'la macelleria islamica' e a entrambi i lati è ripetuta l'espressione *halal*, a indicare l'utilizzo della corretta procedura di macellazione) e priva di traduzione in italiano. Occorre specificare che durante i periodi e gli orari di apertura del negozio sono presenti anche indicazioni in italiano (come in seguito confermato dal proprietario del negozio), ma la fotografia è stata scattata durante il periodo di chiusura estiva.
[26] Occorre specificare che alcuni intervistati hanno indicato più di un elemento per sottolineare la differenza tra il quartiere e il resto della città.

- forte identità storica e culturale (7): "*È molto legato alla storia delle barricate antifasciste*"; "*Questa zona è un quartiere molto popolare di Parma*"; "*Quartiere vivo, in cui si respira la storia di Parma*"; "*Tessuto sociale solido e caratteristico*"; "*Quartiere vivo, multietnico, in cui si respira la storia di Parma, si integrano bene culture diverse in un luogo storico di Parma*"; "*Ha un'atmosfera molto caratteristica, con le sue stradine strette, i murales e una forte identità culturale. Dal punto di vista sociale, l'Oltretorrente è un melting pot di diverse culture e fasce d'età*"; "*Caratteristico, storico e multiculturale*";
- vivacità e presenza di luoghi di svago (6): "*È più vivace*"; "*È ricco di persone giovani ed è ottimo per uscire e stare assieme*"; "*Mi sembra più movimentato di sera*"; "*Sì, è molto vivo*"; "*Ci sono i locali più belli per me*"; "*Perché presenta dei locali particolari*"; "*Ha dei locali molto conviviali, che trovo siano perfetti per uscire con colleghi e amici*";
- comodità e presenza di servizi (4): "*Popolazione e servizi offerti*"; "*È ben collegato, mi permette di muovermi ovunque*"; "*Lo trovo comodo e centrale*"; "*Mi piace la sua praticità per girare a piedi*".

Non mancano tuttavia le voci critiche (4) circa la vivibilità del quartiere ("*Trovo troppe culture ed etnie rispetto ad anni fa*"; "*L'Oltretorrente può sembrare un quartiere diverso, ma mi chiedo se questa diversità sia davvero positiva. Non è più il quartiere di una volta*"; "*Rispetto ad altri angoli di Parma, mi pare più decadente, meno curato e più sporco. Anche meno sicuro*"; "*C'è molto casino, ci sono persone che litigano a volte*"); in un caso la critica è rivolta nello specifico all'identità storica (proletaria e fortemente legata alla storia delle barricate antifasciste) del quartiere: "*È molto legato alla storia delle barricate antifasciste. Politicamente molto schierato e questo permette di attecchire a comunità cinesi, maghrebine, nordafricane*". Tuttavia, tali voci sono quasi sempre accompagnate dal riconoscimento della vivacità (multi)culturale e commerciale della zona: "*È un quartiere molto giovanile, adatto agli studenti, peccato per la scarsa sicurezza*"; "*È più pericoloso e più colorato*"; "*Noto la differenza con il centro qui. Poi criminalità e povertà, ma allo stesso tempo è più artistico, spregiudicato. E come se fosse un'altra città e mentalità, ci sono molte etnie e ti senti meno giudicato*".

Per quanto concerne invece la domanda 7, solo 4 intervistati su 67 non hanno notato la presenza di lingue diverse dall'italiano, né in forma scritta né orale, mentre 1 solo intervistato dice di avere rimarcato la presenza di altre lingue solo in forma scritta. 18 persone hanno invece dichiarato di avere notato la presenza di altre lingue solo in forma parlata ("*Sì, inglese, francese, spagnolo, arabo, polacco, moldavo… solo parlate salvo qualche supermarket*"; "*Africano, indiano, straniere... Ho notato meno scritte e più parlate*"; "*Spanish, Albanian, Ukranian, Arabic, mostly visitors in the shop*"; "*Mi è capitato di ascoltare l'inglese e il tedesco mentre passeggiavo*"; "*Per lo più arabo, le altre lingue non saprei identificarle. Le ho sentite parlare, passando tra le vie del quartiere*"; *ecc.)*, mentre 12 intervistati hanno dichiarato di avere notato lingue straniere sia in forma orale che in forma scritta ("*Spagnolo, arabo, cinese (scritto per lo più), in particolare al centro immigrazione e all'ospedale, ma anche in libreria*"; "*Qualche insegna in inglese, le insegne dei kebab, molto inglese dentro l'uni*"; "*Qualche insegna si e ne ho sentite parlare, arabo e altre lingue europee*"; "*Scritte in spagnolo, molte lingue non le riconoscevo, ma comunque da India e dintorni*"; "*La presenza di altre lingue è molto vasta. Si possono ascoltare talvolta cinese, tedesco e arabo. Preponderanti invece, oltre all'italiano, sono il francese (adottato dalla popolazione africana francofona) ed il turco. Sono presenti sia in forma scritta che orale*"; "*Credo d'avere sentito parlare cinese, inglese, francese, turco. Scritte invece, per esempio sulle insegne dei negozi, l'arabo (o turco, non so) e l'inglese*"; *ecc.*). Il resto del campione ha sottolineato di avere notato la presenza di diverse lingue "altre", ma senza specificare se in forma scritta od orale.

Per quanto riguarda la domanda 8, ben 46 intervistati su 67 hanno dichiarato di ritenere giusto che siano presenti cartelli pubblici plurilingui come quello della fotografia 1 (raffigurante il cartello di pericolo in 4 lingue). Alcune di queste persone hanno anche elaborato la propria opinione aggiungendo le ragioni per cui è giusto avere cartelli di questo tipo: in particolare, oltre alle motivazioni legate all'accessibilità e all'inclusione ("*È*

meglio per i turisti, *specie chi parla inglese*"; "*Trovo giusto che sia scritto in 4 lingue per permettere a tutti di capire*"; "*Penso di sì*, *perché è accessibile a tutti*"; "*È molto utile per chi non sa bene l'italiano*, *per poter includere tutti*, *sia turisti e persone straniere che sono qui da poco tempo*"; "*Sì*, *perché siamo multiculturali*"). In alcuni casi viene sottolineata la rilevanza della traduzione per un cartello che segnala un pericolo come quello analizzato ("*Penso sia giusto*, *è importante far capire a chi non è italiano*, *tutti i segnali di pericolo dovrebbero essere così*"; "*Secondo me è più che giusto perché così tutti*, *compresi i turisti*, *possono capire appieno ciò che li circonda*"; "*È utile per notificare il pericolo*").

Tuttavia non mancano neppure qui le voci dubbiose o persino critiche: infatti uno degli intervistati ha dichiarato che basterebbe il disegno e che le versioni in lingue diverse dall'italiano non sono necessarie ("*Potremmo togliere le traduzioni perché si capisce dal disegno*"), mentre 5 intervistati hanno detto che forse sarebbero bastate la versione italiana e quella inglese ("*Dovrebbero essere italiano e poi inglese che è universale*"; "*Beh è giusto*, *ma forse sarebbe bastato l'inglese come lingua straniera*"; "*Sarebbe bastato l'inglese*, *non si può iniziare a tradurre tutto in tutte le lingue del mondo*"). Inoltre 11 intervistati hanno proposto di togliere alcune traduzioni o di sostituirle con lingue diverse e più parlate nel quartiere, soprattutto con lingue non occidentali ("*Sarebbe carina una lingua non europea da aggiungere*, *però ci sta visto che ci sono turisti e altre etnie*"; "*Metterei una lingua in più e toglierei il tedesco*"; "*Aggiungerei la lingua araba (presenza ben radicata nel territorio)*"; "*Cinese*, *arabo e russo forse dovrebbero esserci*"; "*Va bene*, *ma dovrebbero esserci anche altre lingue*"; "*Tedesco poco utile*, *aggiungerei arabo*"; "*Aggiungerei altre lingue (cinese*, *esteuropee)*"; "*Aggiungerei lingua araba*"; "*Si è utile ma il tedesco non è molto parlato*"; "*Manca lo spagnolo*"; "*Si potrebbe sostituire il tedesco con l'arabo*"). Come si evince, da una parte del campione emergono due necessità: quella di omettere la versione in tedesco (lingua considerata "poco utile" o "poco comprensibile") e quella di dare maggiore risalto all'arabo (lingua effettivamente molto presente nel quartiere) e, in misura minore, al cinese e alle lingue dell'Europa orientale.

Per quanto concerne invece la domanda 9 (riguardante l'insegna in italiano e russo raffigurata nella fotografia 2), anche qui la maggioranza del campione (circa l'80%) ritiene che sia giusto che l'insegna sia in italiano e in russo, e in 25 casi gli intervistati hanno giustificato la propria opinione esponendo diverse ragioni, tra cui: il fatto che la versione in russo dia una caratterizzazione culturale ("*Sì*, *è giusto*, *perché è una parte culturale e caratteristica del locale*, *un po' come i cartelli dialettali*"; "*Va bene*, *porta cultura locale*"), che permetta alle persone con questa madrelingua di mantenere la propria cultura ("*Va bene così*, *è la loro cultura*"; "*Sì*, *perché mantengono una doppia identità*"; "*Se sono prodotti tipici dell'est è giusto che sia scritto nella loro lingua madre*"; "*Trovo giusto che ci sia la traduzione in italiano ma che abbiano mantenuto la lingua tradizionale*, *suppongo dell'est*"; "*È giustissimo identificare la propria attività anche con la propria lingua*") o di sentirsi a casa e maggiormente integrati anche in Italia ("*È giusto perché così persone di una determinata nazione possano sentirsi a casa e gradire prodotti tipici del loro Paese*"; "*Then*, *those people can think of being home*, *and will be more part of the city*"), che serva ad attirare il giusto target/clientela ("*È una scelta commerciale*, *per attirare il target designato*"; "*Va bene*, *probabilmente c'è qualcuno russo a cui è utile*"; "*Sicurante è indirizzato principalmente a un target di quella nazionalità*, *va bene così*") o per attirare persone italiane curiose e potenzialmente interessate ("*Offrendo*, *come detto prima*, *prodotti stranieri*, *a me personalmente fa piacere vedere l'insegna del negozio anche in una lingua differente*"; "*Va bene avvicinarsi a loro se si è interessati*"; "*Avendo la scritta in italiano permette a più persone di conoscere il supermarket*"; "*Sì*, *così può arrivare non sono lo alle persone che riconoscono la scritta*, *ma anche ad altri*»; «*Per me è positivo perché permette a più persone di entrare*").

Non mancano anche in questo caso alcune (per la precisione 13) voci critiche, le quali ritengono l'insegna poco appropriata per diverse ragioni: il fatto che non ci siano ragioni per tradurlo in una lingua diversa dall'italiano ("*Il cartello di pericolo di prima c'era più necessità di riportarlo in diverse lingue*"; "*'Prodotti tipici' is enough*"), che la mancanza della traduzione in italiano (che è in realtà presente) crei delle barriere linguistiche e culturali ("*Per essere più*

aperti culturalmente dovrebbe esserci una traduzione in italiano del cirillico. Aiuterebbe ad abbattere le barriere"; "*In questo caso, potrebbe riflettere una mancanza di integrazione e comunicazione efficace. Se l'italiano non è ben rappresentato, potrebbe dare l'impressione che ci sia una barriera linguistica*"), che non sia abbastanza inclusivo ("*Forse se fosse stato scritto in inglese sarebbe stato più inclusivo per coloro che non parlano queste due lingue*"), anche solo per ragioni strettamente commerciali ("*Limita la clientela se non sono del posto o non conoscono la lingua*"; "*Non si capisce il nome del negozio, impronunciabile se bisogna raccomandarlo a qualcun altro*"; "*Rende poco cosa vende il negozio*"), che le due lingue stanno tra loro in un rapporto (tecnicamente *dominance*) squilibrato ("*Non c'è corrispondenza visiva tra le parole delle due lingue*"). In alcuni (limitati) casi viene espresso un netto rifiuto per questo tipo di insegne bilingui: "*Il russo non lo capisco io, non mi interessa mangiare cose russe*"; "*Per locali di Parma (italiani), penso che sia meglio se l'insegna principale è in italiano*"; "*Dovrebbe essere nella lingua dello stato in cui siamo*"; "*No, solo italiano*"; "*La nostra lingua, l'italiano, dovrebbe rimanere al centro. È preoccupante vedere una lingua straniera dominare*".

In 3 casi gli intervistati hanno rimarcato (alcuni in tono neutro o divertito, altri in tono critico) lo spelling scorretto presente nella scritta, cioè la mancata geminazione della preposizione articolata *dell'* (che in effetti può riflettere un tratto tipico della pronuncia dell'italiano "di contatto" delle persone di madrelingua slava): "*Nonostante l'italiano non sia perfetto*"; "*La scritta in italiano un po' storpiata è sì divertente, ma forse avrebbero potuto concentrarsi di più a fare le cose per bene*"; "*È preoccupante vedere l'italiano ridotto a una versione sbagliata*".

Nessuno degli intervistati ha mostrato una conoscenza del russo (o quantomeno del sistema di scrittura cirillico) tale da permettergli di notare che non si tratta della traduzione esatta della dicitura in italiano.

Infine, per quanto concerne le risposte alla domanda 10 (relativa all'insegna in arabo raffigurata nella fotografia 3), si notano delle percentuali abbastanza diverse rispetto a quelle delle due immagini precedenti. Infatti ben 35 delle persone intervistate hanno dichiarato di non essere d'accordo con la presenza di insegne monolingui di questo tipo, per diverse ragioni: il fatto di preferire insegne in più lingue ("*Preferirei insegne in più lingue*"; "*Sarebbe meglio se avessero usato più di una lingua perché non possono essere capite da tutti*"; "*Secondo me dovrebbe esserci sempre e comunque un'italianizzazione basata su queste cose o comunque spiegarle in inglese, che è una lingua più conosciuta*"; "*Non penso sia molto giusto, dovrebbe essere comprensibile per tutti, anche italiano, o almeno anche in inglese*"); il fatto che dovrebbe apparire anche l'italiano ("*Dovrebbe essere anche in italiano*"; "*Ci starebbe metterlo anche in italiano*"; "*Essendo italiana non capisco cosa ci sia scritto e mi piacerebbe avere una traduzione in italiano*"; "*Penso che ci dovrebbe essere anche l'italiano*"); il fatto che dovrebbe apparire anche l'inglese ("*It's ok, maybe also in English*"); il fatto che non sia comprensibile ("*Non capisco, sarebbe meglio se più persone potessero capire*"; "*Mi sembra un po' una barriera per chi non conosce la lingua*"; "*Non totalmente, non riuscirei a comprendere*"); il fatto che la non comprensibilità escluda la potenziale clientela italiana ("*Non entrerei perché la scritta non la capisco*"; "*Non capisco cosa ci sia scritto quindi non entrerei*"; "*Dal punto di vista del marketing non va bene*"), e soprattutto il fatto che non sia inclusivo ("*Boh, può essere un po' esclusivo rispetto a scritte in più lingue*"; "*Sicuramente non tutti riescono a capire il significato, quindi non si dimostra molto accogliente*"; "*Secondo me no perché così, lo si rende accessibile solo ad una determinata categoria di clienti e non a tutti coloro che vivono in quel luogo*"; "*Mi sembra un po' una barriera per chi non conosce la lingua*"; "*Secondo me no perché così, lo si rende accessibile solo ad una determinata categoria di clienti e non a tutti coloro che vivono in quel luogo*").

In alcuni casi viene espresso un rifiuto *tout court* nei confronti del negozio ("*No, solo italiano*"; "*Dovrebbe essere in italiano*"; "*No, perché siamo in Italia*", "*Se sei in Italia normalmente rispetti la cultura locale*"; "*Scrivere solo in arabo significa avere una carne specifica per loro, è una chiusura*") o una dimostrazione di disinteresse ("*Non mi interessa perché non comprerei la carne lì*") mentre in un caso viene addirittura esternata un'associazione mentale con qualcosa di potenzialmente pericoloso ("*Su questo sono contrario, è una lingua non conosciuta qui, è un'esclusione di noi italiani. Può generare razzismo e paura*").

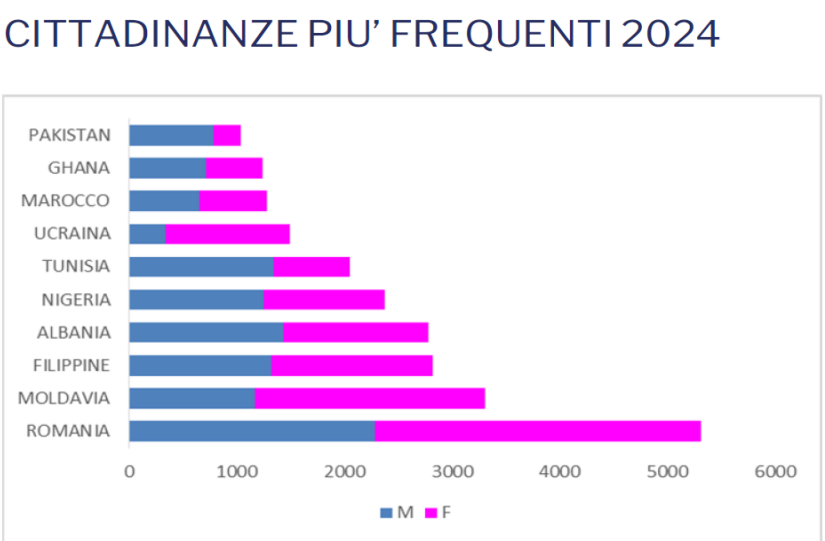
La restante parte del campione (32 intervistati) ha invece espresso opinioni di segno neutro o positivo per quanto riguarda la presenza dell'insegna in arabo. Tra questi, 5, pur avendo dichiarato di essere favorevoli, hanno aggiunto che sarebbe meglio avere anche la traduzione in un'altra lingua come l'italiano o l'inglese, mentre 6 hanno dichiarato di essere d'accordo in quanto sicuri che a saracinesca alzata si riuscirebbe a capire che tipo di negozio è.

4. Conclusioni

Per quanto riguarda la prima domanda di ricerca (DR1), all'interno del corpus sono state rilevate 28 lingue tra varietà standard e non standard; in generale si rimarca la presenza pervasiva della lingua inglese, sia in segni monolingui che in segni plurilingui (specialmente insieme all'italiano). Per quanto riguarda gli *script*, sono stati mappati 7 alfabeti; tuttavia si registra un *dominio* assoluto da parte dell'alfabeto latino, il quale tende a comparire anche nei segni in cui è presente almeno un altro sistema di scrittura. Per quanto riguarda la *linguality*, i segni bilingui rappresentano più della metà del campione (247 segni, cioè il 70%), mentre i segni rimanenti sono così suddivisibili (in ordine decrescente): monolingui (57 segni), trilingui (41 segni), quadrilingui (6 segni) e infine multilingui (3 segni). Invece, relativamente alle *distribuzioni*, sia il conteggio parziale di quelle *uniche* (cioè che compaiono da sole) che quello globale (tutte le occorrenze, comprese quelle dei segni in cui compaiono più *distribuzioni*) mettono al primo posto la *complementarietà*, al secondo l'*alternanza* (*alternating* e *mixing*), e di seguito la *frammentarietà* (*overlapping* e *fragmentary*) e la *duplicazione*. Infine, per quanto concerne la *direzionalità*, l'80% del corpus (283 segni) è di tipo *bottom-up* (quindi creati da privati), mentre il restante 20% (70 segni) è costituito da messaggi *top-down* (quindi pubblici e istituzionali).

Questi dati dipingono una situazione diversa da quella prospettata (a livello impressionistico) precedentemente alla raccolta dati. L'analisi del corpus fotografico ha infatti rilevato come il paesaggio linguistico del quartiere Oltretorrente non rappresenti bene l'effettivo multilinguismo (che non può essere mappato con precisione, ma può certamente essere desunto dalle nazionalità presenti secondo le statistiche – vedi il grafico 5) riscontrabile nel quartiere e più in generale nella città di Parma.

Grafico 5. *Cittadinanze straniere più frequenti a Parma* (tratto da https://www.comune.parma.it/it/argomenti/statistica/demografia/bilancio_demografico)



Questo dato non giunge nuovo e corrisponde con quanto già rilevato da Barni e Bagna (2010: 15), le quali, a proposito della presenza e della visibilità di quattro lingue immigrate in sei città italiane, scrivono: «There is no direct relationship between the presence of a language in an area, its vitality and it visibility». In particolare, stupisce la bassa percentuale di segni in lingue immigrate molto presenti in città (come il rumeno, l'albanese, il tagalog e l'arabo): come già rilevato da Fiorentini e Forlano (2024: 822) per la città di Torino, oltre alle insegne commerciali, rilevate in corrispondenza di attività imprenditoriali, per tali lingue si rimarca una «scarsa presenza di testi funzionali a veicolare messaggi di natura più spontanea».

Relativamente alla seconda domanda di ricerca (DR2), per quanto concerne la presenza del dialetto locale (parmigiano), è stata rilevata una presenza *limitata* (anche rispetto alle aspettative), corrispondente al descrittore (4) della classificazione di Gorter e Cenoz (2024: 174-223). Tuttavia, grazie ai dati raccolti, si sono potute formulare alcune considerazioni relative al fatto che, dal punto di vista ortografico, nonostante qualche incertezza[27] relativa ad esempio al riconoscimento della sillaba tonica o dell'altezza vocalica, le scritte dialettali veicolano esclusivamente la varietà di parmigiano urbano di tipo "*plebeo*" descritta da Bocchialini nel 1944. A questo si può aggiungere che, come descritto per altre città italiane e riassunto da Bellinzona (2021: 60), anche a Parma il dialetto è utilizzato «non è tanto il contenuto semantico dei termini, ma la lingua, il dialetto, a farsi portatore dei valori connotativi legati al passato, alla tradizione». Forse, per quanto riguarda il caso qui analizzato, si può aggiungere a questa considerazione il forte valore politico che caratterizza il dialetto parmigiano in Oltretorrente, nonché la tendenza a utilizzare il dialetto in relazione ai campi semantici "concreti" del cibo e delle bevande alcoliche.

L'Oltretorrente, coerentemente con quanto rilevato per altri quartieri di diverse città italiane, presenta invece una percentuale molto alta di scritte in lingua inglese. A questo proposito, come già sottolineato da Bellinzona (2021: 59-60) e in seguito rimarcato da Fiorentini e Forlano (2024: 805), l'inglese ha una presenza pervasiva «sia con funzione informativa, come lingua franca, nei confronti di turisti o parlanti non nativi […], ma anche per questioni di prestigio linguistico, dunque con funzione simbolica». Questi usi sembrano in qualche modo confermare il principio delle «*good reasons*» di Boudon (2003), cioè le 'buone ragioni' che spingono gli attori del paesaggio linguistico (specialmente quelli con interessi commerciali) a cercare di attrarre l'attenzione del pubblico provando a interpretare e assecondare i loro interessi, limitando al contempo la propria libera iniziativa (Ben-Rafael, Shoamy, Barni, 2010, xvii).

Tale funzione simbolica dell'inglese (legata a valori quali la modernità e il successo economico), è stata rimarcata a livello internazionale fin dagli albori della disciplina, ad esempio da Ross (1997: 31) e qualche anno più tardi da Shoamy (2007: 129). L'autrice Kelly-Holmes (2005, 2007) si spinge oltre questa interpretazione, sottolineando come l'inglese nel paesaggio linguistico svolga oramai una funzione "feticista" e sia associato sempre meno alla cultura anglo-americana e sempre più ad ambiti di respiro globale relativi agli affari, alla scienza, alla musica pop e al cinema (Vettorel, Franceschi, 2013: 241). Questa funzione simbolica è stata rilevata nel corpus anche per quanto riguarda la lingua spagnola, ma solo in relazione alle attività di ambito gastronomico/culinario.

Per quanto concerne infine la terza e ultima domanda di ricerca (DR3), è emerso che:

– la maggior parte del campione (57 persone) percepisce una differenza tra il quartiere Oltretorrente e gli altri quartieri cittadini (domanda 6 del questionario). In particolare,

[27] Come rimarcato da Guerini (2012: 52) tali certezze sono frequenti nelle scritte e nelle insegne dialettali, e sono attribuibili alla mancanza di una tradizione scritta e di un'alfabetizzazione formale in lingua minoritaria, ma anche a una generale mancanza di consapevolezza metalinguistica (e più nello specifico, fonologica) da parte dei parlanti e degli autori di tali segni.

l'accoglienza e la multiculturalità sembrano essere i due tratti maggiormente distintivi del quartiere, seguiti dall'attrattività turistica/bellezza architettonica, dalla forte identità storica e culturale, dalla vivacità/presenza di luoghi di svago e infine dalla comodità e presenza di servizi. Emergono tuttavia anche alcune voci critiche circa la vivibilità del quartiere, che in un caso viene messa in relazione con la forte identità storica e politica (in senso antifascista) del quartiere;

- non tutto il campione ha notato la presenza nel quartiere di lingue diverse dall'italiano (domanda 7 del questionario). Inoltre le opinioni circa la quantità (e la varietà) di lingue presenti sono particolarmente variegate, e, per quanto riguarda il canale scritto, questo riflette quanto già notato da Minuz e Forconi (2018: 269) in relazione al paesaggio linguistico bolognese: «Le scritte in lingua straniera sono una delle componenti di questo quadro. Non sono percepite da tutti. C'è chi assicura di non averne viste, chi ha osservato la maggior presenza delle scritte in cinese rispetto ad altre lingue d'origine». Tuttavia, il fatto che vi siano più persone che hanno notato le lingue parlate di quante abbiano notato quelle scritte dimostra in generale una percezione abbastanza aderente alla realtà dei fatti[28];
- vi è una certa apertura da parte degli intervistati verso le scritte in lingue diverse dall'italiano, ma non mancano le critiche. In particolare, per quanto riguarda il segnale di pericolo plurilingue (domanda 8 del questionario), la maggior parte delle critiche riguarda la possibilità di comprendere il segnale anche in assenza delle traduzioni o di sostituire alcune delle lingue presenti con lingue maggiormente rilevanti. Per quanto riguarda invece l'insegna commerciale in italiano e russo (domanda 9 del questionario) si rileva un aumento delle opinioni critiche riguardanti il fatto che, accanto all'italiano, sia presente una scritta (per molti non comprensibile) in cirillico e che tale scritta sia in caratteri più grandi e in una posizione dominante rispetto a quella in italiano. La maggior parte delle opinioni negative riguarda però l'insegna in arabo (domanda 10 del questionario), la quale, essendo monolingue (ma in realtà, come si è visto, multilingue durante l'apertura del negozio), denota per molti intervistati una mancanza di inclusività.

  Proprio la lingua araba consente però una riflessione interessante dal punto di vista qualitativo. Prima di tutto, se è vero che la sua presenza in un'insegna monolingue suscita tra diversi passanti delle opinioni sfavorevoli, è anche vero che, per quanto riguarda la domanda 8 del questionario, ben 5 intervistati hanno proposto l'inserimento, nel segnale di pericolo istituzionale (quindi *top-down*), di una traduzione in arabo. Tale sollecitazione sembra essere inversamente proporzionale a quella (proposta da 4 intervistati) che propone di omettere il tedesco in quanto poco parlato.

Per concludere, si aggiungono due considerazioni generali che riguardano possibili spunti di ricerca futuri:

- in primo luogo sarebbe importante allargare il punto di vista sul paesaggio linguistico parmigiano estendendo la mappatura e la conseguente analisi ai due altri quartieri cittadini che, insieme all'Oltretorrente, presentano le più alte percentuali di presenze straniere, cioè il quartiere *San Leonardo* e il quartiere *Pablo*. Anche per questa nuova mappatura sarebbe importante che i dati fotografici venissero integrati con strumenti di tipo più qualitativo, come ad esempio le interviste.
- in secondo luogo, sarebbe interessante analizzare in maggior dettaglio alcuni tratti linguistici presenti nel corpus al fine di valutarne gli eventuali usi (glotto)didattici. A

[28] Naturalmente per avere un quadro più completo di tali percezioni occorrerebbe analizzare con precisione le lingue citate dagli intervistati.

questo proposito, data la presenza considerevole di forme non standard (e che presentano un grado notevole di creatività lessicale) in lingua inglese, i segni del corpus in questa lingua potrebbero essere analizzati secondo la classificazione proposta da Vettorel e Franceschi (2013).

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Ariolfo R. (2017), "Visibilidad y percepción del español en el paisaje lingüístico genovès", in *Lingue e Linguaggi*, 21, pp. 7-25.

Backhaus P. (2006), "Multilingualism in Tokyo: A look into the linguisic landscape", in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: a new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon.

Barni M., Bagna C. (2009), "A mapping technique and the linguistic landscape", in Shoamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: expanding the scenary*, Routledge, New York, pp. 126-140.

Barni M., Bagna C. (2010), "Linguistic landscape and language vitality", in Shoamy 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.

Blommaert J. (2010), *The Sociolinguistics of globalization*, Cambridge University Press, Cambridge.

Bocchialini J. (1944), *Il dialetto vivo di Parma e la sua letteratura* [riproduzione anastatica (1980), La famija pramzana. Cenacolo di cultura dialettale, Parma].

Boudon R. (2003), *Raisons*, *bonnes raisons*, PUF, Parigi.

Bruyèl-Ormedo A., Juan-Garau M. (2009), "English as a *Lingua Franca* in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arsenal in Mallorca", in *International Journal of Multilingualism*, 6, 4, pp. 386-411.

Calvi M. V. (2018), "Español y italiano en el paisaje lingüistico de Milán. ¿Traducción , mediación o translanguaging?, in *Lingue e Linguaggi*, 25, pp. 145-172.

Cambi L. (2024), "Il banco delle lingue: il paesaggio linguistico del mercato di S. Lorenzo (FI) come specchio di una città-museo", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 757-778: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23874.

Carpi E., Venturi S., Paone S. (2018), "Il quartiere stazione di Pisa fra trasfiormazione e conflitto", in *Lingue e Linguaggi*, 25, pp. 227-251.

Cenoz J., Gorter D. (2006), "Linguistic landscape and minority languages", in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: a new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, pp. 67-80.

Coluzzi P. (2009), "The italian linguistic landscape: the cases of Milan and Udine", in *International Journal of Multilingualism*, 6, 3, pp. 298-312.

Edelman L. (2009), "What's in a name? Classification of proper names by language", in in Shoamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: expanding the scenary*, Routledge, New York.

Fiorentino I., Forlano M. (2024), "Il progetto 'Il paesaggio linguistico torinese'", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 803-824: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23879.

Gorter D. (2006) (ed.), *Linguistic landscape: a new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, Buffalo, Toronto.
Gorter D., Cenoz J. (2024), *A panorama of linguistic landscape studies*, Multilingual Matters, Bristol, Jackson.
Guerini F. (2012), "Uso dei dialetti nella segnaletica stradale con nomi di località: una panoramica sui comuni della provincia di Bergamo", in *Linguistica e Filologia*, 32, pp. 51-74.
Kelly-Holmes H. (2005), *Advertising as multilingual communication*, Palgrave Macmillian, New York.
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.
Lefebvre H. (1974), *La Production de l'éspace*, Anthropos, Paris [trad. it. (2018), *La produzione dello spazio*, Pgreco, Milano.
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.
Palermo M. (2015). *Linguistica italiana*, il Mulino, Bologna.
Ross N. (1997), "Signs of international English", in *English today*, 13, 2, pp. 29-33.
Sergio G. (2024), "Parole di moda per le vie di Milano", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 734-756: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23873.
Shoamy E. (2007), "Reinterpreting globalization in multilingual contexts", in *International Multilingual Research Journal*, 1, 2, pp. 127-133.
Shoamy E., Gorter D. (2009), *Linguistic landscape: expanding the scenary*, Routledge, New York.
Shoamy E., Ben-Rafael E., Barni M. (2010) (eds.), *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.
Vettorel P., Franceschi V. (2013), "English and lexical inventiveness in the Italian linguisitic landscape", in *English Text Construction*, 6, 2, pp. 238-270.

SITOGRAFIA

Comune di Parma (2024), *Bilancio demografico*: https://www.comune.parma.it/it/argomenti/statistica/demografia/bilancio_demografico.

CNEL & Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. (2022), *Rapporto annuale sulla presenza dei migranti*: https://www.lavoro.gov.it.

Datamira - People of Parma (2023): https://datamira.com/people-of-parma-2023/People-of-Parma.pdf.

Regione Emilia-Romagna (2023), *Censimento permanente popolazione*: https://www.istat.it/wp-content/uploads/2025/04/Censimento-permanente-popolazione_Anno-2023_Emilia-Romagna.pdf.

ISTAT (2022), *Condizione e integrazione dei cittadini stranieri in Italia*: https://www.istat.it.

Lingscape App: https://lingscape.app/.

Parma qua e là (progetto). Informazioni e immagini tratte da:
https://parma.bologna.repubblica.it/cronaca/2021/09/10/foto/temporary_signs_a_parma_le_opere_degli_artistiunder_35-317183716/1/.

MULTILINGUALISM IN AN ELECTION CAMPAIGN: THE TRANSITORY LINGUISTIC LANDSCAPE OF THE SOUTH TYROL

Vincenzo Gannuscio[1], *Silvia Palermo*[2]

1. INTRODUCTION

"Once the box of language in spaces has opened, endless opportunities for its use are available as infinite ways of 'seeing' come forth" (Shohamy, Gorter, 2009: 2).
Back in 2009, the linguists used these words to emphasise the enormous potential and infinite variety of ways of understanding the Linguistic Landscape (LL hereafter) present in the spaces and places of a given territory. This is particularly true of the Autonomous Province Bozen/Bolzano - Südtirol, which is the focus of this study. As is well known, the linguistic policy of this province mandates the use of German alongside Italian in all official contexts.

All forms of expression – both official and private – are therefore affected in some way, from toponymy to billboards, from shop signs to restaurant menus, from public notices to election posters, and even graffiti and murals.

Various studies have so far analysed the LL of this particular territory[3] but in this study, similar to that of Barni, Bagna (2016: 56):

> the focus is not on the 'traditional' LL in which the visibility of signs remains present over time (resulting in long-term visibility), but in the transitory and dynamic nature of the LL as it is displayed during a single meet, in other words, a temporary representational occupation of a specific area.

Specifically, we will focus on the "transitory linguistic landscape" (Hanauer, 2012) visible during the campaign for the provincial elections on 22 October 2023.

The data were collected on-site during the final week of the campaign. This constitutes an ephemeral LL, as is typical for such contexts (Shohamy, Gorter, 2009; Petkova, 2017). Photographs were taken using the Lingscape app[4] and compiled into the corpus LL-Politics_Südtirol.

This qualitative study analyses a selection of photographs depicting mono- and multilingual signs, as will be demonstrated later. The analysis focuses on one particular manifestation of the LL: election posters. It begins with an examination of the language choices made by the competing political parties. The focus then shifts to the

[1] Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia.
[2] Università Degli Studi di Napoli "L'Orientale". This work is the result of close collaboration between the authors. Vincenzo Gannuscio is responsible for sections 3., 3.1., 3.2., 3.2.1., 3.2.2., 3.2.3., 3.2.4., 3.3., 3.3.1., 3.3.2., 3.4., 3.4.1., 3.4.2., 3.4.3. and 4; Silvia Palermo is responsible for sections 1., 2., 3.5., 3.5.1., 3.5.2., 3.5.3., 3.5.4., 3.6., 3.6.1., 3.6.2.
[3] Cf. Crestani (2019); Dal Negro (2008); Palermo (2022); Palermo, Sgambati (2024); Plank (2006); Sgambati (2024); Veronesi (2021).
[4] The Lingscape APP (https://lingscape-app.uni.lu), developed at the University of Luxembourg and made available since 2016, is one of the most popular for collecting sign photos (Purschke, 2017, 2018; Gorter, Cenoz, 2024).

multilingualism present in these posters, which is analysed using Reh's (2004) model for the pragmatic organisation of multilingual written texts, as well as the frameworks developed by Kress, van Leeuwen (2006) and Scollon, Scollon (2003) for the visual composition of multilingual and multimodal written texts.

The analysis is followed by some political-linguistic reflections on the choices made by the parties, with the aim of examining the relationship between multilingualism and politics. Specifically, the study seeks to determine whether the linguistic subdivision characteristic of the autonomous province is also reflected in the electoral LL surveyed, and to what extent the parties' communicative strategies correspond to the linguistic composition of their candidate lists.

Prior to data collection, and in line with Backhaus's recommendations (2007: 65), the survey area was delineated by selecting the five most populous municipalities in the province. According to the ASTAT census of December 2021, these municipalities – Bolzano/Bozen, Merano/Meran, Bressanone/Brixen, Laives/Leifers, and Brunico/ Bruneck – together account for 38.5% of the province's total population.

2. The corpus LL-Politics_Südtirol

Although some studies on the LL also include material found online (cf. Crestani, 2019), and although political discourse has increasingly shifted toward television and the web – a phenomenon often described as mediatisation (cf. Mazzoleni, 2012; Novelli, 2021; Di Pace, Pannain, 2023) – this study focuses exclusively on LL material found in public open spaces. This decision aligns with the widely accepted definition of the LL (cf., among others, Landry, Bourhis, 1994; Gorter, Cenoz, 2024).

The first step involved surveying all relevant material present in the selected areas. Display panels, stickers, flyers, election posters, and so-called «sails» (advertisements mounted on cars, motorcycles, or bicycles) were identified and photographed.

For the collection and classification of material, the Lingscape App was chosen. In addition to enabling geolocation of the images and the creation of individual records with various taxonomies (with the potential for later enrichment), the app allows for the documentation of any sign containing written text or «lettering» (Gorter, Cenoz, 2024: 103).

The total number of photos currently collected in the LL-Politics_Südtirol corpus amounts to 1063[5]. For the purpose of this analysis, the focus was narrowed to election posters during the administrative elections 2023 only. The resulting analytical corpus therefore consists of 403 images of signs.

The multilingualism observed on election posters was analysed using the model developed by Reh (2004: 1-41) for the description and categorisation of multilingual signs, originally applied to material collected in Lira Town, Uganda (2000 - 2002). This model, which has been widely adopted in subsequent LL studies, also underpins the Distribution taxonomy used in the Lingscape app.

The Distribution taxonomy describes the pragmatic organisation of multilingualism within a sign – specifically, how information is translated across languages. All four of Reh's rewriting strategies were found in our corpus: complementary, duplicating, fragmentary, and overlapping. As will be shown in the analysis of multilingual election posters, the Distribution taxonomy closely interacts with the Dominance taxonomy, which examines the hierarchical relationships among languages within a sign. This

[5] The photos of the signs described in this contribution are freely accessible on the Lingscape APP website. By entering the name of the project 'LL-Politics_Südtirol' and using the appropriate search function for the given ID, it will be possible to display all occurrences documenting the specific type of posters detected.

hierarchy is typically established through visual, material, and semiotic features such as size, position, form, and colour. For this aspect of the analysis, we draw on the visual models developed by Kress, van Leeuwen (2006) and Scollon, Scollon (2003).

Additional taxonomies considered in this study include Directedness, Composition, and Linguality[6]. Both realisations of Directedness were observed in the South Tyrolean LL, namely top-down and bottom-up communication (Ben-Rafael *et al.*, 2006: 14).

Top-down political communication refers to messages initiated by institutions or government bodies. In our corpus, examples include the publication of official electoral lists [ID 90958] and general election information [ID 91188; ID 91300]. These materials are particularly relevant, as they display candidates' linguistic affiliation (German, Italian, or Ladin) alongside personal data, in accordance with the province's language-group identification policies. Bottom-up communication, by contrast, occurs on two main levels (Seargeant *et al.*, 2023: 1). The first involves political parties and candidates, who use language to promote their platforms, propose policies, and appeal to voters. The second includes activist groups, protesters, and independent media, who engage in commentary, critique, and resistance to official narratives. This study focuses exclusively on the first form of bottom-up communication – namely, that produced by politicians and parties in their efforts to mobilise electoral support.

3. Language Strategies in South Tyrol's 2023 Electoral Campaigns

In the context of the 2023 provincial elections in the South Tyrol (cf. Atz, Pallaver, 2024), political parties displayed a broad array of communication strategies, which significantly characterized the electoral LL of the region. The traditional use of campaign posters was also a key component of this electoral discourse, as these visual tools were strategically employed by parties to communicate their political messages[7]. One notable feature of the electoral landscape was the distinct approach to language use on these posters. Some parties adhered strictly to one language, either German or Italian, depending on their ideal demographic target, reinforcing the linguistic boundaries that define South Tyrol's political and cultural divisions. In contrast, other parties opted for bilingual or, in a few exceptional cases, even trilingual communication, integrating both German and Italian, and occasionally Ladin, into their messaging. These bilingual and multilingual strategies varied in the degree of linguistic integration, with some posters clearly privileging one language over the others, while others employed a more balanced approach. The choice of language on election posters thus became a significant aspect of how each party positioned itself within the local political, social, and cultural context, reflecting not only the party's ideological stance but also its understanding of the region's complex linguistic identity.

3.1. *Rejection of traditional campaigning: The strategy in absentia of the JWA-List*

Among the various strategies employed by political groups, a particularly striking and unconventional approach was adopted by the list of Jürgen Wirth Anderlan (JWA). This party took the radical step of completely forgoing the use of traditional election posters. The decision to reject posters altogether represents a clear departure from the well-

[6] A selection was made from the 22 taxonomies present by default on the Lingscape APP. For a full description see Palermo (2022: 101-108).

[7] For further insights into specific linguistic features of election campaigns, reference may be made, among others, to Girnth (2015); Klein (2017); Niehr (2014).

established conventions of traditional political campaigning, where visual presence in the form of posters has long been a standard practice (cf. Efing, 2005; Pappert, 2017). Instead of using printed materials, the JWA-List focused its efforts on a more direct, personal form of communication, namely door-to-door campaigning, complemented by a significant online presence. This approach, which could be described as a strategy *in absentia*, was not merely an oversight or logistical decision; it was a deliberate and calculated choice that allowed the party to distinguish itself from the conventional practices of other political groups.

The symbolism of this absence was reinforced through the party's spokesperson, who, during a press conference, publicly articulated their opposition to the use of election posters. In a visually striking gesture, the spokesperson presented a canvas instead of a traditional printed poster, explicitly stating their stance of being *gegen Wahlplakate* (against election posters). This provocative move not only called attention to the party's deliberate rejection of mainstream political campaigning but also signaled a critical stance towards the very practice of election advertising. As a result, during a field survey of the LL in South Tyrol, no trace of the JWA party was found in the form of traditional campaign posters, marking an absence that itself became a powerful and disruptive form of communication [ID 91429]. This strategic omission is aligned with the theoretical insights offered by Seargeant *et al.* (2023: 21), who argue that the meaning of a sign is never isolated but is always shaped by its emplacement within the physical world. In this context, the absence of posters becomes an active form of communication. By choosing not to participate in the visual landscape, JWA effectively created a visual void, which served to amplify their message. The absence of posters, rather than being neutral or inconsequential, acted as a powerful visual statement. It disrupted the traditional understanding of what a political campaign should look like, challenging the established norms of electoral marketing and positioning the JWA as a radically alternative force within the local political sphere.

3.2. *Monolingual German posters*

In the 2023 provincial elections of the South Tyrol, four of the sixteen political parties that ran adopted a strategy of using an exclusively monolingual German *Linguality*, reflecting their focus on the region's German-speaking electorate. This approach not only reinforced the parties' target demographic but also underscored their political and cultural positioning within the region. The parties utilizing this monolingual German strategy included *Die Freiheitlichen*, *Süd-Tiroler Freiheit* (STF), *Südtiroler Volkspartei* (SVP), and *Für Südtirol mit Widmann*. Each of these parties employed distinct styles and messages in their posters, carefully crafting their visual and textual content to resonate with their electorate and assert their political identity. From populist appeals to regionalist rhetoric and pragmatic calls to action, these posters reflected the diverse ways in which these parties with exclusively German-speaking or predominantly German-speaking candidate lists sought to communicate with voters. Each party emphasized different aspects of regional identity, governance, and social issues, tailoring their messages to resonate with their target electorate.

3.2.1. *Die Freiheitlichen: Populist messaging and ambiguity*

For Die Freiheitlichen, two types of posters were identified, which are interdependent both in terms of graphic design and conceptual elements. Both feature a *Composition* that

includes a slogan (*text*) and a logo (*image+text*) but exclude images of candidates or other illustrative visuals. The first poster [ID 90965] featured the slogan *DAMIT SIE NICHT GLEICH WEITER MACHEN KÖNNEN!* (So that they cannot continue in the same way!), which played on the ambiguity of the word *gleich*, suggesting both a temporal (immediately) and modal meaning (in the same way). This created an invitation to voters to see it as a call to prevent the political establishment from continuing its actions as before.



The second poster [ID 90976] adopted a more direct approach, using the possessive phrase *DEINE HEIMAT. DEIN GELD. DEINE ZUKUNFT.* (Your homeland. Your money. Your future.), creating a personal connection with voters. The poster also included the motto *SÜDTIROL KANN'S BESSER* (South Tyrol can do better). The use of colloquial language, such as the contraction *kann's*, contributed to a more informal, populist tone, reinforcing the appeal to individual responsibility. The phrase *ES LIEGT AN DIR!* (It's up to you!) emphasized personal accountability, distancing the party from any direct responsibility. Together, the two posters conveyed a clear populist message to the electorate, urging them to take action and portraying the party as a voice of opposition to the political establishment (cf. Gannuscio, 2019).

3.2.2. *Süd-Tiroler Freiheit: Regionalist appeals and controversial imagery*



Süd-Tiroler Freiheit (STF) used posters, which featured clear regionalist themes. Their most widespread poster [ID 91467] displayed Sven Knoll, the party's lead candidate, and featured the slogan *MEHR FREIHEIT!* (More freedom!). The visual elements, including the dominant red and white color palette, evoked both the South Tyrol and Austrian flags, reinforcing the party's focus on regional autonomy. The personal appeal was underscored by the slogan *Es liegt an Deiner Stimme* (It's up to your vote), which directly addressed the voter, urging them to take action.

STF's second poster [ID 91237], which depicted a controversial image of a black man holding a knife and a distressed white woman, caused public outrage. The accompanying slogans, such as *KRIMINELLE AUSLÄNDER ABSCHIEBEN!* (Deport criminal foreigners!), *Einwanderungsstopp* (A stop to immigration) and *Süd-Tirol wieder sicher machen!* (Make South Tyrol safe again!), invoked fear and positioned immigrants as a threat to local safety. This poster, with its vivid portrayal of violence and fear, was torn down in many locations, reflecting the backlash against STF's inflammatory rhetoric.

3.2.3. *Südtiroler Volkspartei: Continuity and stability*



Südtiroler Volkspartei (SVP), the South Tyrol's largest and most established political party, also relied on monolingual German posters. The first poster [ID 91395] featured *Composition* with a prominent photograph of the lead candidate, and the slogan *Ich bitte um eure Stimme für die Südtiroler Volkspartei* (I ask for your vote for the Südtiroler Volkspartei). The use of informal pronouns, like *eure*, established a sense of closeness and trust with the electorate. The second poster [ID 91417] presented a more formal tone with the slogan *Südtirol muss regierbar bleiben* (South Tyrol must remain governable), emphasizing the party's role in maintaining regional stability and governance.

3.2.4. *Für Südtirol mit Widmann: Professionals and pragmatism*

Although the list Für Südtirol mit Widmann included candidates from Italian and Ladin backgrounds alongside German-speaking candidates, their campaign posters were exclusively in German. Two distinct types of posters were identified, typically displayed together. The first poster [ID 90986] featured a *Composition* dominated by photographs, accompanied by the party logo and text elements. The central message, *MACHEN!* (Take action!), served as a call to action, reinforced by visual elements such as candidate portraits and their professional backgrounds. The color palette, with shades of pink reminiscent of the Dolomites, added a local touch.



The second poster [ID 90972] has an entirely text-based composition, featuring the slogan *FÜR SÜDTIROL* (For South Tyrol) along with a representation of a ballot sheet, where the party's logo was marked with a cross and four preferential choices. Part of the accompanying text emphasized intelligent decision-making and concrete actions with the phrase *KLUG ENTSCHEIDEN – KONKRET HANDELN* (Decide wisely – Act concretely). The inclusion of a QR code linking to the party's program highlighted the party's pragmatic, forward-looking approach.

3.3. *Monolingual Italian posters*

Among the political groups contesting elections in the South Tyrol, the *Centro Destra* list and *La Civica* adopted a monolingual Italian approach to their electoral communication. Despite having a minimal representation of German-speaking candidates, both parties opted to communicate exclusively in Italian, emphasizing their focus on the Italian-speaking electorate in the region.

3.3.1. *Centro Destra: Populist appeals and local identity*

The electoral posters, which can be divided into two main categories, focus either on the party's message or on individual candidates. The first category includes the most common poster [ID 91397], which is entirely text-based, with the logo simply reading "CENTRO DESTRA" within a blue circle and a slogan which emphasizes healthcare and prioritizing residents, using populist rhetoric to foster a "we" vs. "them" narrative. Another poster [ID 90973] shifts focus to immigration, with the slogan *STOP/SBARCHI!* (Stop Landings!) on a red background, employing alarmist rhetoric typical of populist discourse, framing immigration as a threat to local values. A third poster [ID 91247] in this first category presents all 35 candidates, with the slogan *VINCE/LA SQUADRA* (The Team Wins), emphasizing unity and collective strength.



The second category, focused on individual candidates, features traditional formats with candidate photographs and personalized slogans. The recurring slogan *A MERANO/VOTA UN/MERANESE* [ID 91168] (In Merano, Vote for a Meranese) and *A BOLZANO/VOTA UN/BOLZANINO* [ID 91422] (In Bolzano, Vote for a Bolzanino) reinforces local identity. Notably, even when campaigning for female candidates, the slogan remains in the masculine form [cf. ID 91479]. In Bressanone, the slogan changes to *A BRESSANONE VOTA/CHI SI IMPEGNA/PER BRESSANONE* [ID 91313] (In Bressanone, vote for the candidate committed to Bressanone), likely due to candidate Angelo Baffo's non-local origins.

3.3.2. *La Civica: Collective action and regional identity*



The party's posters can be categorized into three main types, all of which emphasize the themes of collective action and the future of the South Tyrol. The most common poster [ID 91407] presents the half-length photo of lead candidate Angelo Gennaccaro in the center, with the party logo positioned below. The slogan *Costruiamo insieme / il futuro / dell'Alto Adige* (Let's Build Together / the Future / of the South Tyrol) is placed prominently, using the first-person plural to stress collective action and participation in shaping the region's future. The choice of this inclusive language emphasizes a vision of shared responsibility, though it intentionally leaves the concept of "future" open to broad interpretation.

Another poster [ID 91319] features the party logo and slogan in the top half, with a group photo of all 35 candidates in the lower section. This design further reinforces the collective theme, underlining unity and cohesion within the party. Additionally, the party employed dynamic advertising, utilizing electronic displays in train stations [ID 90955] and mobile billboards [ID 90987] to reach voters in public spaces.

3.4. *Bilingual posters with German dominance*

Enzian, *Team K*, and *Vita* opted for bilingual communication in their electoral posters, with a clear dominance of the German language. The decision to prioritize German in the bilingual content of their campaign materials is influenced by several factors, primarily related to the demographic composition of the province and the strategic goals of each party.

The dominance of German can be seen in various aspects, such as the positioning of the text, typographic choices, and the overall visual hierarchy. For example, in many of these posters, the German text appears first, placed in a more prominent position, and often in larger or bolder fonts compared to the Italian counterpart. By foregrounding German, these parties seek to engage their primary electorate – German-speaking voters – while still ensuring that their messages are accessible also to the Italian-speaking electorate. Through the strategic use of German, these parties not only aim to connect with their core supporters but also manage to position themselves within the broader political landscape of the South Tyrol, where both languages hold official status, but German remains more prominent in everyday communication.

3.4.1. *Enzian: Honesty and personal engagement*



Although there are some variations in Enzian's election posters depending on the candidates depicted, they all follow a consistent graphic model. This includes the party's logo *(image + text)* at the top, with the electoral slogan in German *Ehrliche Politik für die Menschen* (Honest politics for the people) positioned to the left of the logo and in Italian *Una politica sincera per i cittadini* (A sincere politics for the citizens) on its right. Beneath the logo, six selected candidates' photographs are displayed, with their names listed. These photographs vary depending on the poster's location. At the bottom of the poster, the party's website is followed by the electoral slogan, first in German and then in Italian: *Deine Zukunft in deinen Händen*! / *Il tuo futuro nelle tue mani!*" (Your future in your hands!). The dominance of German is evident both in the placement of the text and typographic choices. The German slogan is positioned on the left, giving it priority in the reading order for both language communities. Consistently, the German slogan is placed above the Italian one, reinforcing its visibility. Additionally, the German text is written in dark blue bold font, while the Italian translation appears in a lighter blue and is written in regular typeface, further reinforcing the German dominance. Both the German and Italian slogans use the second-person singular form, creating a personal tone that directly addresses the voter. This fosters a sense of involvement, implying that the voter holds the power to determine their future. In the German slogan, the word *ehrlich* can be interpreted in several ways: it can mean honest (morally upright), sincere (authentic in speech or sentiment), or irreproachable/loyal (in interpersonal relationships). In this context, the first meaning seems to be the most relevant. In contrast, the Italian translation uses *sincera* (sincere), which shifts the focus away from the notion of honesty and instead emphasizes sincerity as the key trait. Another key difference lies in the use of *für die Menschen* (for the people)

in German, which conveys a more inclusive, collective tone. In Italian, however, *per i cittadini* (for the citizens) is used, which carries a slightly more formal and distanced tone.

3.4.2. *Team K: Regional identity and personal connection*

Team K's posters show a variety of formats, but a common design includes photos of two or three candidates (*image*), accompanied by their names (*text*) and the party's logo (*image* + *text*) [ID 90959]. These posters are minimalistic in their textual elements, with only the date "22.10." and a graphical element, which is a circle with a cross inside to symbolize voting. Although there are few textual elements beyond the names of the candidates, the poster can be considered monolingual in German, as the date is presented in the typical German format. The second type of Team K poster registered in the LL also follows a similar pattern. It features a full-body photo of a candidate, accompanied by textual elements [ID 91230]. The distinctive feature of this type of poster is the absence of the party logo. Instead, the poster displays the candidates' names and their professions. The slogan *FÜR DEIN SÜDTIROL* (For your South Tyrol) appears prominently in the upper part of the poster, written in black text on a yellow background. While the text is in black, the pronoun *DEIN* (your) is highlighted in red, creating a visual contrast with the hashtag #MEINSÜDTIROL (#MYSOUTHTYROL) positioned in the lower left corner. This slogan, like the others observed, addresses the voter directly using the second-person singular. Its use is visually reinforced by the red color, and the inclusion of the hashtag in German further emphasizes the party's connection with its German-speaking electorate. A notable feature of Team K's campaign is the occasional appearance of bilingual posters. When an Italian-speaking candidate is featured, their profession is written in Italian, thus introducing bilingualism even within a primarily German-language poster [ID 91303].



In some cases, Team K also features a more explicit bilingual approach, where the above-mentioned German slogan is paired with its Italian translation UN ALTO ADIGE PER TE (A South Tyrol for you), and the hashtag is mirrored with "#ILMIOALTOADIGE" [ID 91137]. The *Dominance* of German is once again clear in the layout, with the German slogan positioned above the Italian one, and the German hashtag on the left and the Italian hashtag on the right. Additionally, the font size of the German slogan is larger than that of the Italian version, further reinforcing the linguistic hierarchy.

An interesting aspect of this bilingual poster is the discrepancy in the translation of the slogan. The German slogan literally translates to "For your South Tyrol", emphasizing a personal connection and active engagement with the region. On the other hand, the Italian translation, UN ALTO ADIGE PER TE (A South Tyrol for you), conveys a different tone, implying a more gift-like offering, as if the region is something granted to the Italian voters.

3.4.3. *Vita: Human dignity and moral imperatives*

Vita's electoral campaign presents a relatively balanced bilingual approach, with nine German-speaking candidates and seven Italian-speaking candidates. However, the party's communication strategy leans heavily toward German, as evidenced by the consistent use

of German in a position of *Dominance* across the campaign materials which characterizes the LL. The bilingual presentation follows a *duplicating* approach, where the German and Italian texts appear side by side, with the German text always placed first.



The only paper-based poster identified features a prominent image of the party's lead candidate (*image*), placed at the top of the poster. Below the image is the text (*text*), the party's logo (*image* + *text*), and a graphic symbol of a pencil making a cross on a smaller version of the party's logo (*image*) [ID 91528]. The text beneath the image includes the candidate's name and title, *RA/AVV. DDR. RENATE HOLZEISEN*, *Spitzenkandidatin von VITA für die Wahl zum Südtiroler Landtag* in German and *Capolista di Vita per le elezioni al Consiglio Provinciale del Sudtirolo* in Italian (Attorney, Dr. Renate Holzeisen, Lead candidate of VITA for the election to the South Tyrolean Provincial Parliament). Despite the bilingual approach, there is a notable discrepancy between the German and Italian translations in Vita's slogans. In the German version, *FÜR EINE MENSCHENWÜRDIGE ZUKUNFT* translates to "For a future worthy of human dignity", whereas in the Italian version, *PER UN FUTURO A DIMENSIONE UMANA* translates to "For a future with a human dimension". The German expression, *menschenwürdig*, implies an ethical or moral judgment, emphasizing respect for human dignity and fundamental rights. In contrast, the Italian phrase, *a dimensione umana*, is more abstract and general, referring to a future that aligns with human experiences but without implying a moral imperative.

3.5. *Bilingual posters with Italian dominance*

Lega, Forza Italia, and Fratelli d'Italia, even though there is bilingualism in their electoral posters, all give dominance to Italian in their messaging. This is because, due to their national party character, which operates at a level that goes far beyond the Autonomous Province of Bozen/Bolzano - South Tyrol, these parties aim to primarily address the Italian-speaking electorate. Probably, in their view, the German-speaking community, while significant, is considered a smaller group in comparison. In this context, using Italian as the dominant language might not only appeal to the majority of voters but also symbolize a shared identity, reinforcing the connection to Italian culture and values.

3.5.1. *Lega for Salvini Premier: Identity and priorities*

Among the Italophone-dominated parties, Lega for Salvini Premier (Lega) stands out for having the largest number of German-speaking candidates, including a Ladin representative. All manifestos examined for Lega displayed both Italian and German text, but interestingly, despite its federalist nature, which positions its mission as giving a voice to peripheral realities, Ladin was not included in any of the campaign materials.



Lega's most common type of manifesto followed a classic electoral poster structure, featuring a half-length photo of the national party leader Matteo Salvini (*image*), surrounded by textual elements (*text*) and the party logo (*image* + *text*) [ID 90970]. The textual elements adhered to a *duplicating* structure, with the Italian and German versions appearing side by side. At the top of the manifesto, the electoral event is announced: *ELEZIONI PROVINCIALI / LANDTAGSWAHLEN; DOMENICA-SONNTAG 22/10/2023* (Provincial Elections; Sunday 22nd October 2023). This placement immediately reveals the *dominance* of Italian, also marked in the date, which uses the slash instead of a full stop, which correspond to the German standard. The contrast in slogan phrasing further emphasizes Italian dominance. The Italian slogan *L'IMPEGNO CONTINUA* (The commitment continues) is a direct call to action, suggesting an ongoing responsibility, while the German version, *UNSER AUFTRAG*, *UNSER VERSPRECHEN* (Our mission, our promise), adopts a more formal tone, stressing both a duty and a promise. This subtle discrepancy between the two languages highlights the differing levels of intensity and responsibility conveyed in each version.

In a second set of electoral posters [ID 91202], elements from the first manifesto were replicated, but with the addition of candidate photos and an electoral ballot facsimile. A noteworthy detail in this version was an error in translation: the term *Landestagwahlen* was incorrectly used instead of *Landtagswahlen*.

A third type of manifesto depicted individual candidates rather than Salvini and featured a mixed-language slogan, with the phrase *Metti una X sul simbolo della LEGA e scrivi-schreibe* (Put an X on the LEGA symbol and write) demonstrating an example of *overlapping*, where part of the slogan is in Italian and part is in German.

The final type of manifesto for Lega [ID 91491] shifted focus to policy points, presented with icons alongside bilingual text: *PRIMA GLI ALTOATESINI / DIE SÜDTIROLER ZUERST* (first the South Tyroleans), *CARO VITA / TEURES LEBEN* (cost of living), *SICUREZZA / SICHERHEIT* (security), and *GIOVANI E ANZIANI / JUNGENDLICHE UND SENIOREN* (youth and seniors). This type of posters showcased duplicating communication but with incorrect German translations, such as *teures Leben* (expensive life) rather than the more accurate *Hohe Lebenshaltungskosten* (high cost of living).

3.5.2. *Forza Italia: Reverence for the past and controversial slogans*

Forza Italia's 2023 campaign featured an overwhelmingly Italophone candidate list, with 80% of the candidates being Italian speakers. As such, their posters were almost exclusively in Italian, with just two German-language posters [ID 90967]. These were essentially mirrored versions of the Italian-language posters [ID 91136], with identical graphical elements and typographical features.

One key element in the Forza Italia campaign was the use of Silvio Berlusconi's quotations, prominently displayed in the posters. The German translations of Berlusconi's



phrases were accurate. Indeed, the translation preserved the meaning of the Italian slogan *CHI CI CREDE/ COMBATTE / CHI CI CREDE / SUPERA TUTTI GLI OSTACOLI / CHI CREDE / VINCE – WER DARAN GLAUBT, / KÄMPFT, / WER DARAN GLAUBT, / ÜBERWINDET ALLE HINDERNISSE / WER DARAN GLAUBT, / GEWINNT* (Those who believe fight, those who believe overcome all obstacles, those who believe win). The controversy arises from the fact that this formulation unmistakably evokes the well-known fascist precept "Credere, obbedire, combattere" (cf. Galli, 2021), sparking a heated debate about the appropriateness of this communicative choice (cf. Marcon, 2023; ANSA, 2023).

The visual elements of Forza Italia's posters reinforced the centrality of Berlusconi's leadership, even after his death. His words and signature displayed on the posters serve as powerful symbols, strategically used to craft a strong, personalized image for the party.

3.5.3. *Movimento 5 Stelle (M5S): Fairness and responsibility*



The party's campaign materials included bilingual text in Italian and German. The two types of electoral posters found in the electoral LL both feature bilingual Italian-German language with *dominance* of Italian over German for *positioning*. The font size and colors are identical for both languages. The first type of poster represents party communication, with a background featuring a group photo of all the candidates and includes textual elements, the party logo, and a QR code linking to the official website [ID 91145]. Although the graphic design might initially suggest a case of *duplicating*, some sections of the poster fall into the category of *overlapping*.

A clear example of *duplicating* is found at the bottom of the poster, where all textual elements provide exactly the same content in German and Italian. The situation is different in the central part of the poster, where the M5S programmatic points are listed. The Italian and German slogans show some direct correspondence, but also conceptual differences, leading us to refer to this as *overlapping*. We can analyze, as an example, one of the slogans: *STIPENDI E PENSIONI DIGNITOSI / GERECHTE GEHÄLTER UND WÜRDIGE RENTEN* (decent salaries and pensions). In Italian, the adjective *dignitosi* evokes the concept of respect and economic sufficiency, suggesting that salaries and pensions should ensure a decent standard of living. In German, however, *gerechte Gehälter* (fair salaries) emphasizes social justice and fairness, while *würdige Renten* (dignified pensions) maintains a connection to the notion of dignity, although it is less idiomatic than alternatives like *angemessene Renten*.

The second type of poster displays the classic electoral poster composition, with a half-length image of the politician, the logo beside them, and their name in the footer [ID 90960]. This poster also features hashtags and the election date. The slogans read: *TU HAI IL POTERE DI CAMBIARE / VOTACI!* / IN DEINER STIMME LIEGT /

DIE VERÄNDERUNG / GEH ZUR WAHL! (You have the power to change / Vote for us!). The slogans have a similar structure but differ in several significant aspects. In Italian, the phrase is personal, directly addressing the reader and attributing them with central responsibility. The use of the exhortative imperative *VOTACI!* (Vote for us!) reinforces this approach, explicitly inviting action. In German, however, the expression is less direct and focuses on the concept that change lies in "your vote", suggesting a symbolic connection between the individual's vote and their power to influence change. Rather than emphasizing individual power, the German slogan stresses the idea of collective responsibility. The imperative *GEH ZUR WAHL!* (Go to the polls!) reflects this same collective responsibility, urging not only action but the exercise of one's civic duty and right to vote. However, unlike the Italian version, there is no explicit reference to voting for the M5S, but instead, a general invitation to participate in the elections, maintaining neutrality in the message.

3.5.4. *Fratelli d'Italia: Strength and safety*

Despite the overwhelming presence of Italian candidates, Fratelli d'Italia (FdI) used five types of bilingual manifestos, with bilingual elements prominently featured alongside visual cues of the party's identity, such as the party logo and the image of Giorgia Meloni, the party president, who was not directly running in this election.



In all five types, the same structure can be recognized: image, text, logo, and Italian-German bilingualism (*linguality*). Here we will focus just on three of them. In the first type of poster [ID 91633], the image at the top of the poster features a half-length photo of the leading candidate Marco Galateo, with his name prominently displayed, accompanied by the bilingual slogan: *FORTE SICURO ALTO ADIGE / STARK. SICHER. SÜDTIROL*. (Strong, secure, South Tyrol). The second type of poster features all the candidates [ID 91272] and almost the same bilingual slogan *FORTE E SICURO IL NOSTRO ALTO ADIGE / STARK und SICHER unser Südtirol* (strong and secure our South Tyrol). The third type [ID 91144] features an image of the party president, Giorgia Meloni, in a half-length photo on the left, with a large logo displaying her name and the party symbol on the right. At the bottom of the poster is the slogan *TUTTO PER L'ALTO ADIGE / GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN* (everything for South Tyrol / designing together the future).

The *Distribution* in the first two posters is a classic example of *duplicating*. The question that arises, especially in reference to the first poster, concerns the identification of the source language (SL) and the target language (TL) of the electoral message. The clear graphical dominance of Italian, in terms of size, font, and position, would lead one to think that Italian is the SL. However, it can be hypothesized that the SL might actually be German, as linguistically, with the initial alliteration in the three words *STARK. SICHER. SÜDTIROL*. and the punctuation, the slogan works better. Therefore, the graphical dominance might be used to conceal the conceptual dependence on German. In the third electoral poster, the *Distribution* is *complementary*: we have two independent slogans, with a clear graphical dominance of Italian in terms of size, font, and position. However, in order to fully understand the poster, knowledge of both languages is necessary.

3.6. *Trilingual posters in Italian, German and Ladin*

Verdi – Grüne – Vërc and *PD* are the only two parties that have adopted a trilingual communication strategy for their electoral posters. This decision stands out not only because it reflects the multilingual nature of the region, but also because it distinguishes these two parties from others in their approach to engaging with the diverse linguistic communities of the South Tyrol. This multilingual approach highlights their awareness of the region's complex LL and their attempt to reach all demographic groups.

3.6.1. *Verdi – Grüne – Vërc: Future and commitment to others*



Verdi – Grüne – Vërc presented a list of candidates whose distribution is not entirely polarized towards one language, although there is still a predominance of German-speaking candidates. In fact, alongside the 22 German-speaking candidates, there are 11 Italian-speaking and 2 Ladin-speaking candidates. This multilingualism is reflected in the only type of electoral poster identified [91148], which presents a trilingual *linguality*. The communication is carried out in German (in a dominant position), Italian, and Ladin: Deine Zukunft. / Per te. / Vërt fej. It is interesting to note that while Italian and Ladin present a case of *duplicating*, repeating the same slogan (for you), for German a different slogan has been chosen that uses *Zukunft* (your future), a catchword (cf. Schröter, 2011) fundamental to many of the party's programmatic aspects. The three languages do share the use of the second-person singular pronoun: deine/te/fej. As for the *composition*, the poster is made up of the classic components of an electoral tool: besides the slogan (*text*) and the logo (*image* + *text*), there are images of all the candidates (*image*) with their respective names.

3.6.2. *PD Partito Democratico: Community and time for responsibility*



The PD electoral list is characterized by a clear predominance of Italian-speaking candidates; nevertheless, the party has opted for trilingual communication, which, in this case, is complemented also by the more commonly used bilingual communication.

The first type of posters [ID 91572] is made up exclusively of textual elements, with the logo positioned at the center of the upper part. The trilingual text in Italian, German, and Ladin is of the *duplicating* type: *IL NOSTRO TEMPO / UNSERE ZEIT / NOSC TËMP* (our time). It is interesting to note that Ladin appears only in this text but is absent in all the surrounding elements of the poster: from the phrase *Vota / Wähle* (vote) to the indications

Elezioni provinciali / *Landtagswahlen* (provincial elections) and the date.

In the second type of poster [ID 91543] Ladin is absent, so it has only a bilingual *linguality* in German and Italian. It presents, at the upper left, the logo and, at the right, the date, written in the German format. It then features a large central image of the entire community with all the candidates and the following text: *LA FORZA DELLA COMUNITÀ* / *DIE KRAFT DER GEMEINSCHAFT* (the strength of the community), which is a perfect example of *duplicating*. At the bottom of the poster, there is, after a QR Code linking to the party's program and the social media symbols for Facebook and Instagram, the complete list of names and surnames of the 35 candidates.

4. Conclusions

This contribution analyzed the relationship between multilingualism and politics in the LL of the South Tyrol, assessing whether the multilingualism of the Autonomous Province of Bozen/Bolzano – South Tyrol emerged in the 2023 provincial election posters and to what extent the communication strategies of political parties reflected the linguistic composition of their electoral lists.

In a bilingual region (trilingual in two valleys), where electoral lists, as we have seen, included candidates from all three linguistic groups, one might have expected, from an institutional perspective, multilingualism or, at the very least, a balanced bilingualism in electoral communication.

The picture that emerges from the detailed description of the electoral posters presented by the lists is both complex and clearly defined. Excluding the JWA list, which, through its communication strategy *in absentia*, sent a message of rupture with the conventions and established codes of traditional parties, thus conveying the image of a radically alternative party, outside the norms and far from the conventional logic of traditional politics, the remaining fifteen lists made targeted communication choices.

Seven lists – *die Freiheitlichen*, *STF*, *Für Südtirol mit Widmann*, *SVP*, *La Civica*, *Centro Destra*, and *Forza Italia* – opted for monolingual communication; six lists – *Enzian*, *Team K*, *Vita*, *Lega*, *M5S*, and *FdI* – chose bilingual communication, and only two lists – *Verdi* and the *PD* – employed multilingual communication.

Among the monolingual communication lists, the first four chose German, in line with the majority of German-speaking candidates, although only die *Freiheitlichen* and *STF* exhibited complete alignment between their candidate list and the monolingual communication in German. *Für Südtirol mit Widmann*, in fact, presented two Italian and two Ladin candidates, while *SVP* featured two Ladin candidates. Neither party took this linguistic diversity into account when designing their election posters, which were strictly in German. However, it should be noted that the *SVP* also used flyers and pamphlets exclusively in Italian during the election campaign.

La Civica, *Centro Destra*, and *Forza Italia* are the other three parties that chose monolingual communication in Italian only. The first two made this choice despite having four German-speaking candidates in their lists. *Forza Italia*, with 80% of its candidates being Italian-speaking and Italian as the sole language of communication, also created a German-language poster (mirroring an Italian one) featuring a translated quote from Silvio Berlusconi, invoking the words after his death of a charismatic political leader.

Six parties – *Enzian*, *Team K*, *Vita*, *Lega*, *M5S*, and *FdI* – chose bilingual German-Italian communication. However, in no case can we speak of a balanced relationship between the two languages, because, as we have seen in detail, all available tools for multilingual, multimodal, and semiotic analysis were skillfully used to create linguistic dominance, either of German (*Enzian*, *Team K*, *and Vita*) or Italian (*Lega*, *M5S*, and *Forza Italia*).

Despite this, monolingual communication choices slightly outweigh bilingual ones in the parties' strategies. The Greens and the PD, with their multilingual communication, ultimately represent a real minority.

The controversy surrounding certain posters (such as those from *Süd-Tiroler Freiheit* and *Forza Italia*) illustrates how political language can be laden with historical and symbolic meanings, often capable of evoking intense reactions and divisions. The use of evocative references, whether intentional or not, emphasizes that electoral communication does not merely convey a message but also contributes to shaping the collective imagination and public discourse. In a sensitive context like that of South Tyrol, where identity and historical memory play a crucial role, every linguistic choice can become a point of friction, transforming the electoral campaign into not only a political challenge but also a cultural one.

REFERENCES

Atz H., Pallaver G. (2024), "Zeitenwende. Die Landtagswahlen 2023", in Alber E. *et al.*, *Politika 2024. Südtiroler Jahrbuch für Politik*, Raetia, Bozen, pp. 45-81.

Backhaus P. (2007), *Linguistic landscapes. A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Clevedon.

Barni M., Bagna C. (2016), "1 March – 'A day without immigrants': the urban linguistic landscape and the immigrants' protest", in Blackwood R., Lanza E., Woldermariam H. (eds.), Negotiating and contesting identities in linguistic landscapes, Bloomsbury Publishing, London-New York, pp. 55-70.

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.

Crestani V. (2019), "Bild-Sprache-Landschaften online: Deutsch und Italienisch im Vergleich", in Calzoni R., Moroni M. (eds.), *Passaggi*, *transiti e contatti tra lingue e culture: la traduzione e la germanistica italiana*, *Studi germanici - Quaderni dell'AIG*, Roma, 15, pp. 137-156.

Dal Negro S. (2008), "Local policy modeling the linguistic landscape", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: expanding the scenery*, Routledge, New York, pp. 206-218.

Di Pace L., Pannain R. (2023), "Strategie linguistiche nella campagna elettorale delle politiche 2022. Una focalizzazione sull'impiego dei deittici di persona", in *AION*, 12, pp. 201-252.

Efing C. (2005), "Rhetorik in der Demokratie. Argumentation und Persuasion in politischer (Wahl-)Werbung", in Kilian J. (ed.), *Sprache und Politik. Deutsch im demokratischen Staat*, Dudenverlag, Mannheim, pp. 222-240.

Galli G. (2021), *Credere*, *obbedire*, *combattere. Storia*, *politica e ideologia del fascismo italiano dal 1919 ai nostri giorni*, Rusconi, Milano.

Gannuscio V. (2019), ",Wir sind das (echte) Volk'. Sprachliche Ausgrenzungsstrategien der rechtspopulistischen Propaganda der AfD und der Lega Nord", in Schiewe J. *et al.* (eds.), *Sprach(kritik)kompetenz als Mittel demokratischer Willensbildung. Sprachliche In- und Exklusionsstrategien als gesellschaftliche Herasusforderung*, Hempen-Verlag, Bremen, pp. 43-61.

Girnth H. (2015), *Sprache und Sprachverwendung in der Politik. Eine Einführung in die Linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation*, Germanistische Arbeitshefte, 39, Gruyter, Berlin.
Gorter D., Cenoz J. (2024), *A panorama of linguistic landscape studies*, Multilingual Matters, Bristol-Jackson.
Hanauer D. (2012), "*Transitory linguistic landscapes as political* discourses: *signage at three political demonstrations in Pittsburgh, USA*", in Hélot C. *et al.* (eds.), *Linguistic landscapes, multilingualism and social change*, Peter Lang, Berlin, pp. 139-154.
Klein J. (2017), "Parteiprogramme", in Niehr T. *et al.* (eds.), *Handbuch Sprache und Politik*. (Bd. 2), Hempen Verlag, Bremen, pp. 664-686.
Kress G., van Leeuwen Th. (2006), *Reading images. The grammar of visual design*, Routledge, London, 2a ed. [1a ed. 1996; 3a ed. 2020].
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.
LL-Politics_Südtirol: https://lingscape-app.uni.lu/pin/list/?search=&checked=&published=&projects_set=421&o=-id.
Marcon L. (2023), *La potenza dello slogan*, in *Salto*: www.salto.bz/de/article/30092023/la- potenza-dello-slogan.
Mazzoleni G. (2012), *La comunicazione politica*, il Mulino, Bologna.
Niehr T. (2014), *Einführung in die Politolinguistik*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
Novelli E. (2021), *I manifesti politici. Storia e immagini dell'Italia repubblicana*, Carocci, Roma.
Palermo S. (2022), *Il paesaggio delle valli: il Linguistic Landscape dell'Alto Adige/Südtirol*, ESI, Napoli.
Palermo S., Sgambati G. (2024), "Il paesaggio linguistico plurilingue e la didattica: il caso dell'Alto Adige/Südtirol", in Flinz C., Salzmann K., Giuliano P. (eds.), *Sviluppo della competenza plurilingue nella didattica delle lingue straniere (DaF/DaZ e italiano LS/L2) nell'era digitale: risorse lessicografiche, corpora e nuove tecnologie*, *Linguistik Online*, 126, 2/24, pp. 125-150: https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/11046.
Pappert S. (2017), "Wahlplakate", in Niehr T. *et al.* (eds.), *Handbuch Sprache und Politik*, Hempen Verlag, Bremen, pp. 607-626.
Petkova M. (2017), "Linguistic Landscapes in der Innerschweiz: Dialekt, Toponyme und heraldische Zeichen als Ausdruck von Raumzugehörigkeit", in *Linguistik online*, 85, 6/17, pp. 153-180: https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/4085.
Plank B. (2006), *Linguistic Landscapes in Bozen-Bolzano: Monolingual and multilingual areas in Bozen-Bolzano*: http://www.languagestudies.unibz.it/documents/LinguisticLandscapes_PlanckP Planck.pdf.
Purschke C. (2017), "(T)Apping the linguistic landscape. Methodological challenges and the scientific potential of a citizen-science approach to the study of social semiotics", in *Linguistic Landscape* 3, 3, pp. 246-266.
Purschke C. (2018), "Sprachliche Vielfalt entdecken mit der Lingscape-App", in *Der Deutschunterricht*, 4, pp. 70-75.
Reh M. (2004), "Multilingual writing: a reader-oriented typology – with examples from Lira Municipality (Uganda)", in *International Journal of the Sociology of Language*, 170, pp. 1-41.
Schröter M. (2011), "Schlagwörter im politischen Diskurs", in *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes*, 58, 3, pp. 249-257.
Scollon R., Scollon S. W. (2003), *Discourses in Place. Language in the material world*, Routledge, London.

Seargeant Ph. *et al.* (2023), *Political activism in the linguistic landscape: or*, *how to use public space as a medium for protest*, Multilingual Matters, Bristol-Jackson.
Sgambati G. (2024), "Multimodalità e Linguistic Landscape. Applicazioni alla didattica della lingua tedesca", in *Studi AItLA 18: Contesti*, *pratiche e risorse della comunicazione multimodale*, pp. 225-245.
Shohamy E., Gorter D. (2009) (eds.), *Linguistic landscape: expanding the scenery*, Routledge, London-New York.
Veronesi D. (2021), *La città di Bolzano tra bilinguismo istituzionale e lingue immigrate: un'indagine esplorativa del paesaggio linguistico*: www.polyphonie.at, vol. 9, 1, pp. 1-22.

TURISTIFICACIÓN E IDENTIDAD EN EL PAISAJE LINGÜÍSTICO MEXICANO EN ROMA

Alessandro Oricchio[1]

1. INTRODUCCIÓN

En la última década, las metrópolis europeas han sido escenario de profundas transformaciones impulsadas por fenómenos globales como la migración, la turistificación y la gentrificación. Estos procesos han reconfigurado tanto la estructura social como la organización espacial de los entornos urbanos, acelerando dinámicas de cambio que inciden de manera significativa en la experiencia y percepción del espacio público. La creciente presencia de comunidades migrantes ha intensificado el carácter superdiverso de las ciudades (Vertovec, 2007), mientras que la turistificación y la gentrificación han introducido nuevas tensiones en los equilibrios económicos, socioculturales y, de forma cada vez más visible, lingüísticos.

En este contexto, los espacios urbanos se convierten en escenarios privilegiados para el estudio de las relaciones entre lengua, identidad y poder. La mayor visibilidad de las diásporas lingüísticas y los efectos combinados de los procesos mencionados configuran paisajes urbanos donde las prácticas lingüísticas de las comunidades migrantes son continuamente negociadas, promovidas o desplazadas. Tales dinámicas revelan cómo la interacción entre lo global y lo local no solo genera nuevas configuraciones semióticas del espacio, sino que también redefine las formas de pertenencia, reconocimiento y participación en la vida urbana.

El presente artículo se propone analizar el impacto de la turistificación, y de la gentrificación, en el paisaje lingüístico comercial mexicano en Roma, con un enfoque en su evolución diacrónica. A través de la combinación de métodos que incluyen la observación de signos comunicativos, el uso de herramientas de geolocalización y la realización de entrevistas etnográficas, el objetivo es analizar, por un lado, la presencia, visibilidad y representación de la comunidad migrante mexicana y, por el otro, del imaginario asociado a "lo mexicano" en la ciudad de Roma y cómo estas componentes se han venido reconfigurando en respuesta a los desafíos y oportunidades planteados por la creciente movilidad global, la expansión del turismo y los cambios socioeconómicos

2. MARCO TEÓRICO

La presente investigación se sitúa en la intersección de los fenómenos urbanos y sociales contemporáneos arriba mencionados, a saber, la turistificación, la gentrificación y la migración. Procesos que, aunque diferenciados, están profundamente interrelacionados y que han tenido, y siguen teniendo hoy en día, un impacto significativo en la configuración espacial, socioeconómica, cultural y lingüística de los territorios urbanos. Por consiguiente, la visibilidad y prominencia de las lenguas en los espacios

[1] Sapienza Università di Roma.

públicos ha convertido el paisaje lingüístico (PL) en un instrumento que, por un lado, permite reconstruir la función simbólica e informativa de los signos comunicativos (Landry, Bourhis, 1997) y «observar cómo cambian las lenguas en relación con el uso que hacen de ellas los hablantes, entendidos como actores sociales que crean significados en el paisaje social en el que se mueven» (Calvi, 2024: 642), por otro, como una herramienta que «puede detectar e interpretar el cambio y la transformación social en varios niveles de escala, desde los muy rápidos e inmediatos hasta los muy lentos y graduales» (Blommaert 2013: 7), en cuanto los signos constituyen índices de prácticas y relaciones sociales que reflejan las dinámicas de cambio histórico y sociocultural de un determinado territorio. La exhibición de lenguas en los entornos urbanos, especialmente en áreas de interés turístico o de fuerte migración, «contribuye a visibilizar las innovaciones lingüísticas y sociales que desencadenan los flujos de poblaciones en movimiento» (Calvi, Ferrari, Pontrandolfo, 2021: 430) y el estudio de estas interacciones proporciona una perspectiva sobre los desafíos asociados con las nuevas dinámicas urbanas, convirtiendo el PL en una «herramienta útil para comprender procesos sociales más amplios de movilidades, economías y flujos culturales globales» (Sharma, 2021: 23).

En los estudios innovadores que sentaron las bases del PL (Nadel, Fishman, Cooper, 1977; Tulp, 1978) se evidenció la necesidad de integrar el análisis sincrónico de los signos comunicativos con la dimensión diacrónica, para profundizar en la observación de la evolución del PL a lo largo del tiempo y comprobar posibles transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales a partir del uso de las lenguas. Eso porque «las prácticas reales que llevamos a cabo en nuestro trabajo de identidad a menudo exigen unas condiciones específicas de espacio-tiempo; un cambio en las disposiciones del espacio-tiempo desencadena un cambio complejo y masivo en los roles, discursos, modos de interacción, vestimenta, códigos de conducta y criterios para juzgar el comportamiento apropiado frente al inapropiado, etc.» (Blommaert, 2015: 3). La dimensión diacrónica en el estudio del PL, por consiguiente, puede revelar cómo fenómenos modernos, o más contemporáneos, influyen en la materialidad y distribución de los signos lingüísticos en el espacio urbano (Barni, Bagna, 2006): una perspectiva temporal que, de hecho, amplía las posibilidades analíticas, permitiendo monitorear tanto las continuidades como los cambios en el uso de las lenguas, teniendo en cuenta también la influencia de nuevos procesos.

2.1. *Turistificación, gentrificación y migración*

A partir del auge que ha cobrado la turistificación en los últimos años -especialmente en las metrópolis europeas, transformadas progresivamente en espacios globales (Duhamel, Boualem, 2011)-, es posible observar cómo este fenómeno implica procesos de transformación en las dinámicas socioeconómicas, así como en los componentes del paisaje y del entorno territorial (Ojeda, Kieffer, 2020: 144). Turistificación, además, es el vocablo incluido en las doce candidatas a palabra del año 2024 por parte de la Fundación del Español Urgente (FundéuRAE), promovida por la Real Academia Española y la Agencia EFE: en la página oficial de la fundación es posible leer la explicación del término, que indicaría «el impacto que tiene la masificación turística en el tejido comercial y social de determinados barrios o ciudades». Este fenómeno, además de ser un factor contribuyente en el aumento de los flujos turísticos, también ha sido relacionado con la turistificación del PL: en estos escenarios, de hecho, se han documentado «cambios en la señalización no directamente relacionados con la mercantilización [...] sino con adaptaciones dirigidas a los turistas, por ejemplo, carteles informativos multilingües y anuncios en varios idiomas» (Cenoz, Gorter, 2024: 372). En otras palabras, se observan

cambios en el uso de las lenguas que no dependen de las necesidades comunicativas de las distinas comunidades lingüísticas residentes en un determinado territorio, sino que responden a las expectativas de un público cada vez más internacional.

En las últimas décadas, la literatura sobre turistificación ha crecido considerablemente, enfocándose en temas como la relación entre turismo y sobreturismo (Ojeda, Kieffer, 2020; Milano, Cheer, Novelli, 2019; 2019a; Dodds, Butler, 2019; 2019a); la transformación urbana y sociolingüística bajo los efectos del turismo (Cambi, 2024) y la vulnerabilidad social (Mínguez, Piñeira, Fernández-Tabales, 2018); la relación entre turismo y sobreturismo en los paisajes urbanos y en el tejido socioeconómico de las ciudades (Barrero Rescalvo, Jover, 2021; Jover, Díaz Parra, 2020; Freytag, Bauder, 2018), y, finalmente, sobre la relación entre turismo, sobreturismo y gentrificación (Jover, Lerena Rongveaux, 2024; Jover, Cocola-Grant, Gago, 2020; Pérez, 2024; Pérez, Gómez Crespo, 2025). Estudios en continua expansión que han destacado cómo la turistificación si bien, por un lado, puede revitalizar áreas urbanas sobre todo a nivel económico, por otro, puede generar segregación socioespacial (Jouault, 2018), conflictos urbanos -como el «conflicto por el uso de la tierra, conflicto por la renta de la tierra y conflicto por la movilidad» (Del Romero Renau, 2018: 9)- y un aplanamiento cultural (Gravari-Barbas, Jacquot, 2019), más allá de las transformaciones espaciales de aquellas áreas donde el turismo ha crecido con fuerza y que sufren una expropriación física y simbólica del territorio (Barrero, Jover, 2021: 15).

La turistificación está vinculada a la gentrificación (Glass, 1964), «consistente en la transformación de zonas urbanas degradadas en zonas valiosas, con un aumento significativo del valor de la propiedad, tanto residencial como comercial» (Ciaramelli, 2021: 223). Un proceso social que busca reclamar los centros urbanos para las clases medias y altas y que implica la sustitución de la población por residentes con ingresos más altos y, generalmente, con un estatus social superior (Lees, Phillips, 2019), acelerado por la industria turística (Smith, 2002): sus efectos incluyen la valorización de las propiedades, el incremento de los alquileres y el desplazamiento de la población de ingresos bajos hacia zonas más periféricas (Gotham, 2005; Blanco-Romero, Blázquez-Salom, 2023). Si, como se ha dicho, se ha asistido a la turistificación del PL, por otro lado también los cambios que se registran en las áreas urbanas, desde un punto de vista social y comercial, afectan al PL, que «no sólo refleja la transformación, sino que actúa como estímulo y catalizador del proceso de gentrificación» (Bagni, Bellinzona, 2020: 72).

En muchos casos, la gentrificación se desarrolla paralelamente a la turistificación, generando transformaciones significativas en las áreas urbanas, tales como la proliferación de espacios de entretenimiento corporativo y servicios turísticos exclusivos (Gotham, 2005: 1099). Pero, «mientras que la gentrificación implica la sustitución del vecindario residente de nivel socioeconómico medio y/o bajo por otro de mayor poder adquisitivo, la turistificación desplaza a la población residente para introducir visitantes que se hospedan, de forma creciente, en viviendas convertidas en alojamientos turísticos» (Barrero, Jover, 2021: 17). Sin embargo, «la intensificación de la actividad turística en una zona concreta no puede identificarse estrictamente como gentrificación porque no hay sustitución de población. Más bien, turistificación parece ser un término más preciso para definir el proceso de cambio rápido de las economías urbanas impulsadas por el turismo y sus consecuencias, teniendo en cuenta también cuestiones como la transformación del comercio minorista, la apropiación del espacio público o la calidad del aire en relación con la ampliación de infraestructuras turísticas como aeropuertos y muelles de cruceros» (Jover, Díaz Parra, 2020: 5).

El tercer fenómeno relacionado con los anteriores, es decir, la migración, contribuye a aportar otra capa de complejidad en los espacios urbanos: los barrios habitados por migrantes a menudo adquieren atractivo turístico debido a su diversidad cultural, lo que

fomenta su comercialización mediante la apertura de restaurantes, tiendas y otros ejercicios comerciales asociados a productos exóticos que fomentan su carácter *cosmopolita*, término con el cual «se alude a la diversidad de ofertas culinarias, comerciales y de ocio, de todos los puntos del globo» (Pérez, 2024: 47). No obstante, este interés turístico incrementa el valor inmobiliario, acelerando la gentrificación y desplazando tanto a los migrantes como a los residentes originales y, de este modo, el panorama urbano se reconfigura como un mosaico fragmentado, donde conviven espacios hipercomercializados, zonas elitizadas y periferias marcadas por la exclusión social.

2.2. *Metodología*

La metodología empleada para realizar la presente investigación combina un enfoque basado en tres tipos de fuentes. Dos primarias: los signos comunicativos presentes en el espacio urbano de Roma, recogidos, catalogados y organizados en la plataforma *Paesaggi e Lingua Roma* (Mariottini, Oricchio, 2021), una herramienta digital que permite archivar, etiquetar y geolocalizar estos signos; entrevistas realizadas a actores privilegiados responsables de la producción de los signos comunicativos objeto de análisis. Una secundaria, es decir, los datos estadísticos sobre la demografía y el turismo de Roma *Capitale*, obtenidos de la base de datos del Ayuntamiento de Roma.

Los signos comunicativos, entendidos como "unidades complejas que constan de textos verbales en combinación con otras modalidades de comunicación" (Mariottini, Oricchio, 2021: 260), consideran exclusivamente manifestaciones de tipo *bottom-up* que incluyen signos «emitidos por actores sociales individuales, propietarios de comercios y empresas, como nombres de comercios, rótulos en negocios y anuncios personales» (Ben Rafael *et al.,* 2006: 14). En 2019 fueron recopilados, por quien escribe, 821 signos totales, de los cuales 747 relativos al PL comercial hispanoamericano (Mariottini, Oricchio, 2021: 275); en 2025, en cambio, y hasta el momento, los signos considerados son 201, 88 relativos al PL comercial hispanoamericano.

Para completar el marco contextual de esta investigación, se han incorporado los datos sobre el turismo en la ciudad de Roma entre 2016 y 2022, extraídos de los informes anuales del Ayuntamiento, que ofrecen una visión amplia de las transformaciones urbanas recientes y permiten situar los fenómenos de turistificación y gentrificación en una perspectiva temporal concreta.

En este contexto, se ha adoptado un enfoque etnográfico basado en la realización de entrevistas cualitativas con actores clave, identificados como interlocutores significativos en relación con las prácticas lingüísticas del PL comercial mexicano en Roma. Este trabajo de campo ha permitido reconstruir las trayectorias de visibilización, circulación y resignificación de las lenguas en el espacio urbano, arrojando luz sobre la evolución del Paisaje Lingüístico de la Migración Hispanoamericana (PLMH) en Roma (Mariottini, 2018; 2019; 2023; Oricchio, 2024a, 2024b, 2025), en el período comprendido entre 2019 y 2025.

Centramos el análisis en el caso del PL comercial mexicano, debido al notable crecimiento que ha experimentado en el intervalo observado, superando cuantitativa y cualitativamente al PL de otras comunidades hispanoamericanas presentes en la ciudad. Esta elección responde no solo a la consolidación de una presencia migratoria mexicana cada vez más articulada y visible, sino también al papel que desempeña esta comunidad en la creación de espacios de sociabilidad, consumo y producción cultural insertos en circuitos urbanos marcados por flujos turísticos y procesos de renovación urbana. El PL mexicano, por tanto, constituye un observatorio privilegiado para analizar la intersección entre prácticas migratorias, economía étnica, turistificación y reconfiguración simbólica

del espacio urbano en Roma. Cabe subrayar la inclusión de un caso de estudio relevante y emblemático, centrado en el análisis de dos restaurantes mexicanos de propiedad italiana, que permite explorar también los procesos de apropiación y mercantilización de identidades culturales en el paisaje lingüístico urbano y las prácticas de negociación de la autenticidad (Calvi, Suau Jiménez, 2023).

3. El turismo en Roma: comparación de datos 2016-2022

En el *Annuario Statistico* publicado por el Ayuntamiento de Roma se presentan los datos relativos al movimiento turístico en la ciudad entre 2016 y 2022. De acuerdo con las estadísticas, en el año 2016 la ciudad de Roma recibió más de 14 millones de turistas, alcanzando un máximo histórico de 19 millones en el año 2019. Sin embargo, este crecimiento experimentó un descenso significativo en el año 2020, debido a la pandemia causada por la Covid-19. Lo que se desprende observando la Tabla 1 es el número de turistas que la ciudad de Roma ha acogido, cada año, entre 2016 y 2022, indicado con el termino "arrivi" (llegadas), y la reconstrucción de los datos relativos a la permanencia total de los turistas en la ciudad ("presenze", es decir "estancias"). Lo que destaca es una marcada diferencia entre el turismo *ante covid* y *post covid*: antes de la crisis sanitaria, de hecho, el número de visitantes extranjeros superaba significativamente al de los italianos. Sin embargo, esta situación experimentó un cambio radical a partir de 2021, estabilizándose en 2022. En este último año, la ciudad ha recuperado los niveles de turismo de 2016, aunque con una mayor presencia de visitantes extranjeros en comparación con los italianos.

Tabla 1. *Llegadas y presencias en establecimientos hoteleros y de alojamiento complementario en Roma 2016-2022*

Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi alberghieri e complementari di Roma. Anni 2016-2022

Anno	Esercizi Alberghieri					Esercizi Complementari				
	Arrivi		Presenze		Permanenza media (giorni)	Arrivi		Presenze		Permanenza media (giorni)
	v.a.	var.%	v.a.	var.%		v.a.	var.%	v.a.	var.%	
2016	11.536.239	-	26.935.666	-	2,3	2.725.197	-	7.715.470	-	2,8
2017 (*)	12.403.488	7,5	29.293.952	8,8	2,4	2.290.876	-15,9	6.268.269	-18,8	2,7
2018 (**)	12.783.861	3,1	30.144.950	2,9	2,4	6.189.518	170,2	15.305.030	144,2	2,5
2019	13.036.638	2,0	30.682.988	1,8	2,4	6.417.716	3,7	15.856.109	3,6	2,5
2020	2.508.943	-80,8	5.741.989	-81,3	2,3	1.587.404	-75,3	4.152.411	-73,8	2,6
2021	2.800.044	11,6	5.505.511	-4,1	2,0	2.704.893	70,4	6.460.542	55,6	2,4
2022	9.666.238	245,2	21.552.631	291,5	2,2	5.552.497	105,3	13.184.758	104,1	2,4

Fonte: Elaborazioni Ufficio di Statistica di Roma Capitale su dati Ente Bilaterale Territoriale di Roma e Provincia

Los datos relativos al año 2022 (Tabla 2), relativos a la procedencia, y no a la nacionalidad, de los turistas que visitaron Roma, confirman que la mayoría del turismo de la ciudad es interno, es decir procedente de Italia, seguido por el turismo europeo – con 4 millones de llegadas – el norteamericano y centroamericano. Sumando los datos relativos a todos los establecimientos hoteleros y complementarios (bed and breakfast,

casas de vacaciones, casas de huéspedes, hostales, etc.) «se registraron 15.218.735 llegadas y 34.737.389 presencias de turistas en los establecimientos de alojamiento de la capital, lo que supone un aumento del 176,5% y del -190,3%, en relación con al año anterior» (Annuario Statistico Roma *Capitale* 2023: 3), dato que se traduce con un número más alto de "llegadas" y una estancia promedia que se ha reducido notablemente.

Tabla 2. *Llegadas y presencias en establecimientos hoteleros y de alojamiento complementario en Roma por origen, año 2022*

Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi alberghieri e complementari di Roma per provenienza. Anno 2022

Provenienza	Esercizi ricettivi alberghieri			Esercizi ricettivi complementari			Totale	
	Arrivi	Presenze	Permanenza media (giorni)	Arrivi	Presenze	Permanenza media (giorni)	Arrivi	Presenze
Italia	3.844.876	7.243.401	*1,9*	4.029.027	9.664.611	*2,4*	7.873.903	16.908.012
Europa	2.780.347	7.279.061	*2,6*	1.266.936	2.931.994	*2,3*	4.047.283	10.211.055
Nord America	1.656.739	3.845.263	*2,3*	18.069	44.241	*2,4*	1.674.808	3.889.504
Centro e Sud America	394.483	971.116	*2,5*	46.855	100.497	*2,1*	441.338	1.071.613
Sud Est Asia	540.742	1.172.169	*2,2*	22.404	52.818	*2,4*	563.146	1.224.987
Medio Oriente	168.218	373.229	*2,2*	-	-	-	168.218	373.229
Africa	-	-	-	-	-	-	-	-
Altri extra europei	280.833	668.392	*2,4*	169.206	390.597	*2,3*	450.039	1.058.989
Totale	**9.666.238**	**21.552.631**	***2,2***	**5.552.497**	**13.184.758**	***2,4***	**15.218.735**	**34.737.389**

Fonte: Elaborazioni Ufficio di Statistica di Roma Capitale su dati Ente Bilaterale Territoriale di Roma e Provincia

En la Tabla 3, en cambio, se representa el origen del movimiento turístico de Roma en el año 2022 según las diez primeras nacionalidades, ordenadas por país de procedencia: el 34,5 % de los turistas proviene de países de habla inglesa (Estados Unidos e Inglaterra), mientras que el 8,5 % proviene de países de habla española (España, Argentina y México).

Tabla 3. *Llegada de turistas extranjeros a los establecimientos hoteleros de Roma. Las diez primeras nacionalidades, año 2022*

Arrivi di turisti stranieri negli esercizi alberghieri e RTA di Roma. Prime 10 nazioni. Anno 2022

NAZIONI	ARRIVI	
	v.a.	%
Usa	1.484.637	*26,1%*
Regno Unito	480.555	*8,4%*
Germania	406.548	*7,1%*
Francia	343.265	*6,0%*
Spagna	327.150	*5,7%*
Giappone	130.670	*2,3%*
Brasile	107.982	*1,9%*
Argentina	101.385	*1,8%*
Cina	101.152	*1,8%*
Messico	54.467	*1,0%*
Israele	53.293	*0,9%*
Russia	36.609	*0,6%*

Fonte: Elaborazioni Ufficio di Statistica di Roma Capitale su dati Ente Bilaterale Territoriale di Roma e Provincia

Por último, en la Tabla 4 es posible observar la distribución de las estructuras alojativas por área urbana de Roma: el número más alto de hoteles y estructuras complementarias se concentra en los municipios I y II, zonas que forman parte del casco histórico de la ciudad. Es preciso señalar, asimismo, el porcentaje de estructuras presentes en otros tres municipios: el V, VI y VII, ubicados en la zona este de Roma, que en los últimos años ha experimentado, y siguen experimentando, un evidente proceso de gentrificación (Pompeo, 2011).

Tabla 4. *Consistencia de los alojamientos en Roma por tipología y municipio*

Consistenza delle strutture ricettive di Roma per tipologia e municipio. Anno 2021

Municipio	Alberghi	Esercizi complementari						Incidenza %
		Affittacamere	Bed & Breakfast	Casa per ferie	Case Vacanza	Alloggio per uso turistico (*)	Altro	
I	615	2.274	577	66	3.426	4.200	76	57,8%
II	65	171	129	30	234	611	7	6,4%
III	13	18	22	8	68	131	4	1,4%
IV	14	36	25	4	42	123	6	1,3%
V	9	41	40	7	107	371	-	3,0%
VI	16	15	31	3	13	43	3	0,6%
VII	24	115	144	14	310	670	1	6,6%
VIII	14	41	66	6	119	275	2	2,7%
IX	26	16	29	3	21	89	11	1,0%
X	10	29	46	2	160	289	15	2,8%
XI	7	14	34	5	55	170	3	1,5%
XII	15	59	75	23	227	439	4	4,3%
XIII	28	125	128	39	512	599	6	7,4%
XIV	16	20	46	25	89	211	7	2,1%
XV	11	19	21	11	34	110	15	1,1%
Totale	883	2.993	1.413	246	5.417	8.331	160	100,0%

Fonte: Elaborazioni Ufficio di Statistica di Roma Capitale su dati SUAR - Sportello Unico Attività Ricettive

(*) Dal 2020 negli esercizi complementari sono stati inseriti gli "Alloggi per uso turistico"

3.1. *La migración hispanoamericana en Roma: datos estadísticos del Ayuntamiento 2019-2023*

Según los datos demográficos del Comune di Roma[2] correspondientes a los años 2019 y 2023, última anualidad disponible hasta la fecha, la migración hispanoamericana ha registrado un aumento de más de dos mil residentes, que se ha distribuido de manera uniforme entre hombres y mujeres: los hombres hispanoamericanos han pasado de las 12.644 unidades de 2019 a las 13.878 de 2023; las mujeres, en cambio, han pasado de las 19.563 unidades de 2019 a las 20.625 de 2023. Al examinar la Tabla 5, se evidencia un incremento notable en el número de migrantes procedentes de ciertos países específicos: Perú (+745), Colombia (+598), Cuba (+152), República Dominicana (+85), México (+174) y Argentina (+87). Contrariamente, se observa una disminución significativa en la migración ecuatoriana, con una reducción de 1.005 residentes en el área urbana de Roma. Por otro lado, la migración procedente de El Salvador ha duplicado su presencia, con sus 835 residentes de 2019 frente a los 1.571 residentes de 2023.

[2] https://www.comune.roma.it/web/it/dati-e-statistiche.page.

Tabla 5. *La migración hispanoamericana en Roma, datos 2019-2023*

LA MIGRACIÓN HISPANOAMERICANA EN ROMA 2019-2023, DATOS AYUNTAMIENTO DE ROMA		
NACIONALIDADES	**AÑO**	
(AL 31 DE DICIEMBRE)	**2019**	**2023**
PERÚ	12.831	13.576
ECUADOR	7.548	6.543
COLOMBIA	2.552	3.150
CUBA	1.552	1.704
REPÚBLICA DOMINICANA	1.274	1.359 (6° puesto)
MÉXICO	1.118	1.292 (7° puesto)
EL SALVADOR	835 (9° puesto)	1.571 (5° puesto)
ARGENTINA	865 (8° puesto)	952 (9° puesto)

3.2. *Comunidad hispanoamericana y mexicana en Roma: distribución por municipios entre 2019 y 2023*

La distribución espacial de la comunidad hispanoamericana por los quince municipios de Roma revela una ocupación del territorio relativamente uniforme, confirmando los datos de 2019 y la ausencia de un «barrio latino» (Mariottini, 2019a: 629). Sin embargo, se han identificado áreas de mayor concentración que han mantenido su continuidad en el lapso observado: en 2019, las zonas con el mayor número de residentes eran los municipios XV (4.291), XIV (3.135), V (2.902), VII (2.902) y I (2.495). En 2023, estos datos se han confirmado, con cifras moderadamente incrementadas en los municipios XV (4.684), XIV (3.385), V (3.249), VII (3.113) y I (2.488).

El Gráfico 1, que resume la evolución de la ocupación del territorio urbano de las principales nacionalidades hispanoamericanas residentes en Roma entre 2019 y 2023, confirma el desplazamiento de la comunidad objeto de estudio de las zonas centrales de la ciudad (municipios I y II) hacia áreas más periféricas, ubicadas en las zonas este y noroeste, respetivamente los municipios V, VI y VII, y XIII, XIV y XV. De acuerdo con los datos que se presentan a continuación, se evidencia un incremento poblacional y una mayor presencia de signos comunicativos asociados al español migrante en áreas específicas entre los años 2019 y 2025.

Imagen 1. *Los municipios de Roma Capital* [3]

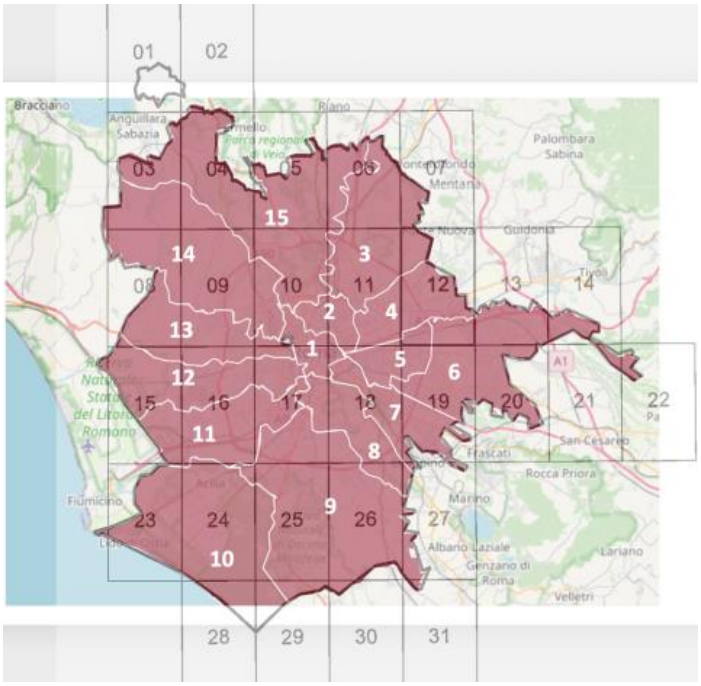
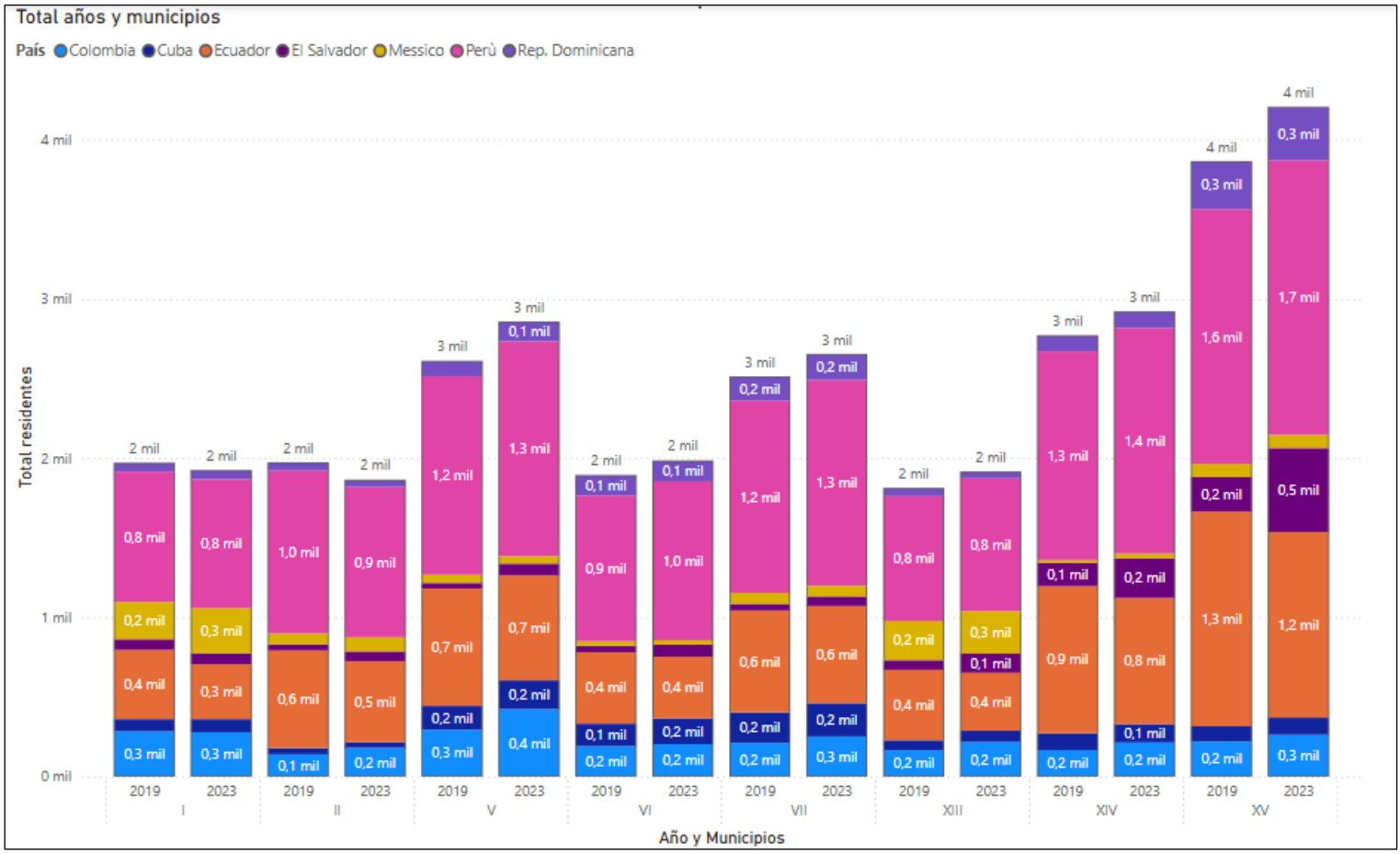


Grafico 1. *Distribución residentes hispanoamericanos por municipios de Roma 2019-2023*

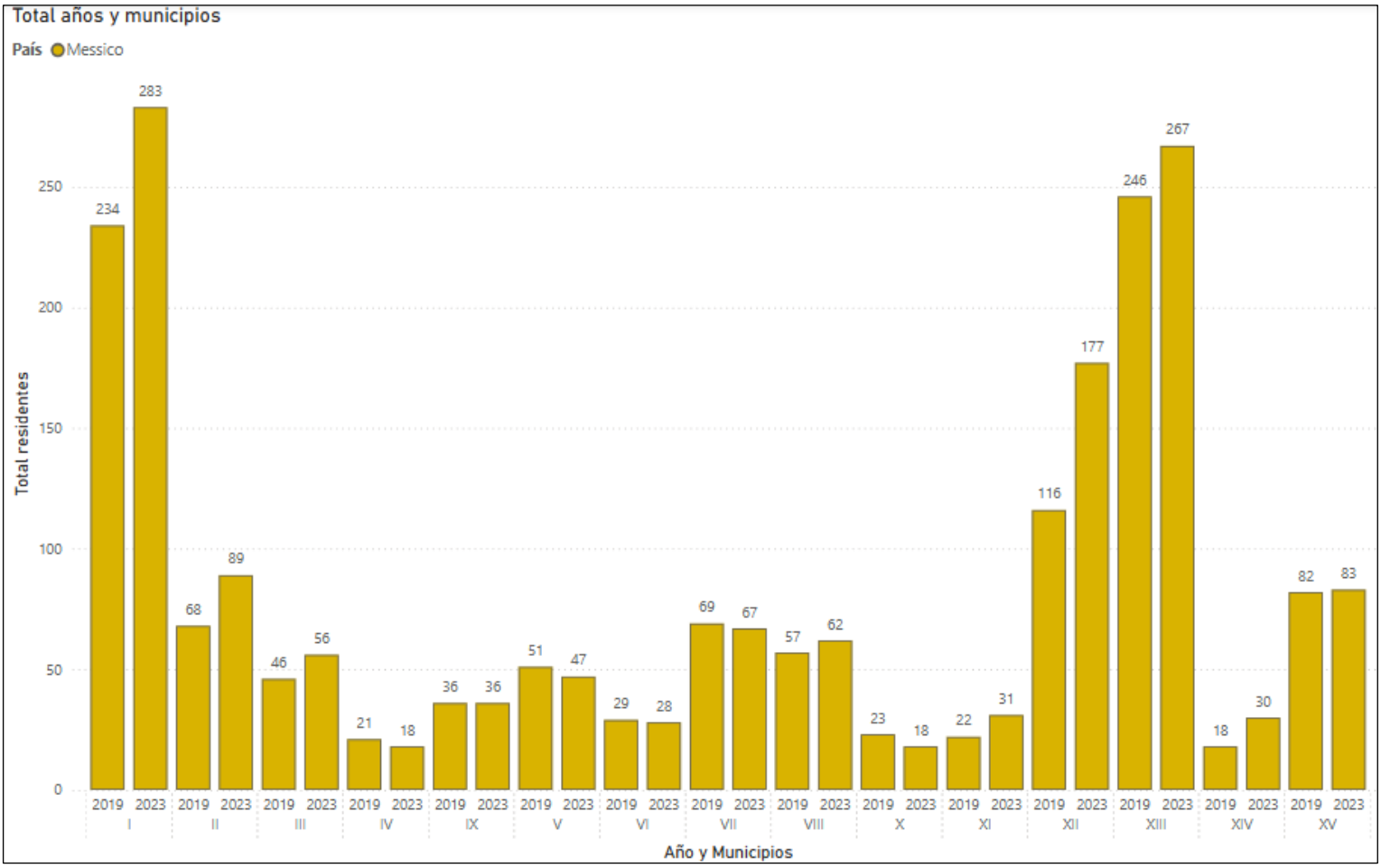


[3] www.comune.roma.it

Por lo que concierne la migración mexicana en Roma, los datos evidencian un incremento del 15% en el número de residentes entre los años 2019 y 2023, que han pasado de las 1.118 unidades de 2019 a las 1.292 de 2023. En términos estadísticos, el incremento ha sido particularmente notable en lo que se refiere a la migración masculina: los hombres, de hecho, han aumentado su presencia de 126 unidades, con un aumento del 25%; las mujeres han incrementado su número de residentes de 48 unidades, con un aumento del 7%.

En cuanto a la distribución (véase gráfico n. 2), y a la evolución de la ocupación del territorio de la ciudad de Roma por parte de la comunidad mexicana, se ha registrado una continuidad en los municipios IV, V, VI, VII, IX y XV, así como un aumento del número de residentes en el municipio I – que ha pasado de 234 a 283 residentes totales – en el municipio II – de 68 a 89 residentes – y sobre todo en los municipios XII – de 116 a 177 – y XIII – de 246 a 267 residentes –. Los municipios previamente mencionados, identificados como I, XII y XIII, coinciden con las áreas que presentan la mayor concentración de ciudadanos mexicanos que residen en Roma.

Gráfico 2. *Distribución residentes mexicanos por municipios de Roma*



3.3. *El PLMH en Roma: datos 2019-2025*

De la observación diacrónica del PLMH en la ciudad de Roma emerge un evidente incremento en el número de ejercicios comerciales hispanoamericanos: eran 48 en 2019 y

se cuenta un total de 87 (véase Tabla 6) en 2025. Esta evolución, documentada a partir de las observaciones realizadas por quien escribe, refleja un crecimiento significativo en determinadas áreas de la ciudad, como se puede observar en las imágenes comparativas n. 1 y 2, que corresponden respectivamente a los dos años considerados. Específicamente, se observa una concentración emblemática de actividades comerciales gestionadas por hispanoamericanos en el centro urbano, en los municipios I y II, y en la zona este, delimitada por un triángulo formado por los municipios V, VI y VII.

Imagen 2. *Restaurantes hispanoamericanos 2019*

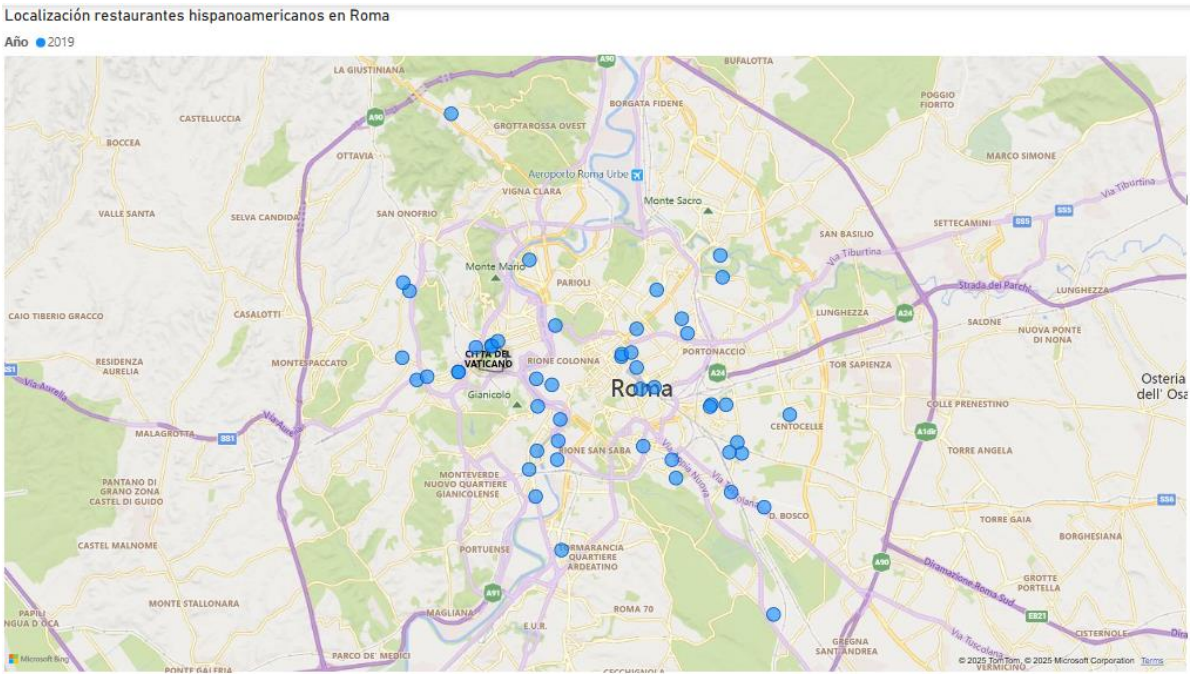


Imagen 3. *Restaurantes hispanoamericanos 2025*

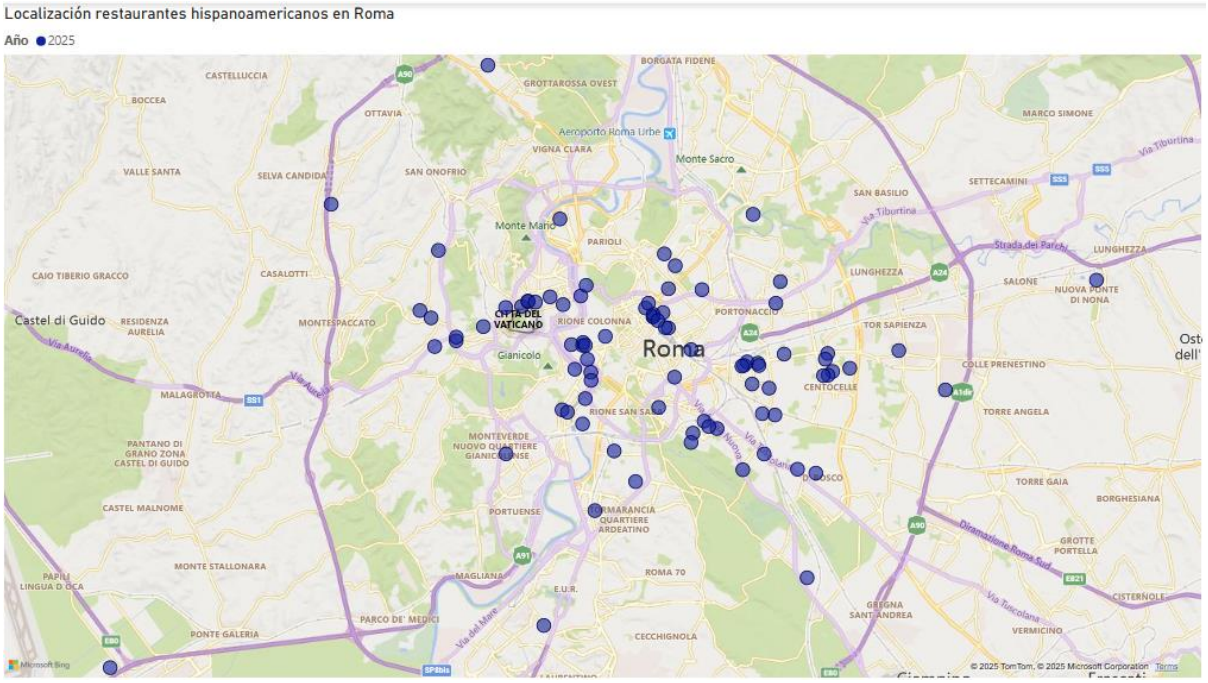


Tabla 6. *Nacionalidad restaurantes hispanoamericanos en Roma 2019-2025*

NACIONALIDAD RESTAURANTES HISPANOAMERICANOS EN ROMA 2019-2025		
NACIONALIDADES	**AÑO**	
(AL 31 DE DICIEMBRE)	**2019**	**2025**
PERUANA	20	35 (uno nikkei, un cocktail bar)
MEXICANA	13	32
LATINOAMERICANA (GENERAL)	5	2
COLOMBIANA	3 (uno colombovenezolano, uno colomboecuatoriano)	1
ARGENTINA	3 (una tienda de comida argentina)	10
VENEZOLANA	2	2
CUBANA	1	1
ECUATORIANA	1	2
SALVADOREÑA	0	2
TOTAL	48	87

3.4. *PL mexicano en Roma: 2019-2025*

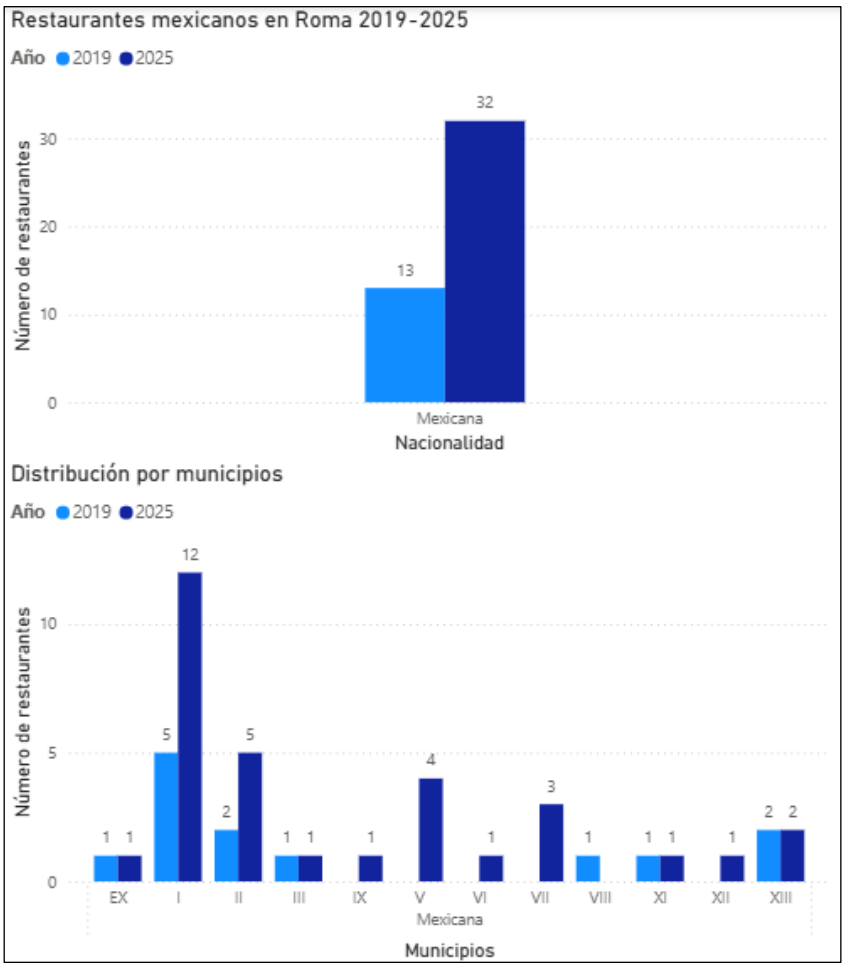
A pesar del ligero aumento en el número de residentes mexicanos en Roma entre 2019 y 2023, y a pesar de ocupar la séptima posición entre las comunidades hispanoamericanas residentes más numerosas en la ciudad, los establecimientos comerciales vinculados a la gastronomía, la lengua, la tradición y la cultura mexicana han registrado el mayor crecimiento entre todos los comercios hispanoamericanos en el periodo 2019-2025. En efecto, estos establecimientos pasaron de 13 a 32, lo que representa un incremento del 146% en su presencia dentro del tejido urbano romano. Este notable crecimiento del PL comercial mexicano no parece explicarse directamente por el aumento demográfico de la comunidad, que se mantiene relativamente estable y cuantitativamente limitada. Tal discrepancia entre presencia demográfica y visibilidad comercial sugiere que otros factores -como la creciente atracción simbólica de lo mexicano en los circuitos culturales y turísticos de la ciudad- intervienen en la configuración del PL.

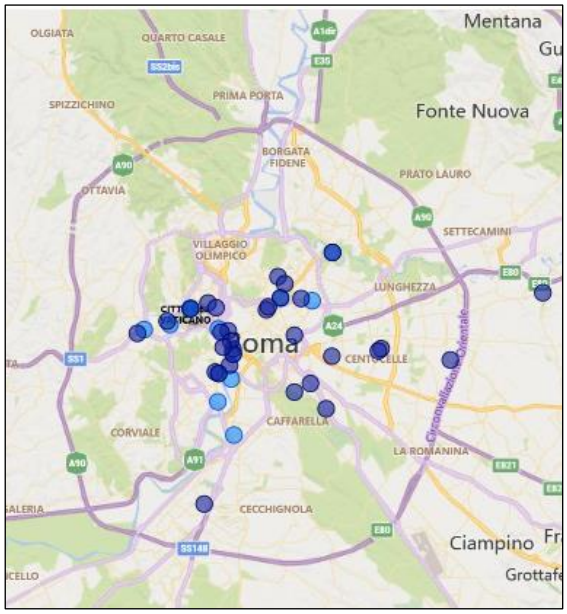
Como se observa en el gráfico n. 2, el crecimiento de la población mexicana residente se ha concentrado principalmente en los municipios I y II -que corresponden al centro histórico y zonas adyacentes-, así como en los municipios XII y XIII, ubicados en el sector occidental de Roma *Capitale*. En el resto de los municipios, la distribución de residentes se ha mantenido estable respecto a 2019, sin variaciones significativas.

El gráfico n. 3 pone de manifiesto un fenómeno aún más relevante: la expansión de la oferta gastronómica mexicana no coincide con los patrones de asentamiento residencial de la comunidad. Entre 2019 y 2025, el número de restaurantes mexicanos en los municipios I y II aumentó de 7 a 17. Además, en los municipios V, VI y VII -donde no se registraba presencia de este tipo de comercios en 2019- se contabilizan ocho nuevos establecimientos en 2025. Esta desalineación entre residencia y localización comercial refuerza la hipótesis de una creciente instrumentalización simbólica de lo mexicano en contextos de consumo y ocio, en estrecha conexión con los flujos turísticos y con

dinámicas de renovación urbana, más que con la mera reproducción social de la comunidad migrante.

Gráfico 3. *Evolución de la oferta gastronómica mexicana en Roma 2019-2025*





Este primer análisis comparativo, por tanto, confirma la ausencia de correlación entre el espacio residencial de la comunidad mexicana y el espacio laboral, que coincide tan solo en la zona del municipio I, el centro de la ciudad que, sin embargo, es el área de mayor interés y flujo turístico.

Las imágenes n. 3 y 4 muestran la evolución diacrónica de los signos comunicativos del PL comercial de los restaurantes mexicanos y cómo su distribución ha cambiado en el lapso observado: destaca una mayor concentración, como se ha dicho, en las áreas del casco histórico de la ciudad, municipios I y II, y una nueva franja que se ha desarrollado en la zona este de la ciudad, concretamente en los municipios V, VI y VII, una zona que incluye el Pigneto, «un barrio semicéntrico que, desde el punto de vista de *rent gap* (Smith, 1979), reúne las condiciones ideales para el lanzamiento de proyectos de gentrificación a gran escala. Recientemente, en efecto, gracias a la presencia de centros sociales, asociaciones culturales, cines autogestionados, bistrós y restaurantes, no sólo ha cambiado profundamente el paisaje y el imaginario asociado al barrio, sino que también se ha producido un fuerte aumento de la venta y el alquiler de viviendas, en consonancia con lo formulado por las teorías del lado de la producción y el consumo especificadas anteriormente. Que existe, por tanto, un proceso de gentrificación en marcha es algo evidente» (Giantomasso, 2022: 73).

Por consiguiente, en el análisis de los signos comunicativos observados en el lapso 2019-2025 resulta necesario considerar la variable diatópica como un elemento determinante en la visibilidad del PL y, sobre todo, en el uso de las estrategias comunicativas y de las lenguas empleadas en los actos comunicativos.

Imagen 4. *PL comercial mexicano 2019*

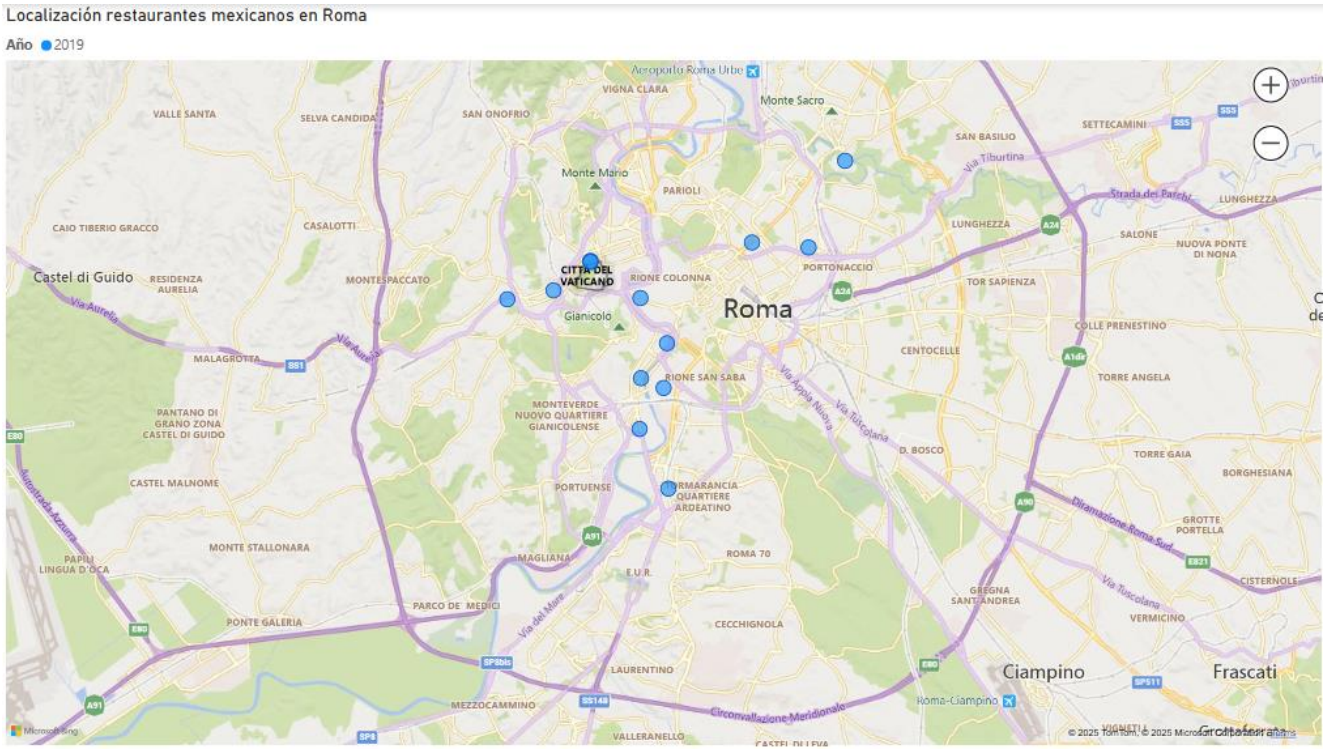
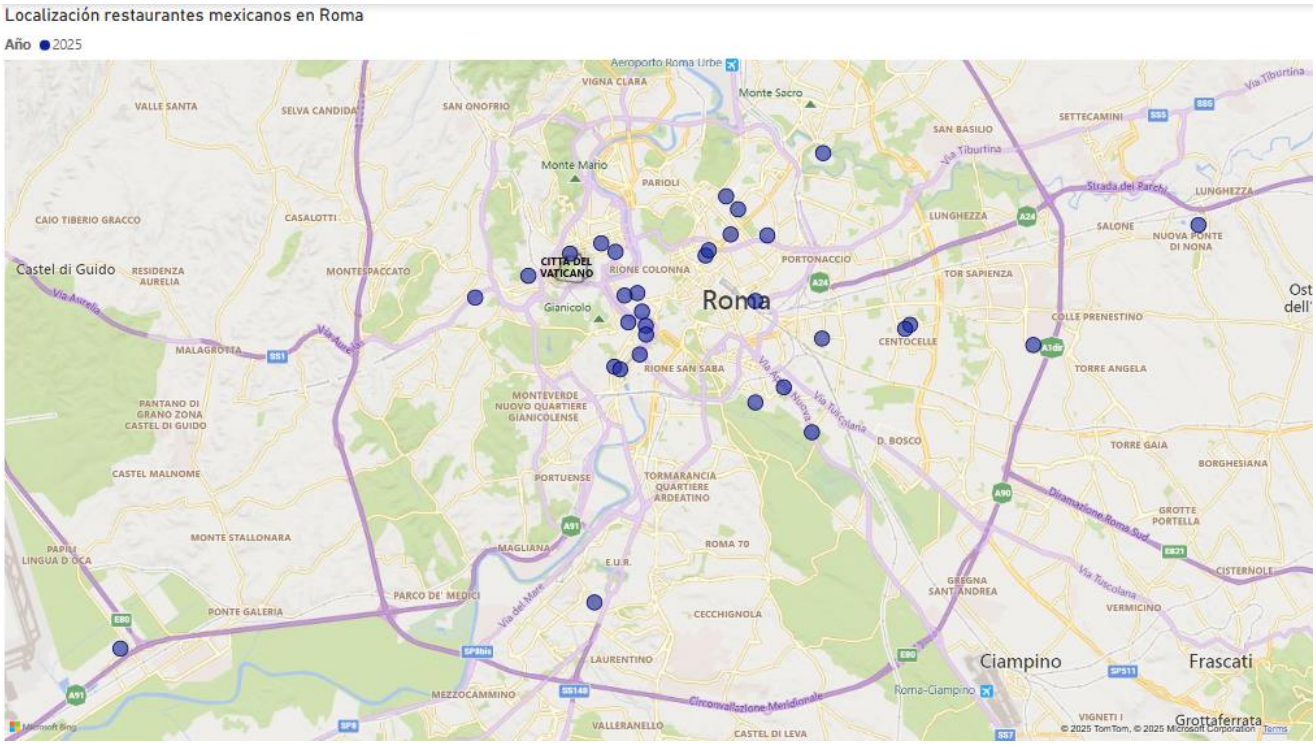


Imagen 5. *PL comercial mexicano 2025*



4. Análisis diacrónico del PL mexicano en Roma

4.1. *La Cucaracha y Maybu*

El primer caso de estudio se centra en dos restaurantes que pertenecen a la misma dueña, de nacionalidad mexicana: *La Cucaracha* y *Maybu*, ambos ubicados en el municipio I de Roma, por lo tanto, en el centro de la ciudad. Ambos eran operativos en el año 2019 y han confirmado su presencia en 2025, si bien con ciertas modificaciones registradas.

Imagen 6. *La Cucaracha 2019*



La Cucaracha es un restaurante que ofrece comida típica y auténtica mexicana, tales como nachos, quesadillas, tacos, fajitas que forman una pequeña parte de la amplia carta consultable en su página web: si bien los dos restaurantes pertenecen a la misma gestión, se observan disparidades en la estrategia de comunicación y sus destinatarios.

Imagen 7. *La Cucaracha 2025*



Imagen 8. *La Cucaracha 2019 y 2025*



En el caso del restaurante *La Cucaracha* lo que se deduce de la observación de los signos comunicativos que componen su unidad (Calvi, 2018) es el empleo de un código bilingüe, italiano y español, y la ausencia del inglés, pese a su ubicación en el centro de la ciudad. En el análisis diacrónico de las Imágenes 6 y 8, se evidencia una continuidad en la estrategia comunicativa implementada, así como una modificación en la ocupación del espacio: la expansión territorial observada constituye un indicio emblemático de un mayor arraigo del restaurante en el territorio urbano. Cabe señalar que, para un hispanohablante, resulta particularmente inusual el nombre seleccionado por la propietaria, que evoca a un insecto y resulta poco congruente con el nombre de un establecimiento gastronómico. Es la misma dueña que aclara el proceso de decisión de este nombre, construido a través de una encuesta, realizada antes de abrir el ejercicio comercial, dirigida a italianos de la zona y amistades locales.

> E1
> Te preguntarás el nombre, por qué se llama *La Cucaracha* si es un insecto y un insecto bastante sucio, como se dice en México, tanto porque cuando vino mi embajador a hacer la inauguración me preguntó, dice, oye, ¿me explicas por qué le pusiste este nombre tan feo? En México por ejemplo hay bares que se llaman La Cucaracha, pero no hay restaurantes que se llaman La Cucaracha. Lo que pasó fue que empezamos a preguntarle a la gente que conocíamos qué cosa les, le recordaba México y todos decían Cielito Lindo, la canción, margarita que era el *cocktail*, y la cucaracha, pero no era el animal, era la canción. Tanto es que la cucaracha nace como una canción, no como el animal, un insecto que nosotros que son *credo le blatte qua*, o una cosa así. Entonces este, y nace por eso, o sea porque todo el mundo conocía la cucaracha, y te la cantaban o sea la cucaracha, la cucaracha, y todos diciendo ok, se va a llamar La Cucaracha. Fue algo, a mi me gustaba muchísimo me, yo lo hubiera llamado la casa de Frida, pero en ese tiempo, hace dieciseis años, Frida Khalo todavía no había expuesto aquí y no todo el mundo sabía quién era Frida Khalo. Después como de cuatro años hubo una muestra muy grande en un museo aquí en Roma, y le dieron un espacio muy bueno y Frida Khalo subió, pero bueno a mi necesitaba en ese caso y la casa de Frida no era conocida. O sea Frida Khalo no era conocida como pintora en Italia.

Un proceso de negociación que si, por un lado, ayuda a construir una conexión con la comunidad autóctona, ya que los italianos reconocían la canción de La Cucaracha como rasgo distintivo de México, por otro lado, ha contribuido a matizar la función identitaria del signo comunicativo, que adquiere valor simbólico para los residentes de la comunidad de acogida excluyendo los que proceden, o que tengan orígenes, de México. Este proceso, además, se refleja también en la exposición de los signos comunicativos: como se puede apreciar en las Imágenes 6 y 7, resulta evidente la prominencia de la lengua española con respecto al italiano. La identificación del tipo de negocio, en el rótulo principal al neón (Imagen 6), es en lengua italiana ("ristorante"), que por lo tanto cumple una función informativa (Mariottini, 2023), aunque la indicación del tipo de gastronomía ofrecida aparece en lengua española ("mexicano"). Como confirman las palabras de la entrevistada, los destinatarios son principalmente italianos, aspecto bien reflejado en los signos comunicativos utilizados para la promoción de la actividad.

> E1
> *La Cucaracha* nace cien por ciento mexicano, al inicio no funcionaba porque mucha gente, mucho italiano, en *La Cucaracha* nosotros trabajamos con cien por cientos italianos, eh digamos que tenemos turistas pero nuestro, digamos que, nuestro pan de cada día es la gente italiana. Nosotros trabajamos por la embajada mexicana haciéndole los caterings a ellos, y los mexicanos que viven en Roma sí vienen pero no mucho, te explico porque, es fácil. Un mexicano puede venir el día que no tiene gana de cocinar, pero para nosotros por ejemplo pagar doce euros un plato de enchiladas cuando tu vas a Messico y te traes las salsas, no la pagan. Aquí por ejemplo se dice que el mexicano sea como precio igual al chino, y no es cierto, porque nuestros productos son muy caros, o sea el producto mexicano exportado a Italia sale bastante caro, entonces cuando vas a ver un poco los precios y vas a Castroni por ejemplo en Roma donde es un lugar donde hay étnico, es carísimo, o sea, una salsa mexicana es cara, en comparación a una salsa china […]

Si bien el nombre carece de valor simbólico para los que pertenecen a la comunidad mexicana, la prominencia de la lengua española desarrolla su papel de signo identificador (Ariolfo *et al.,* 2011), aunque la afinidad lingüística entre el italiano y el español favorece

la comprensión para un público local (*mexicano- messicano*, por ejemplo): esta estrategia se ve reforzada mediante el uso de un icono (Imagen 8) – el sombrero – que, por asociación, comunica al público la idea de México: «de hecho, no debemos olvidar la multimodalidad del PL, en el que no sólo las palabras, sino también los gráficos, los colores, las imágenes y los objetos sirven para crear significados» (Calvi, 2017: 226). El sombrero, por lo tanto, adquiere una función simbólica, ya que funciona como «forma de simplificación, tipización o, diríamos, de 'esencialización cultural'» (Mariottini, 2023: 719).

Como dicho anteriormente, al lado de *La Cucaracha* se encuentra *Maybu*, un Tex Mex que, según las palabras de la entrevistada, "es la hermana, que se cree americana, de *La Cucaracha*": el nombre es un acrónimo formado por las palabras margaritas y burritos, cuya interpretación no resulta evidente de manera inmediata, especialmente para el público autóctono.

Imagen 9. *Maybu 2019*



Imagen 10. *Maybu 2019*



Imagen 11. *Maybu 2019*



Imagen 12. *Maybu 2025*



Imagen 13. *Maybu 2025*



Imagen 14. *Maybu 2025*



Lo que destaca en la observación diacrónica entre 2019 y 2025 es una evolución de los signos comunicativos que aparecen en los escaparates del restaurante y, sobre todo, una intensificación del uso del inglés que, en 2019, se limitaba exclusivamente a la denominación del lugar (*Rome*) y a algunas promociones del menú (*drinks*, *free refill*). En 2025, en cambio, la prominencia del inglés resulta evidente: el texto *Fresh mexican food*, presente en todos los escaparates, convierte al inglés en la lengua más prominente, y se trata de un caso de *translaguaging*, ya que se registra el uso de «lenguas diferentes que no traducen los mismos contenidos de una lengua a otra, sino que contienen mensajes distintos, dirigidos a diferentes destinatarios» (Calvi, 2018: 156). Al investigar el origen de los clientes, se ha registrado que, citando las palabras de la dueña, "el cincuenta por ciento son italianos, veinte por ciento son mexicanos, y el otro son americanos, o, si no, en el otro cincuenta por ciento podemos meter los turistas". Sin embargo lo que define de forma significativa la función y los destinarios del restaurante, es lo que la dueña añade en la entrevista:

> E1
> *Maybu* es la hermana que se cree americana de *La Cucaracha*, nosotros tenemos otro restaurante que se llama *La Cucaracha*, y es mexicano, este es un Tex Mex, se llama *Maybu* porque Ma que sería margarita, y burrito, per cui è margarita

> y burrito sin, avvicinandoli è *Maybu*. Tenemos clientes mexicanos, digamos que aquí se divide, el cincuenta por ciento son italianos, veinte por ciento son mexicanos, y el otro son americanos, o si no en el otro cincuenta por ciento podemos meter los turistas porque el turista luego llega y dice después de una semana de pasta quiero mi comida, como todos no? Entonces vienen por eso también. *Maybu* organiza fiestas pero es más para chicos americanos, porque ellos lo reconocen como una comida de ellos, como si fuera comida americana porque es un Tex Mex, en el otro restaurante si tenemos caterings […] y hacemos fiestas a estilo mexicano al cien por ciento.

El cambio de código, por consiguiente, se atribuye a dos factores principales: la ubicación del restaurante en una zona altamente turística y sujeta al fenómeno de la turistificación, y la composición demográfica de su clientela que procede principalmente de Estados Unidos y México. De acuerdo con los datos del *Annuario Statistico de Roma Capitale*, el 57% de las estructuras receptivas se concentra en el municipio I (Tabla 4), lo que confirma la presencia de un turismo relevante en la zona. Esta evolución en la conformación de lo signos comunicativos refleja la necesidad de dirigirse a un público más heterogéneo a través de un código de comunicación internacional como el inglés.

4.2. CÚCARA MÁCARA

El restaurante mexicano *Cúcara Mácara*, en cambio, ubicado en el municipio III, se encuentra en una zona residencial distante del centro urbano, caracterizada por una baja afluencia de turistas y una significativa participación de la comunidad local. El restaurante lleva muchos años en esta zona: fue inaugurado en 1996, lo que lo convierte en el restaurante mexicano más antiguo de la ciudad y ofrece comida auténtica mexicana. La dueña, según se lee en la página web del restaurante, llegó a Italia en 1989 y, a los pocos años, decidió abrir el restaurante para ofrecer "los verdaderos sabores de la tradición mexicana". Por lo que concierne la ubicación del restaurante, que pertenece a un área residencial en la cual no se registran movimientos turísticos, la elección por parte de la dueña se debe a la asociación entre el barrio escogido, *Città Giardino*, y las áreas coloniales mexicanas:

> E2
> Nella faticosa ricerca del ristorante da rilevare, attraverso pubblicazioni che potevi consultare sui maggiori quotidiani della capitale, fu proprio nella rubrica cessione attività di Porta Portese (un periódico de anuncios) che trovai l'annuncio desiderato. Si trattava di una vecchia e tipica trattoria di quartiere zona Città Giardino, che ovviamente non conoscevo perché vivevo dall'altra parte della città (viale Gregorio VII) e per capire meglio dovetti cercare addirittura la via sull'insostituibile Tutto città (un mapa de las calles de Roma) per presentarmi all'appuntamento con il proprietario. Una volta arrivata a Viale Gottardo il giorno dell'incontro rimango piacevolmente affascinata dal quartiere Città Giardino, che ricordava molto i centri coloniali delle città storiche del mio paese e mi innamorai subito delle scalette e del balconcino presenti all'entrata della "Trattoria da Luca" in vendita. Da lì l'accordo commerciale e poi via con i lavori di ristrutturazione.

Al observar la fachada del restaurante se deduce una sobriedad comunicativa, que apunta a dos tipos de informaciones esenciales: el nombre del restaurante, en lengua española, y la tipología del restaurante, que en cambio aparece en lengua italiana. El uso restringido de lenguas, limitado al español y al italiano, y la simultánea ausencia del inglés,

no pueden interpretarse como casual, sino que se articula con su emplazamiento (Scollon, Scollon, 2003), es decir, con la ubicación geográfica y social del restaurante, que se encuentra en un barrio periférico y, como se ha dicho, en un área con escaso movimiento turístico. En este sentido, según los tres ejes propuestos por Blommaert y Maly (2014), resulta evidente cómo los signos están dirigidos a un público local, o autóctono, e hispanoamericano y, por lo tanto, a una comunidad de proximidad. La evolución diacrónica de la fachada (Imágenes 15 y 16) muestra una clara continuidad entre los signos de 2019 y de 2025: el código de comunicación utilizado se mantiene bilingüe italiano-español, con el español que adquiere una función simbólica e identificativa, ya que comunica a través del nombre la connotación del restaurante.

Imagen 15. *Cúcara Mácara 2019*



Imagen 16. *Cúcara Mácara 2025*



Cúcara Mácara, de hecho, remite al estribillo de una canción infantil mexicana, desconocida en Italia y de difícil comprensión por parte del público italiano. Por consiguiente, pertenece al español migrante diaspórico (Mariottini, 2023), ya que parece una selección léxico-discursiva dirigida a la propria comunidad mexicana para comunicar la autenticidad de la propuesta gastronómica, aunque la elección "del nombre del restaurante lo decidió mi marido, porque le gustaba el recuento que hacía con sus nietos mexicanos cuando estaban en el jardín jugando".

Imagen 17. *Cúcara Mácara 2019*



Imagen 18. *Cúcara Mácara 2025*



El uso de la lengua italiana, en cambio, cumple una función descriptiva e informativa, y se dirige a los miembros de la comunidad local (el menú es bilingüe italiano y español): sirve para definir el tipo de restaurante y para dar más informaciones sobre días y horarios de apertura, que no aparecen en lengua española. De hecho, lo confirma la tipología de público al que se dirigen los signos comunicativos:

> E2
> dirti quale tipo di clientela frequenta il ristorante è ovviamente facile, perché la comunità messicana in Italia è molto piccola, quindi abbiamo sempre cercato di conquistarci una fetta di mercato tra quelle persone che avevano visitato il Messico o che erano pronti a scoprire la nostra proposta culinaria. Pochi invece i turisti che arrivavano in quella che era viale Gottardo degli anni 2000… una strada isolata, buia e per niente commerciale. Fu quindi una scommessa con me stessa e con quelle che erano le tendenze e i consigli dei più "navigati" ristoratori della capitale di quegli anni.

La ausencia de turismo corresponde a la ausencia de la lengua inglesa, que no aparece en los menú, ni en los carteles que promocionan la oferta del restaurante: como el tercer municipio pertenece a una zona de la ciudad en que no se han registrado, hasta hoy, procesos de turistificación, la estrategia comunicativa del restaurante confirma que los destinatarios son de dos tipologías: los italianos, autóctonos, y los mexicanos.

4.3. *Pico's Taquería Roma*

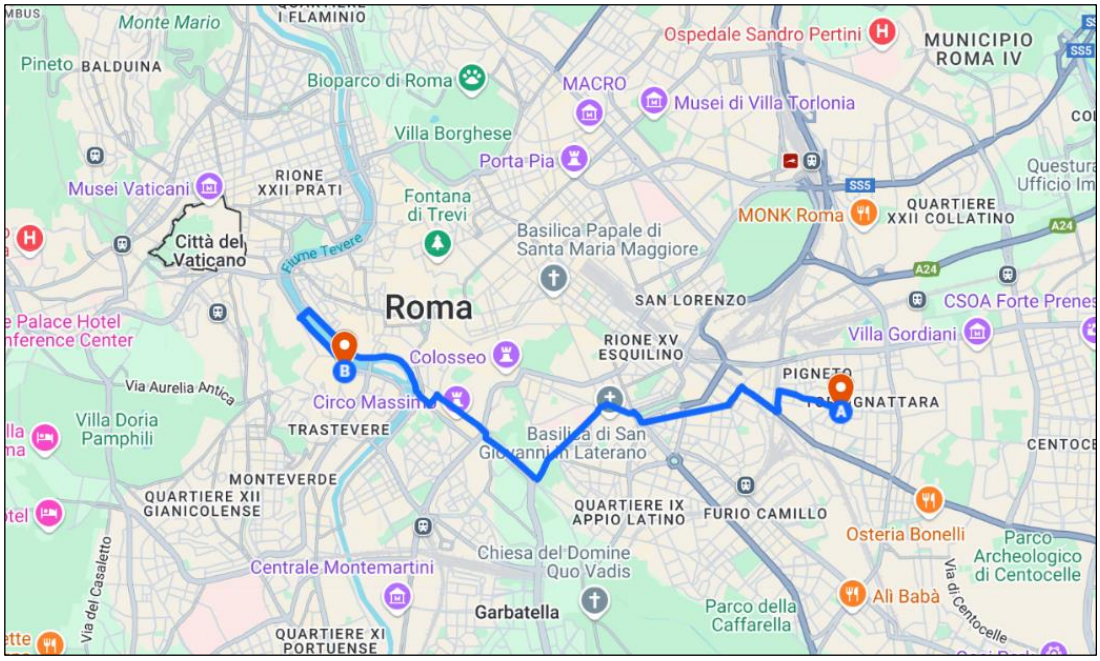
Como último caso de estudio observamos los restaurantes *Pico's Taquería Roma*, una mini cadena de dos establecimientos que pertenecen a una misma propiedad - dos hombres italianos - y que están situados en dos zonas distintas: Trastevere, perteneciente al municipio I, y Pigneto, ubicado en el municipio V. La distancia entre los restaurantes es aproximadamente 8 km (imagen n. 18) y ninguno de ellos existía en 2019. *Pico's Trastevere*, en realidad, nació en 2018, pero bajo otra forma:

> E3
> era un vero e proprio street food, era stata la prima taquería a Roma ed era proprio la riproduzione di una taquería originale messicana, quindi un posto piccolino dove c'era un banco cucina a vista dove si preparava appunto tutti i cibi a vista e abbiamo avuto un grande successo e la gente non c'entrava più perché c'erano solamente 16-20 posti a sedere massimo,

y se transladó a la sede actual en 2022. *Pico's Pigneto*, en cambio, abrió en 2023, porque

> E3
> dopo un anno di Trastevere abbiamo deciso di aprire anche la seconda sede a Pigneto, che è un'altra zona di movida romana.

Imagen 19. *Distancia entre los dos Pico's Taquería*



En este caso se plantea un doble análisis: el primero se refiere a la evolución diacrónica de los signos que pertenecen al *Pico's Trastevere*, recogidos entre 2023 y 2025; el otro se centra en la comparación entre los dos restaurantes ubicados en las zonas de Trastevere y Pigneto.

Por lo que concierne a *Pico's Trastevere*, observando las imágenes n. 19 y 20 relativas al año 2023 destaca la ausencia de un rótulo principal y la presencia de una pizarra que ofrece información sobre la oferta gastronómica del restaurante: aparecen dos códigos lingüísticos, el español, que tiene una evidente prominencia, y el inglés, que desarrolla una función complementaria, es decir, sirve para ofrecer información adicional sobre la tipología de restaurante (*mexican grill*) y las propuestas culinarias (*bowls salads*). El español, en cambio, por un lado, desempeña una función informativa, presentando la oferta del restaurante a través de un discurso monolingüe; por otro, contribuye a reforzar la experiencia de autenticidad en los visitantes, ya que «la autenticidad es uno de los conceptos clave en la bibliografía sobre el turismo, en contraposición con el de mercantilización» (Calvi, Suau-Jiménez, 2023: 11).

Imagen 20. *Pico's Taquería Trastevere 2023*



Imagen 21. *Pico's Taquería Trastevere 2023*



Cambia notablemente el PL del ejercicio comercial en 2025: observando las imágenes n. 21 y 22, de hecho, llama la atención la presencia de un rótulo principal con el nombre del restaurante en español y la especificación "sabor a México", como también la prominencia de la lengua inglesa (*Ice cold Sangria*; *Taco Tuesday*). La función del inglés, presente también en 2019 aunque en menor medida, se explica con la ubicación del restaurante y, sobre todo, con el tipo de clientela a la que se dirige:

> E3
> Qui a Trastevere diciamo che durante la settimana a pranzo la clientela è prettamente americana (statunitense) o turisti americani, già ti avevo accennato che per gli americani la cucina messicana è comfort food. Ci sono tanti studenti americani essendoci delle università americane qui a Trastevere (John Cabot University) mentre poi a pranzo nel weekend ci sono anche famiglie italiane, girano anche più italiani. I turisti sono 80 per cento americani, il 20 per cento che rimane un po' di tutto il mondo, tanti indiani perché a loro piace appunto il piccante e quindi è il cibo più simile alla loro cucina.

Imagen 22. *Pico's Taquería Trastevere 2025*



Imagen 23. *Pico's Taquería Trastevere 2025*



La variación lingüística registrada entre 2023 y 2025, por lo tanto, se explica según la clientela que acude al restaurante, por la mayoría estadoudinense, por la presencia en las proximidades de la universidad John Cabot, y para dirigirse a un público internacional como los turistas. A nivel identitario la definición "Sabor a México" es una construcción dialógica que remite a la idea de autenticidad, ya que el nombre

> E3
> nasce fondamentalmente dalla salsa principale messicana, il *pico de gallo*, che è una salsa cruda formata da pomodoro, coriandolo, succo di lime e cipolla, appunto il *pico de gallo*. Inizialmente la nostra idea era quella di avere differenti tipi di *pico de gallo*, addirittura ce n'era anche uno carnivoro con il *cicharrón* di maiale e quindi da lì Pico's. Poi comunque sia è un nome spagnoleggiante, insomma messicano, che ricorda un po' il Messico.

En palabras de Calvi (2012: 24) «es una de las estrategias recurrentes para anticipar la fruición del producto turístico, creando la ilusión de estar ya allí; y es precisamente uno de los aspectos que distinguen a los anuncios turísticos de otros tipos de publicidad».

Imagen 24. *Pico's Taquería Trastevere 2025*



Imagen 25. *Pico's Taquería Trastevere 2025*



Autenticidad construida también a través de otros dos elementos, la mano de obra empleada y el uso constante de la lengua española:

> E3
> nei nostri ristoranti lavorano attualmente tre dipendenti messicani mentre prima erano cinque […] tutti quanti noi dello staff parliamo sia spagnolo che inglese, molti nostri dipendenti non sono messicani ma sono latinoamericani quindi parlano ovviamente la lingua spagnola.

Otro aspecto que destaca es la organización de fiestas típicas mexicanas:

E3
noi organizziamo delle feste a tema messicano che coincidono con la festa di indipendenza messicana, il 15/16 settembre, poi il 5 di mayo che è più una festa Tex Mex che una festa messicana vera e propria […] e organizziamo il *día de los muertos* in concomitanza con Halloween che è il 31 ottobre, día de los muertos è il 2 novembre quindi noi facciamo questo tour de force 31 ottobre 1 novembre 2 novembre. Poi organizziamo delle feste con balli, ballerini e *mariachi* per l'anniversario di Pico's, […] e poi noi ogni venerdì e sabato nella sede di Trastevere e Pigneto, solitamente sono il venerdì a Trastevere il sabato a Pigneto abbiamo i *mariachi* fissi che suonano, vanno in giro per i tavoli, sono molto apprezzati.

Pico's Pigneto, por su parte, aunque mantiene el mismo formato, varía en cuanto a elementos reconducibles a la comunicación: como se evidencia en las imágenes n. 25-28, el inglés aparece como tercera lengua en el menu para subrayar la posiblidad del *delivery* que, sin embargo, es un anglicismo que forma parte del vocabulario de la lengua italiana en uso. Ese cambio comunicativo se explica con el tipo de clientela del restaurante: a diferencia de Trastevere, de hecho, en el Pigneto

E3
la clientela cambia totalmente essendo appunto una zona di movida, essendoci molti ai airbnb c'è qualche coppia di stranieri però la maggior parte della clientela del Pigneto è italiana, siamo sull'ordine 90/95 per cento. Messicani vengono, messicani per fortuna vengono sia turisti che messicani che vivono in Italia, che vivono a Roma, al Pigneto c'è qualche messicano un po' hipster.

Imagen 26. *Pico's Taquería Pigneto 2025*



La elección de la zona del Pigneto, como ha afirmado el dueño, ha sido en parte casual, en parte debida a la rentabilidad de un área en fuerte expansión comercial:

E3
La sede di Pigneto è nata perché le mura del ristorante Pigneto sono di un mio amico di famiglia, aveva questo locale che gli andava male sempre sfitto,

quando era affittato gli affittuari non gli pagavano gli affitti e quindi a un certo punto è riuscito a liberare il locale dai vecchi titolari gestori che non lo pagavano, insomma erano morosi e quindi ci siamo inseriti noi e sta andando molto bene.

Pigneto es una zona de movida, por lo tanto "il commercio è più semplice" y, como está caracterizado por una clientela esencialmente autóctona, es decir italiana, presenta incluso pequeñas variaciones en lo que concierne la oferta gastronómica:

E3
I menù fondamentalmente sono gli stessi: quello di Pigneto per ragione di spazi in cucina è ristretto ma anche qui la clientela di Pigneto è differente dalla clientela di Trastevere e quindi praticamente stiamo cercando di cambiare alcuni tipi di piatti di offerta gastronomica però di base il 90 per cento è la stessa.

Imagen 27. *Pico's Taquería Pigneto 2025*

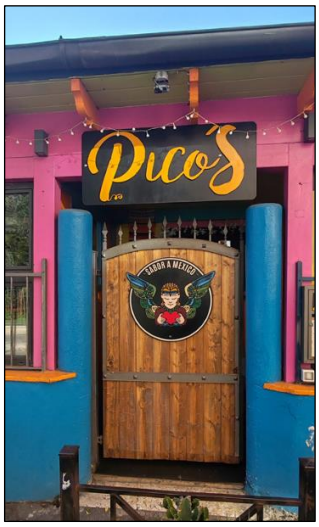


Imagen 28. *Pico's Taquería Pigneto 2025*



Imagen n. 29. *Pico's Taquería Pigneto 2025*



4. CONCLUSIONES

El análisis diacrónico del PL comercial mexicano en Roma entre 2019 y 2025 ha evidenciado un aumento significativo en la visibilidad de esta comunidad durante el periodo observado. Este incremento se debe, por un lado, a la interacción entre procesos sociales y culturales de alcance global -como la migración, la turistificación, la gentrificación y la renovación urbana- y, por otro, a la capacidad adaptativa y dinámica del PL mismo, que refleja transformaciones continuas en las formas de presencia simbólica en el espacio urbano. El PL emerge así como un espacio de negociación identitaria atravesado por tensiones entre autenticidad, visibilidad comercial y estrategias de autorrepresentación, como ejemplifica el caso emblemático de *La Cucaracha*.

Las estrategias comunicativas adoptadas por los distintos establecimientos comerciales varían en función de la localización geográfica (variables diatópicas) y del tipo de destinatario. *La Cucaracha* mantiene una continuidad simbólica en el tiempo, privilegiando el español como marcador de autenticidad cultural. *Maybu*, en cambio, opta por una estrategia de proyección internacional basada en el uso predominante del inglés, orientada a un público mixto compuesto por locales, turistas y visitantes estadounidenses. *Cúcara Mácara*, ubicado en la periferia urbana, despliega una estrategia híbrida que alterna español e italiano, reflejando una comunicación situada y flexible. Los distintos locales de *Pico's Taquería* adaptan su código lingüístico según el contexto: en Trastevere, zona marcadamente turística, predomina el inglés; en Pigneto, área sujeta a procesos de gentrificación, se observa un uso bilingüe (italiano-español) más vinculado a públicos locales y multiculturales.

De forma general, en las zonas de mayor afluencia turística se registra un uso trilingüe que prioriza el inglés como lengua vehicular, mientras que en las áreas periféricas -caracterizadas por una menor presión turística- prevalece un modelo comunicativo bilingüe (italiano-español), más acorde con los destinatarios habituales: población autóctona y comunidades migrantes hispanoamericanas, especialmente mexicanas.

Esta investigación subraya, por tanto, el valor analítico de un enfoque integrado que combine el estudio del PL con la observación etnográfica, el análisis temporal y la evaluación del impacto de procesos globales. A través de este enfoque es posible observar cómo los signos comunicativos en el espacio público no solo reflejan identidades en construcción, sino que también se adaptan activamente a los desafíos de transformación urbana en contextos cada vez más fluidos, multiculturales y multilingües.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ariolfo R., Carpani D., Sanfelici L. (2011), "La lengua como signo identificador: los desafíos educativos en el contexto multicultural genovés", in *Lengua y Migración*, 2, 1, pp. 53-72.

Bagna C., Bellinzona M. (2020), "Linguistic landscape, multilinguismo urbano e gentrification", in Venturi S., Paone S., Carpi E., *Scenari urbani in trasformazione. Dialoghi interdisciplinari sul quartiere della stazione di Pisa*, ETS, Pisa, pp. 57-80.

Barni M., Bagna C. (2006), "Per una mappatura dei repertori linguistici urbani: nuovi strumenti e metodologie", in De Blasi N., Marcato C. (a cura di), *La città e le sue lingue. Repertori linguistici urbani,* Liguori, Napoli, pp.1-43.

Barrero M., Jover J. (2021), "Paisaje de la turistificación: una aproximación metodológica a través del caso de Sevilla", in *Cuadernos Geograficos*, Universidad de Los Andes, Merida, pp. 13-34.
Ben Rafael, Shohamy A., Amara M. H., Trumper-Hecht N., (2006), "Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel", in *The International Journal of Multilingualism*, 3, pp. 7-30.
Blanco-Romero A., Blázquez-Salom M. (2023), *Spanish tourism geographies. Geographies of tourism and global change*, Springer, Cham.
Blommaert J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*, Blue Ridge Summit: Multilingual Matters, Bristol.
Blommaert J., Maly I. (2014), "Ethnographic linguistic landscape analysis and social change: a case study", in *Tilburg Papers in culture studies*, 100: https://repository.tilburguniversity.edu/server/api/core/bitstreams/fdbc1972-645b-451a-9e32-bbf4b524d490/content.
Blommaert J. (2015), "Chronotopic identities", in *Tilburg papers in culture studies*, 144: https://repository.tilburguniversity.edu/server/api/core/bitstreams/fc977cf4-d3f4-4066-b9d7-f896d22b281c/content.
Calvi M. V. (2012), "Forme partecipative nel discorso turistico in lingua spagnola", in Agorni M. (a cura di), *Comunicare la città*, FrancoAngeli, Milano.
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*, Milano: LED, pp. 215-237.
Calvi M. V. (2018), "Paisajes lingüísticos hispánicos: panorama de estudios y nuevas perspectivas", in *LynX. Panorámica de Estudios Lingüísticos*, 17, pp. 5-58.
Calvi M. V., Ferrari S., Pontrandolfo G. (2021), "Lo italiano en el paisaje lingüístico de Buenos Aires", in *Lengua, cultura, inmigración. Confluenze*, *Rivista Di Studi Iberoamericani*, 13, 2, pp. 428-474.
Calvi M. V., Suau Jiménez F. (2023), "La negociación de la autenticidad en el lenguaje dialógico del turismo digital", in *Spanish Context*, 20, pp. 130-153.
Calvi M. V. (2024), "Paesaggio linguistico, variazione e trasformazioni sociali. Introduzione", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1., pp. 641-646: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23868.
Cambi L. (2024), "Il banco delle lingue: il paesaggio linguistico del mercato di S. Lorenzo (FI) come specchio di una città-museo", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 757-778: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23874.
Ciaramelli F. (2021), "La gentrificazione tra l'esclusione sociale e diritto all'inclusione", in Ferrari G. F (a cura di) *Le smart cities al tempo della resilienza*, Milano: Mimesis, pp. 223-233.
Del Romero Renau L. (2018), "Touristification, sharing economies and the newgeography of urban conflicts", in *Urban Science*, 2, 4, 104: https://www.mdpi.com/2413-8851/2/4/104.
Dodds R., Butler R. (2019), "The phenomena of overtourism: a review", in *International Journal of Tourism Cities*, 5, 4, pp. 519-528.
Dodds R., Butler, R. (2019a), *Overtourism: Issues, realities and solutions*, Degruyter, Berlin-Boston.
Duhamel P., Boualem K. (2011), *Tourisme et mondialisation*, Editions Espaces tourisme & loisirs, Angers.
Freytag T., Bauder M. (2018), "Bottom-up touristification and urban transformations in Paris", in *Tourism Geographies*, 20, 3, pp. 443-460.
Giantomasso C. (2022), "Nel segno della gentrification: un possibile quadro interpretativo per l'analisi di quartieri «in transizione»", in Trillo Santamaría J. M., Lopez L., Lois

González R. C. (a cura di), *Geografía social, Permanencias, cambios y perspectivas futuras*, Instituto Universitario de Estudos e Desenvolvemento de Galicia, Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, pp. 69-76.
Glass R. (1964), *London: Aspects of Change*, MacGibbon & Kee, London.
Gotham K. F. (2005), "Tourism gentrification. The case of New Orleans' Vieux Carre", in *Urban Studies*, 42, 7, pp. 1099-1121.
Cenoz J., Gorter, D. (2024), *A panorama of linguistic landscape studies*, Multilingual Matters, Bristol.
Gravari-Barbas M., Jacquot S. (2019), "Mechanisms, actors and impacts of the touristification of a tourism periphery: the Saint-Ouen flea market", in *Paris. Int JTour Cities*, 5, 3, pp. 370-391.
Jouault S. (2018), "Fences, gates and enclosures in the continental Caribbean: a reflection on tourism, local societies and socio-spatial segregation", in *Norois*, 247, pp. 77-94.
Jover J., Cocola-Gant A., Gago A. (2020), "Tourism, gentrification and neighbourhood change: an analytical framework. reflections from southern european cities", in Oskam J. A. (ed), *The Overtourism Debate*, *NIMBY, Nuisance, Commodification*, Emerald, Bingley (UK), pp. 121-135.
Jover J., Díaz-Parra I. (2020), "Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability", in *Tourism Geographies*, 24, 1, pp 9-32.
Jover J., Rongvaux N. L. (2024), "«Something went wrong»: Introduction to the special issue on gentrification and touristification in Latin America and the Iberian Peninsula", in *Journal of Urban Affairs*, 46, 6, pp. 1103-1109.
Landry R., Borhis R. (1997), "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. An empirical study", in *Journal of language and social psychology*, 16, 1, pp. 23-49.
Lees L., Phillips, M. (2019), *Handbook of gentrification studies*, Edwarg Elgar Publishing, Cheltenham (UK).
Mariottini L. (2018), "Paisaje lingüístico y migración latinoamericana en Roma", in *Anuario Lingüístico*, Istituto de Literatura y Lingüística, La Habana, 46, pp. 219-247.
Mariottini L. (2019), "Políticas lingüísticas y migración latinoamericana en Roma. Mono y plurilingüismo en los signos comunicativos del espacio público", in *Lenguajes de la Política*, Università degli studi di Napoli "L'Orientale", pp. 85-113.
Mariottini L., (2019a), "Narrative urbane. Dai segni linguistici alle pratiche sociali di integrazione", in *L'accoglienza delle persone migranti – Modelli di incontro e di socializzazione*, Eds One Group, L'Aquila, pp. 627-634.
Mariottini L. (2023), "Paisaje lingüístico y encuadres: el español en Roma", in *Orillas Rivista d'Ispanistica*, 12, pp. 703-725.
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", en *Cuadernos Aispi*, pp. 257-280.
Milano C., Cheer M. J., Novelli M. (2019), "Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns", in *Tourism Planning* & *Development,* 16, 4, pp. 353-357.
Milano C., Cheer J., Novelli M. (2019a), *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*, CABI, Wallingford (UK).
Mínguez C., Piñeira M. J., Fernández-Tabales A. (2019), "Social vulnerability and touristification of historic centers", in *Sustainability*, 11, 16, 4478: https://www.mdpi.com/2071-1050/11/16/4478.
Nadel E., Fishman J. (1977), "English in Israel: a sociolinguistic study", in Fishman J. A., Cooper R. L., Conrad A. W., *The spread of English. The sociology of English as an additional language*, Newburry House Publ., New York, pp. 137-167.

Ojeda A. B., Kieffer M. (2020), "Touristification. Empty concept or element of analysis in tourism geography?", in *Geoforum*, 115, pp. 143-145.
Oricchio A. (2024a), "Paisaje lingüístico de la migración hispanoamericana en Roma: signos y percepciones", in Mariottini L., Palmerini M. (a cura di), *Avances en los estudios de lingüística hispánica: perspectivas teóricas y aplicadas entre lengua y sociedad*, Dickinson, pp. 414-451.
Oricchio A. (2024b), "Identità, visibilità e territorio. Pratiche di riterritorializzazione della comunità migrante ispanoamericana a Roma", in *Migrantes*, *XXXIII Rapporto Immigrazione 2024*, pp. 62-72.
Oricchio A. (2025, in stampa), "Lengua, fútbol y migración hispanoamericana: (re)construcciones identitarias a través de la AS Roma", en *Lengua y Migración*, 2, 18.
Pérez F. T. (2024), "Gentrificación en Russafa (Valencia). De barrio de inmigrantes a cosmopolitismo cool", in Dirección General de Bellas Artes y de Conservación y Restauración de Bienes Culturales, *Anales del Museo Nacional de Antropología*, 23, pp. 37-50.
Pérez F. T., Gómez-Crespo P. (2025), "Relaciones vecinales, gentrificación y turistificación en barrios multiculturales centrales: reflexiones a partir de Russafa (Valencia) y Lavapiés (Madrid)", in *Migraciones*, Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones, Madrid, 62, pp. 1-21: https://doi.org/10.14422/mig.2024.024.
Pompeo F. (2011), *Pigneto Banglatown: migrazioni e conflitti di cittadinanza in una periferia di Roma*, Meti, Roma.
Scollon R., Scollon S.W. (2003), *Discourse in place*, Routledge, New York-London.
Sharma B. K. (2021), "The scarf, language, and other semiotic assemblages in the formation of a new Chinatown", in *Applied Linguistics Review*, 12, 1, pp. 65-91.
Smith N. (1979), "Toward a theory of gentrifcation: A back to the city movement by capital, not people", in *Journal of the American Planning Association*, 45, 4, pp. 538-548.
Smith N. (2002), "New globalism, new urbanism: Gentrification as global urban strategy", in *Antipode*, 34, pp. 427-450.
Tulp S. M. (1978), "Reklame en tweetaligheid Een onderzoek naar de geografische verspreiding van franstalige en nederlandstalige affiches in Brussel", in *Taal en sociale integratie*, 1, pp. 261-288.
Vertovec S. (2007), "Super-diversity and its implications", in *Ethnic and Racial Studies*, 30, 6, pp. 1024-1054.
UNWTO World Tourism Organization (2018), *Overtourism: understanding and managing urban tourism growth beyond perception*, Madrid: https://doi.org/10.18111/9789284420070.

LINGUE DI TERRA. GEOGRAFIE E LINGUISTIC LANDSCAPE NEL TERRITORIO DELL'AGRO PONTINO

Martina Petrò[1]

La presente ricerca indaga il rapporto esistente tra lingua e territorio nell'Agro Pontino, storicamente connotato da intense dinamiche migratorie e trasformazioni ambientali, al fine di rintracciare i paesaggi linguistici che lo caratterizzano.

Attraverso un approccio geosemiotico e un'indagine qualitativa condotta tra Latina, Pontinia e Sabaudia, si propone una lettura del *Linguistic Landscape* (LL) come riflesso delle stratificazioni culturali e linguistiche che coesistono nello spazio urbano e rurale. Si esplorano le scritture esposte – commerciali, istituzionali e spontanee – con l'obiettivo di restituire il ruolo delle minoranze linguistiche nella costruzione di nuove forme di rappresentazione e appartenenza.

1. IL CONTESTO AGRO PONTINO: TERRA, GEOMETRIE, ANTICHE E NUOVE MIGRAZIONI

Figura 1. *L'Agro Pontino (provincia di Latina), mappa*



Fonte: Società Geografica Italiana: https://societageografica.net/wp/2020/04/04/alla-scoperta-della-pianura-pontina/.

[1] Università per Stranieri di Siena.

Prima di addentrarsi nel vivo della ricerca, risulta essenziale una breve contestualizzazione del luogo di indagine e delle sue dinamiche socioculturali.

Il rapporto tra uomo e natura nella Pianura Pontina risulta particolarmente complesso e articolato. Sin dalle sue prime attestazioni, il territorio dell'Agro Pontino viene visto come un luogo ostile alla presenza umana, e allo stesso tempo particolarmente ricco di biodiversità: da un lato l'uomo si trova a dover dominare la natura, dall'altro ne resta incantato, instaura con essa un rapporto di dipendenza benefica; la terra coltivata dona frutti preziosi che garantiscono la sussistenza; la vegetazione, gli scorci, i paesaggi, mostrano agli occhi di chi guarda uno spettacolo di assoluta bellezza che spesso ancora oggi appare incontaminata, con le sue distese di terra coltivata e le sue fila di alberi disposti a guardia del territorio.

Dai Volsci agli antichi Romani, i tentativi di bonifica del territorio dell'Agro si susseguirono, fino ad arrivare a quello più consistente, perpetrato dal Regime fascista. L'assetto territoriale pontino, che ancora oggi si rileva, è stato profondamente modificato dagli interventi del Regime. In particolare, le operazioni più cospicue hanno riguardato l'appoderamento, la costruzione delle strade, ma soprattutto la fondazione delle nuove città fasciste. Ciò avvenne all'insegna di una propaganda serrata e omertosa, che nascondeva ai più le atrocità vissute dai coloni, colpiti dalla malaria e dalla fatica di far nascere tutto dal niente.

> Miracolo? "Non esistono miracoli" disse il Duce ai rurali dell'Agro pontino all'inaugurazione di Littoria: "qui esiste il vostro lavoro, la vostra tenacia, la superba capacità dei vostri ingegneri e tecnici, la mia volontà, e il risparmio del popolo italiano" (Opera Nazionale per i Combattenti, 1940: 48).

Tale intervento ha generato una modifica strutturale del paesaggio e la costituzione di nuove geometrie, spazi destinati all'uomo e allo stesso tempo sottratti a una natura selvaggia e indomita. La scelta operata dal Regime fascista di fondare nuove città nell'Agro Pontino ci permette di analizzare la contraddizione insita a tale scelta, che si pone contro le politiche anti-urbanesimo promosse dal Regime stesso. È noto, infatti, che l'urbanesimo fosse visto come un male per la società moderna, che avrebbe portato a "dannose conseguenze"; impossibile era infatti un controllo capillare da parte delle forze governative nelle grandi città, che sfuggivano spesso alle strette maglie della repressione. Per questo, le città pontine vengono definite come "borghi al servizio della vita rurale" (Dau, 2012), realtà urbane, sì, ma con vocazione agricola. E così si proponevano di rimanere.

> Pontinia non avrà bellurie, non avrà fregi, statue, colonne; non avrà sale da gioco e ritrovi notturni. Non avrà vetrine scintillanti, con cappellini per signore più o meno improvvisate, profumi e rossetti esotici. Pontinia […] è tutta terra, è tutta odor di fieni, tepore di stalle, verdeggiar di medicai, biondeggiar di spighe (A.A. V.V., *La Tribuna*, 20/12/1934).

Per far ciò, vengono attirate in campagna le "classi medie cittadine", a creare "villaggi semirurali". Le nuove città di fondazione diventano esempi concreti dei cosiddetti "controluoghi", spazi che non si caratterizzano per la formazione di "pieghe", addensamenti spontanei di popoli, ma come distacco forzato dal contesto. Il loro schema è rintracciabile nell'esistenza di tre presenze: i casali o poderi che tappezzano il territorio, i borghi caratterizzati dall'addensamento dei servizi essenziali e le città-giardino, Littoria, Sabaudia, Pontinia, Aprilia e Pomezia (Formato, 2014).

Negli anni della bonifica integrale molti furono i coloni provenienti da altre zone d'Italia, che si innestarono sul tessuto antropologico preesistente. Contrariamente a

quanto spesso si tende a pensare, c'erano infatti già delle popolazioni che risiedevano stabilmente nell'Agro Pontino prima che arrivassero i coloni. Agli occhi di un osservatore attento, ecco come doveva apparire il quadro pre-bonifica:

> Tutte queste selve inospiti e pericolose, si direbbero disabitate e lo sembrano: sono popolate invece da migliaia di persone. La vita intensa della terra latina è qui. La vita dei pastori, la vita dei butteri e dei bufalari, la vita dei guitti (Cervesato, 1910: 326).

Piccoli insediamenti fatti di villaggi, lestre e capanne sorgevano tra la boscaglia, abitati da popolazioni umili che vivevano alacremente.

Durante gli anni della bonifica integrale, il territorio pontino iniziò a connotarsi sempre più come luogo di lavoro, che ha visto susseguirsi moltissimi uomini spinti dal desiderio di trovare il proprio riscatto economico e sociale. Arrivarono nell'Agro Pontino persino alcune piccole comunità dall'estero. Le famiglie coloniche avevano una provenienza varia, ma era la provincia di Ferrara ad essere più largamente rappresentata. A livello "regionale" però, era il Veneto a primeggiare. Le famiglie provenienti dalla provincia della neonata Littoria costituivano invece a malapena il 10% della popolazione complessiva (Mangullo, 2009).

Per quanto riguarda le popolazioni estere, in particolare, furono coinvolti gli italiani stanziati a Mahovliani, che si diressero verso l'Agro Pontino, terra che necessitava di braccia e popolamento (Cristaldi, 2021). Precisamente, gli italiani di Bosnia si stanziarono nell'area compresa tra Pomezia, Ardea e Aprilia, nella quale arrivarono e conversero anche famiglie di origine italiana provenienti da Francia (comprese l'area della Corsica e della Tunisia) e Romania (Gaspari, 2001).

Questo mescolamento di provenienze si riscontra anche dal punto di vista linguistico, come afferma Antonio Pennacchi che, riferendosi agli innesti di coloni provenienti da aree geograficamente distanti afferma: «colpa dei vallecorsari – quelli di Vallecorsa e Ciociarie varie – che a furia di mischiarsi coi ferraresi gli hanno incrociato, col tempo, anche la lingua» (Pennacchi, 2011)[2].

Tutti si muovevano in quelle che lo stesso Pennacchi definisce «strade larghe e piene di sole», le «prospettive geometriche« e le architetture «a due dimensioni» che costruiscono l'impianto delle città pontine (Pennacchi, 2011). Città che per loro conformazione e progettazione sono distanti l'una dall'altra, e circondate dalla campagna.

Questa impostazione ha comportato e comporta tuttora vere e proprie dinamiche di segregazione spaziale, che si riflettono inevitabilmente sulle dinamiche linguistiche: la realtà rurale circonda gli abitati, i mezzi di trasporto appaiono ancora insufficienti a collegare i centri più piccoli con le città e i servizi, e i lavoratori agricoli, spesso operai di nazionalità straniera, si trovano a vivere in condizioni di profondo disagio, trovandosi a dover raggiungere i luoghi di lavoro in sella a una bicicletta. Inoltre, città così giovani non hanno ancora sviluppato una vera e propria identità, risultando a volte dei veri e propri dormitori, in cui i lavoratori si recano a fine giornata per riposare dalla stanchezza del lavoro in campagna. Questa tranquillità apparente nasconde dinamiche silenziose di sfruttamento e cattiva gestione dello spazio, che risulta dispersivo e a tratti invivibile per chi voglia coltivare altri interessi oltre al lavoro. Inoltre, la presenza strutturale di cittadini stranieri ha comportato nel tempo l'occupazione di alcune zone del territorio, diventate quasi dei ghetti per le comunità extracomunitarie: si pensi alla realtà di Bella Farnia, nel comune di Sabaudia (LT), zona quasi esclusivamente abitata da cittadini indiani. La segregazione spaziale riguarda da vicino anche la popolazione italiana, che se sprovvista

[2] Articolo completo disponibile al sito https://pontiniaecologia.blogspot.com/2012/02/pontinia-pennacchi-national-geographic.html.

di mezzi propri si trova confinata all'interno di realtà extraurbane e agricole, non potendo aspirare a un margine di crescita sociale e intellettuale. «È un luogo in cui il treno delle opportunità non passa, come se non figurasse sulle mappe, come se fosse una parentesi con un intercalare silenzioso al suo interno, che non interessa ai più» (Lovecchio, 2022)[3].

Ripercorrendo le tracce delle migrazioni recenti in Agro, si noti che già negli anni Ottanta iniziarono ad affacciarsi nel territorio pontino lavoratori stranieri provenienti dall'India settentrionale, in particolare dal Punjab, prevalentemente di religione Sikh, impiegati nel settore agricolo e in quello dell'allevamento; le città che vedono la maggior presenza di cittadini indiani sono Latina, Sabaudia, San Felice Circeo, Pontinia, Terracina e Fondi, luoghi nei quali il terreno pianeggiante e la presenza di numerose aziende agricole e florovivaistiche incoraggiano la stanzialità di questa comunità. Essa, nata da un originario nucleo di pochi individui, prevalentemente di sesso maschile, conta ad oggi circa 30.000 persone (Omizzolo, 2016). Come specificato nel "Rapporto annuale sulla presenza dei migranti", pubblicato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali nel 2021, ad oggi nell'Agro Pontino si trova infatti la seconda più grande comunità indiana d'Italia. La concentrazione di migranti indiani nella medesima zona deriva sia dalla volontà da parte degli stessi di raggiungere membri della propria comunità già presenti sul territorio, sia dalle esigenze lavorative del territorio stesso.

> I lavoratori immigrati sono […] utilizzati soprattutto nelle operazioni di raccolta e garantiscono, in genere, lo svolgimento di tutte quelle attività tipiche dell'agricoltura mediterranea che richiedono picchi di manodopera e presentano, in linea di massima, un forte carattere di irregolarità (Bonifazi, 2007: 169).

Considerando che l'Agro Pontino è uno dei più grandi bacini italiani per il settore delle coltivazioni, appare dunque chiaro come esso si ponga in prima linea anche per l'occupazione di agricoltori stranieri, così come per le dinamiche di sfruttamento ben note. Certamente i lavoratori indiani non sono l'unica comunità straniera presente nel territorio dell'Agro Pontino: come riportato dall'Istat, infatti, le popolazioni più presenti sono provenienti da Romania, India, Albania, Bangladesh, Marocco, Ucraina[4].

Alla luce di queste osservazioni, dunque, si evince come l'Agro Pontino sia caratterizzato da stratificazioni cospicue di genti e culture, e pertanto costituisca un laboratorio ideale per lo studio dei Linguistic Landscapes. Il paesaggio appare come un mosaico di segni e simboli, che la storia ha sapientemente intrecciato, contribuendo a delineare una geografia semiotica in costante mutamento.

2. LEGGERE IL PAESAGGIO. INQUADRAMENTO TEORICO

Il paesaggio linguistico si propone come uno strumento analitico privilegiato per comprendere le relazioni tra lingua, spazio e società. Le parole diventano parte integrante del territorio, elementi che tracciano significati e segnalano appartenenze. In questa prospettiva, leggere il paesaggio equivale a decodificarne le tracce linguistiche, osservando come queste contribuiscano alla costruzione simbolica dello spazio urbano ed extraurbano.

[3] Articolo completo disponibile al sito https://www.meltingpot.org/2022/08/bella-farnia-e-le-comunita-invisibili/.

[4] Da http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=19675, Istat, Stranieri residenti al 1° gennaio – Cittadinanza, dati estratti il 15 settembre 2023

L'approccio geosemiotico considera il paesaggio come un testo stratificato, un dispositivo semiotico composto da segni materiali e immateriali che veicolano informazioni culturali (Turri, 2014). La distinzione classica tra "paesaggio naturale" e "paesaggio culturale", ereditata dalla geografia tedesca del XIX secolo, è stata superata in favore di una visione integrata, dove lo spazio è il risultato di un'interazione continua tra elementi fisici, pratiche sociali e rappresentazioni simboliche, «tessitura di luoghi che costituiscono simboli in rapporto alla cultura della comunità e sono connotati da valori» (Vallega, 2004: 355).

Sulla scia delle riflessioni di Arjun Appadurai (1996), il paesaggio urbano può essere interpretato come *ethnoscapes*, composti da *soundscapes* (paesaggi sonori), *smellscapes* (paesaggi olfattivi) e appunto *landscapes* (paesaggi visibili).

«Il punto di vista migliore per osservare il LL è sicuramente costituito dalle località minori, che si presentano come ambito privilegiato […] per indagare segni stabili o instabili legati al radicamento delle popolazioni altre» (Gavinelli, Santini, 2014: 103). Esse lasciano segni visibili che difficilmente si possono cogliere nell'ambiente dispersivo delle metropoli, in cui tutto sembra confuso e l'attenzione facilmente si distoglie dall'osservazione dei dettagli. Non a caso, per la presente ricerca sono stati scelti i nuclei urbani e rurali dell'Agro Pontino, una località piccola, ma particolarmente ricca di convivenze sociali e culturali di rilievo.

Nelle sue ricerche sul multilinguismo e sulle sue manifestazioni urbane, Backhaus (2006) sottolinea come sia interessante studiare il LL per comprendere i rapporti di potere, sudditanza, guerra e pace. Backhaus si concentra sulla distinzione tra segni ufficiali e non ufficiali. I due tipi di LL mostrano differenti forme e manifestazioni, sia dal punto di vista linguistico che da quello interpretativo: possono infatti essere segnale di potere e/o di solidarietà tra gli individui. Possono rinforzare delle relazioni esistenti, come avviene per i segnali introdotti nell'ambiente da un'autorità, oppure essere portatori di altri messaggi, più vicini allo sguardo dei cittadini comuni, volti alla comunicazione tra pari e a quella tra cittadini autoctoni e migranti (Backhaus, 2006). Citando Calvet, i segni linguistici lasciati dalle autorità, come i nomi delle strade, o i segnali stradali, si differenziano da quelli scritti dai cittadini comuni, come ad esempio i graffiti o le insegne dei negozi. Ciò perché ad attori diversi corrispondono modi differenti di "marcare il territorio" (Calvet, 1990). I segnali introdotti da autorità esterne vengono definite *top-down*, mentre quelli informali prodotti dai cittadini comuni vengono definiti *bottom-up* (Ben-Rafael, Shohamy, Amara, Trumper-Hecht, 2006).

L'analisi del LL può essere raffinata attraverso una ulteriore tipologizzazione dei contesti spaziali in cui i segni appaiono. Kallen (2010) propone cinque "luoghi cornice": *civic frames*, sedi istituzionali, spazi ufficiali; *marketplaces*, mercati e spazi commerciali; *portals,* stazioni, aeroporti, luoghi di transito; *walls*, muri, superfici di protesta o dichiarazione; *detritus zones*, zone marginali, segnate da frammenti testuali.

A questa analisi si accompagna la modalità di interpretazione del LL proposta da Scollon e Scollon (2003), i quali effettuano una distinzione tra testi situati, trasgressivi e decontestualizzati, sulla base del rapporto tra i segni, la loro lettura e la loro collocazione spaziale.

Il paesaggio linguistico si presenta come un palinsesto in cui ogni segno può essere rimosso, modificato, sostituito o reinterpretato.

Le pratiche di *entextualization*, *recontextualization* e *resemiotization* permettono di comprendere come i testi urbani siano il risultato di continui processi di trasformazione, ricontestualizzazione, traduzione e attribuzione di significato (Lou, 2016).

Uno degli aspetti più rilevanti dello studio del LL è il rapporto tra visibilità linguistica e cittadinanza simbolica. La presenza o assenza di una lingua nello spazio urbano è indicativa del grado di legittimità riconosciuto a una comunità. In contesti segnati da forti

fenomeni migratori, come l'Agro Pontino, la visibilità delle lingue minoritarie o straniere diventa termometro della partecipazione civica e del riconoscimento sociale.

Parlare di emarginazione abitativa è parlare di un'altra forma di lettura del paesaggio: l'osservazione delle modalità in cui la popolazione si distribuisce nello spazio è fondamentale per comprendere le loro forme di comunicazione, orale e scritta, che si riflette sui Linguistic Landscapes. La realtà di Bella Farnia, frazione di Sabaudia, si è rivelata da questo punto di vista un campo di osservazione privilegiato, dimostrando fenomeni di mancata rappresentanza sociale e linguistica delle minoranze.

Importante e necessario risulta dunque concentrare l'attenzione sulle dinamiche di presenza/assenza di una lingua rispetto a un'altra. Questo ragionamento sconfina nel complesso rapporto tra lingua e autorità, ma riguarda anche la "vitalità" di una lingua, che spesso non corrisponde alla sua rappresentanza demografica. Per "vitalità" di una lingua intendiamo la sua pervasività e la sua capacità di manifestarsi nei contesti d'uso. A tal proposito, Bagna e Barni (2006) nel loro modello "Esquilino" sottolineano come la compresenza tra diverse lingue non sempre abbia uguale o omogenea rappresentatività nei contesti d'uso. La visibilità e la varietà delle lingue vanno studiate in riferimento a tre dimensioni, non in contrasto ma correlate tra loro dal carattere di georeferenzialità: quella "statica", quella "in interazione", quella "aggregata" (Bagna, Barni, 2006).

Le fotografie raccolte, i contesti annotati e i codici visivi registrati dalla presente ricerca costituiscono una "documentazione viva" utile per analizzare come le comunità costruiscano senso nello spazio e come si esprimano nel tessuto urbano; l'atto del rilevamento del LL può essere dunque considerato una vera e propria "passeggiata linguistica" alla ricerca di tracce e segni in costante mutamento (Bellinzona, 2021).

3. LINGUISTIC LANDSCAPE NELL'AGRO PONTINO. METODOLOGIA DELLA RICERCA

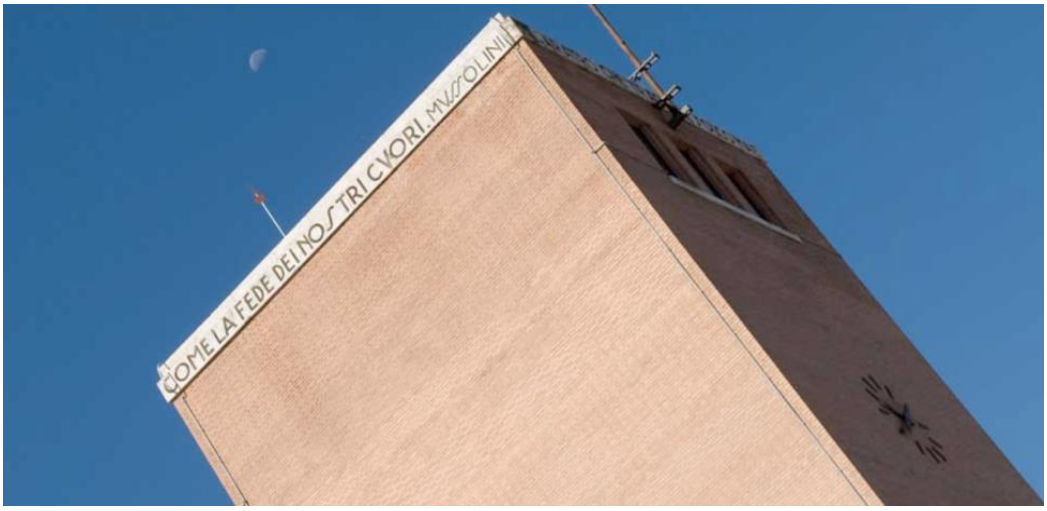
La ricerca si è svolta tra i comuni di Pontinia, Sabaudia e Latina, nel periodo compreso tra settembre e dicembre 2023.

Si è parlato dell'Agro Pontino come luogo di incontro tra diverse comunità, come centro di convergenza tra popoli e culture differenti, in epoca antica e moderna. La città di Pontinia e il territorio circostante conservano tuttora le tracce dei popoli che li hanno attraversati. Al fine di coniugare l'aspetto più prettamente geografico a quello linguistico, si noti come il paesaggio sia attraversato dalla lingua, che appare come elemento imprescindibile dell'ambiente stesso. Sugli edifici istituzionali, sui poderi, sulle case, persino sulle monete, gli uomini del passato lasciarono le loro tracce, e ancora oggi esse possono essere lette e osservate, mostrando alla popolazione il passaggio delle genti[5]. (Ne è un esempio l'edificio comunale di Pontinia, che riporta una citazione di Mussolini, Figura 2).

> Ma la città non dice il suo passato, lo contiene come le linee di una mano, scritto negli spigoli delle vie, nelle griglie delle finestre, nei corrimano delle scale, nelle antenne dei parafulmini, nelle aste delle bandiere, ogni segmento rigato a sua volta da graffi, seghettature, intagli, svirgole (Calvino, 1972: 15).

[5] Approfondimenti e immagini tratte dall'Archivio Storico dell'Agro Pontino sono disponibili su licenza Creative Commons al sito http://www.pontiniaweb.it.

Figura 2. *Visione laterale dell'edificio comunale di Pontinia (LT), con una citazione di Mussolini*



L'idea di documentare e rintracciare il Linguistic Landscape dell'Agro Pontino nasce dalla costatazione di una mancanza. Nonostante tale territorio sia infatti meta privilegiata per numerose comunità provenienti dal resto del mondo, si nota come alla loro visibilità fisica non corrisponda un altrettanto spiccato riscontro dal punto di vista linguistico. La domanda di partenza è stata appunto questa, ossia quanto le comunità straniere fossero effettivamente rappresentate non solo dal punto di vista umano e sociologico, ma soprattutto da quello linguistico. Si è già parlato delle diverse forme di segregazione spaziale che si riscontrano sul territorio pontino, come accade nel comune di Sabaudia (località Bella Farnia) e nelle campagne limitrofe. Le comunità straniere, spesso fisicamente escluse dalle dinamiche cittadine, ne risultano escluse anche dal punto di vista linguistico. Tale ricerca si propone dunque di porre l'attenzione su questa sfaccettatura, al fine di evidenziare quanto la rappresentatività linguistica sia fondamentale per favorire la coesistenza pacifica e la convivenza tra individui provenienti da diversi paesi.

La ricerca è stata condotta integralmente dalla scrivente, che ha seguito personalmente tutte le fasi dello studio con un metodo totalmente immersivo, dalla raccolta dei dati fotografici alla conduzione delle interviste, di impianto semi-strutturato.

Si tratta di uno studio qualitativo, finalizzato a documentare la varietà del LL pontino.

Il corpus comprende 43 fotografie e otto interviste semi-strutturate, realizzate senza l'ausilio di interpreti, poiché tutti gli intervistati si esprimono fluentemente in lingua italiana. Tra i partecipanti vi sono rappresentanti della comunità punjabi di Pontinia, quali Amandeep Kaur, fedele di seconda generazione sikh e laureata in Lingue, Gagandeep Singh, mediatore culturale, ed Ekta Kumar, mediatrice culturale, che ha contribuito attivamente alla ricerca attraverso la tecnica dell'*autophotography*, scattando fotografie sia in Italia sia in Punjab, con l'obiettivo di fornire una testimonianza, seppur senza scopi di esaustività, relativa alla realtà del LL punjabi, limitatamente al tema della traduzione delle indicazioni stradali. Ulteriori interviste hanno coinvolto proprietari di attività commerciali, tra cui K.G., titolare di un negozio di alimentari indiano, e una donna italiana titolare di un negozio di abbigliamento, nonché la Presidente di un'Associazione di Promozione Sociale e una fedele Testimone di Geova. Durante le interviste sono stati annotati i punti salienti, selezionando successivamente solo le testimonianze più rilevanti dal punto di vista scientifico o caratterizzate da dati innovativi. La raccolta fotografica non mirava a costituire un corpus di grande ampiezza, ma a documentare il maggior numero possibile di tipologie di LL, evidenziandone la varietà: dai negozi di alimentari e barbieri indiani, ai cartelli plurilingue, ai tatuaggi all'henné, alle insegne commerciali, ai templi, ai Linguistic

Landscapes virtuali e alla toponomastica. La categorizzazione dei dati è stata realizzata sulla base delle indicazioni fornite da Bagna e Barni (2006), distinguendo il genere testuale (menù, fascicoli o opuscoli, insegne di attività commerciali/pubblicitarie, ecc.); la posizione (se il LL è rintracciabile all'interno di un locale o all'esterno dello stesso); la localizzazione (l'area della città in cui il dato è stato raccolto, distinguendo tra centro, periferia, aree rurali, ecc.); il dominio (come noto nelle scienze linguistiche, il dominio riguarda il contesto in cui le lingue sono inserite e usate, ossia nel pubblico, nel privato, nell'ambiente scolastico, educativo, ecc.); il contesto (pubblica amministrazione, servizi pubblici, ecc.); il luogo (bar, ristorante, ecc.); i parametri linguistici, le parole e il lessico che sono stati utilizzati (Bagna, Barni, 2006). Inoltre, è stata rilevata la natura dei segni e la loro provenienza (*bottom-up* o *top-down*), il loro essere statici o dinamici, virtuali o fisici, e il loro multi o monolinguismo.

Un'ulteriore domanda di ricerca si è concentrata sulle implicazioni legate a visibilità e riconoscimento. Vedere la propria lingua significa infatti leggere la propria identità, e spesso ciò può servire anche a contrastare dinamiche di illegalità connesse alla mancanza di comprensione. All'interno delle istituzioni spesso manca la traduzione dei documenti più importanti, e con essa la presenza di mediatori culturali e interpreti. Anche nell'accesso al lavoro, è fondamentale che ci sia attenzione alla presenza di materiale multilingue ufficialmente approvato e diffuso. La sua assenza, infatti, può spingere i cittadini stranieri a rivolgersi a persone non sempre affidabili, che fungono da intermediari non avendone le competenze né l'autorità. Ciò è riscontrabile in maniera evidente nei sottili e nascosti equilibri del caporalato, fenomeno alimentato da queste dinamiche di intermediazione linguistica illegale (Perrotta, 2014).

Obiettivo finale ma non secondario della presente ricerca è quello di riflettere sulle implicazioni visibili e invisibili che i paesaggi linguistici sollevano, entrando nell'ottica di una città che sia specchio delle esigenze di tutti.

4. RISULTATI DELLA RICERCA

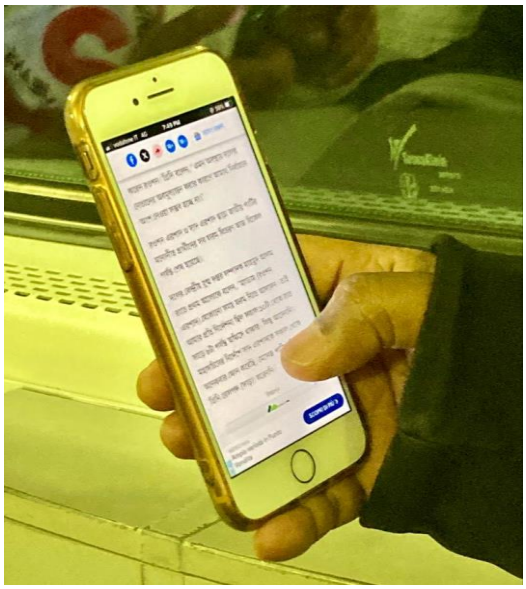
Si riportano in questa sezione i risultati più salienti della presente ricerca, articolati e divisi secondo le seguenti categorizzazioni di base: *virtual linguistic landscapes*, neologismi legati alla convivenza tra diverse etnie, *skinscapes*; attività commerciali, segnaletica stradale punjabi, avvisi alla comunità, toponomastica, comunicazioni da parte di associazioni del territorio ed enti locali; luoghi di culto. Tale ordine espositivo risulta funzionale alla comprensione della vastità del campo di indagine, nonché propedeutico ad una narrazione che restituisca il contesto indagato e l'ordine di successione delle differenti fasi di analisi, sulla base della pervasività dei segni e della loro funzione.

4.1. *Virtual Linguistic Landscape, nuove parole e segni sulla pelle*

All'interno del Linguistic Landscape di origine migratoria, si notano contenuti che spesso fanno riferimento alla dimensione geografico-spaziale (esplicitando il nome di città, nazioni o località specifiche), alla dimensione di luoghi più generici (riferimenti alla casa, al botteghino, al mercato, ecc.) oppure alla dimensione spaziale in senso metaforico, inserendo dei richiami ai luoghi dell'immaginario di riferimento che vengono colti dai connazionali in quanto possessori di un'identità culturale comune (Uberti-Bona, 2021). Oggi, in una società sempre più sospesa tra realtà fisica e realtà virtuale, è necessario poi integrare la concezione di spazio più tradizionale con quella di spazio virtuale, quello in cui navighiamo tramite il web. L'analisi dei paesaggi linguistici è dunque spinta verso

nuove forme di paesaggio, dove avvengono le comunicazioni digitali. Le voci linguistiche che attraversano il cyberspazio si delineano con una crescente e vitale varietà, individuando quelli che sono stati definiti come *virtual linguistic landscape* (Ivkovic, Lotherington, 2009). Di seguito si riporta una foto scattata dalla sottoscritta in treno, alla stazione di Latina. Seduta accanto a un viaggiatore di nazionalità indiana, è stato possibile cogliere questo particolare LL virtuale, effimero, in movimento, eppure rappresentativo della volontà da parte del ragazzo di tenersi informato sulle notizie di attualità del suo paese di origine.

Figura 3. *Virtual Linguistic Landscape in lingua punjabi, Latina*



Nel caso in cui un destinatario, immaginato o imprevisto, non riesca a comprendere un messaggio, per mancanza di mezzi o conoscenza della lingua o delle lingue presenti, il Linguistic Landscape diventa atmosfera, cioè entità immersiva che coinvolge il cittadino anche dal punto di vista emotivo e sensoriale. Allo stesso modo, la pervasività delle lingue altre può diventare addirittura motivo di sofferenza, sia per i migranti che si trovano davanti a barriere linguistiche che portano a dinamiche di esclusione sociale, sia per i locali, che trovandosi di fronte a sempre maggiori paesaggi linguistici etnici sono portati a volte a credere che i loro luoghi siano stati snaturati, e abbiano perso riconoscibilità e identità (Tani, 2018).

Nell'Agro Pontino, si sentono sempre più spesso nuove parole, nate dalla commistione tra i nomi dei paesi di origine dei migranti e le città italiane, nuovi toponimi gergali che possono assumere valore positivo o negativo a seconda di coloro che le utilizzano e dei contesti di riferimento. Nella frazione di Bella Farnia (LT) ad esempio, è possibile ascoltare annunci commerciali al megafono in lingua punjabi, diffusi da altoparlanti di commercianti italiani. E tra la gente, ecco diffondersi le parole "PontIndia" e "Sezze Rumeno", a definire la nuova connotazione interetnica di queste cittadine[6].

Accanto alla materialità dello spazio urbano, anche il corpo può essere incluso nel LL. Tatuaggi, indumenti con scritte, accessori linguistici visibili sono manifestazioni attraverso cui il soggetto iscrive significati su di sé, diventando egli stesso parte del paesaggio. Il corpo diviene superficie semantica, luogo mobile e personale di iscrizione linguistica,

[6] A tal proposito, interessante il contributo di Stocchiero A. (2021).

capace di veicolare identità, appartenenze o rotture simboliche: uno *skinscape*, un segno sulla pelle, tutto da leggere e interpretare (Peck, Stroud, 2015).

Figura 4. *Donna indiana realizza il mendhi, tradizionale tatuaggio non permanente a base di hennè, in occasione di una festa di comunità, Latina*



Si noti quanto la popolazione immigrata nell'Agro Pontino non sia di passaggio o trascurabile, ma stanziale, viva e attiva. L'attribuzione di significati e la volontà di farsi comprendere è base fondativa per tutte le comunità.

4.2. *Le attività commerciali e le testimonianze della comunità punjabi*

Per quanto concerne l'indagine alla scoperta delle attività commerciali presenti sul territorio, l'attenzione si è concentrata sulla città di Pontinia (LT). Qui sorgono diversi negozi etnici a gestione familiare, principalmente specializzati nel settore alimentare e di vendita al dettaglio.

Un contributo particolarmente rilevante è stato fornito da una delle attività commerciali indiane presenti a Pontinia. La figlia del proprietario del negozio, la mediatrice Ekta Kumar, ha contribuito attivamente alla ricerca, individuando i Linguistic Landscapes presenti all'esterno e all'interno dell'attività commerciale di famiglia. Con lei è stato dunque possibile applicare uno dei più efficaci metodi di ricerca sui paesaggi linguistici, quello dell'*autophotography*. Tale approccio coinvolge direttamente il soggetto, che in prima persona è chiamato a scattare le fotografie che verranno poi esaminate dal ricercatore, in collaborazione con il soggetto stesso. Questa metodologia consente di sviluppare parallelamente due aspetti. Innanzitutto, permette di concentrare l'attenzione sul concetto di geografia visuale, percependo il paesaggio come entità da osservare. In secondo luogo, tale approccio permette di creare una sorta di "distacco" tra l'osservatore e il paesaggio osservato, grazie allo strumento della fotografia, fornendo al soggetto la capacità di esaminare "da lontano" i luoghi che percorre e vive ogni giorno, al fine di coglierne gli aspetti che abitualmente non avrebbe notato (Castiglioni, 2010). Come affermano Faccioli e Losacco:

> Il soggetto a cui si chiede di raccontare visualmente la sua vita o di rappresentare dei concetti non potrà farlo se non a partire da sé. Lavorare con le immagini prodotte dai soggetti significa perciò trovarsi in mano delle definizioni della situazione […] (Faccioli, Losacco, 2003: 50).

Figura 5. *Farina per chapati e zucchero di canna, esposti all'interno del negozio di di K.G., Pontinia (LT)*



Entrando all'interno del negozio, ecco apparire i prodotti più richiesti: la tipica farina per *chapati*, il pane indiano, e lo zucchero di canna, molto usato anche in ricette e preparazioni nostrane. Chiedendo al negoziante per quale ragione ritiene importante esporre nella sua attività commerciale dei prodotti che presentino spiegazioni in più lingue, il signor K.G. ha detto che l'obiettivo è quello di permettere anche agli utenti italiani e di altre nazionalità di accedere al servizio, incuriosendo la popolazione locale e stimolandola a provare i suoi prodotti. Accanto al negozio di K.G. è possibile notare un'altra attività commerciale aperta più di recente, condotta da un parrucchiere e barbiere indiano.

Figura 6. *Barbiere indiano, Pontinia (LT)*



La presenza di un barbiere indiano testimonia la volontà di affidarsi in terra straniera alla competenza dei propri connazionali. D'altro canto, non possiamo dimenticare l'attenzione che la comunità indiana di religione Sikh riserva alla barba e ai capelli, elementi strettamente connessi alla loro fede. Per la religione Sikh i capelli (*kesh*) rappresentano uno dei cinque simboli connotativi che contraddistinguono i fedeli, assieme al braccialetto di ferro (*karha*), il pettine (*kanga*), una particolare veste intima (*kashera*) e al pugnale (*kirpan*). I capelli costituiscono il simbolo più importante, perché visti come un dono di Dio. Per curare gli stessi, i fedeli più devoti utilizzano infatti la protezione del turbante. Secondo i dettami del credo Sikh, il seguace dovrebbe evitare il taglio di barba e capelli, per rispettare il dono fatto dalla divinità (Comunità Sikh di Cremona, 2014). Chiaramente però i ritmi lavorativi e di vita, nonché il bisogno di essere accettati all'interno della comunità occidentale, influiscono su questa credenza, portando molti esponenti della religione Sikh a tagliarli ugualmente. La figura del barbiere indiano, dunque, riveste un ruolo centrale, rappresentando il simbolo della cura e del legame con le proprie radici culturali e identitarie.

In corrispondenza della zona retrostante all'edificio comunale è possibile notare un'altra attività commerciale a gestione indiana, la cui proprietaria si è dimostrata particolarmente disponibile a far scattare dalla sottoscritta alcune foto della vetrina.

Figura 7. *Insegna negozio di abbigliamento indiano, Pontinia (LT)*

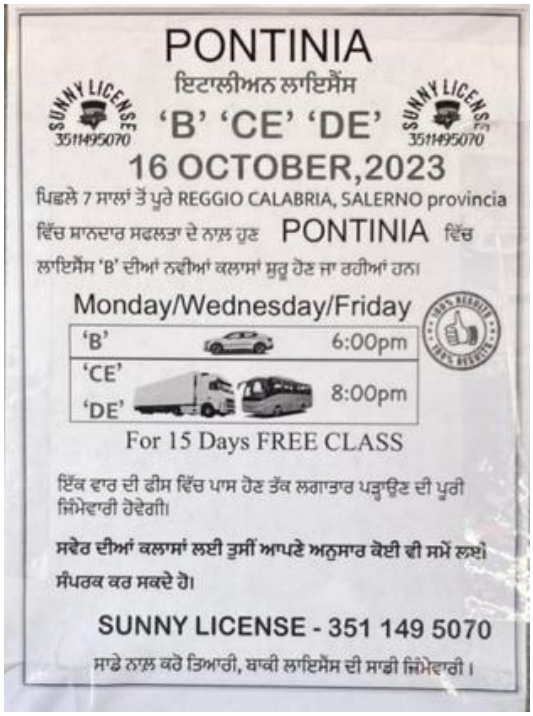


Si noti innanzitutto come la proprietaria abbia scelto il nome del proprio credo religioso, in questo caso il Sikhismo, come denominazione dell'attività stessa. Questo forte bisogno di riconoscimento identitario si appoggia alla volontà esplicitata nel sottotitolo in vetrina "tutti i tipi di vestiti". All'interno del negozio è infatti possibile acquistare sia abiti indiani, come i tipici e coloratissimi *sari*, sia abiti di gusto occidentale, scarpe, tute sportive e abbigliamento da lavoro. Per un cittadino straniero, avere la possibilità di acquistare nel paese di arrivo capi di abbigliamento tipici del proprio, consolida l'identità, garantisce la tutela della stessa e permette di esprimere il proprio valore culturale. Anche la scelta di indossare, al contrario, abiti occidentali, può significare moltissimo: una volontà non di cancellare, ma piuttosto di accrescere e ridefinire la propria identità a partire dall'oggetto-moda.

Paradossalmente, la maggior parte delle attività commerciali etniche sorge sulla via di Pontinia denominata "Viale Italia". Tra queste, assieme al negozio di K.G. e al barbiere indiano, sorgono una piccola attività di ristorazione e un altro barbiere. Accanto, spicca poi un negozio cinese.

Appare di particolare interesse un cartello affisso alla vetrina del ristorante etnico, di cui si riporta l'immagine.

Figura 8. *Insegna lezioni preparatorie al quiz patente per cittadini indiani, Pontinia (LT)*



Grazie al contributo della mediatrice Amandeep Kaur, è stato possibile decifrare il messaggio riportato sul cartello, che invita i cittadini indiani a prendere lezioni di scuola guida (teoria) presso un esponente della comunità punjabi che tiene dei corsi per i propri connazionali. La mediatrice riferisce infatti che una delle maggiori difficoltà che i cittadini indiani incontrano nel momento dell'arrivo in Italia è legato all'ottenimento della patente di guida, e alla fruizione di segnali stradali che nel nostro paese non sono tradotti.

In India invece, in particolare in Punjab, essi riportano le lingue hindi e inglese, come ci testimonia il contributo prezioso della mediatrice Ekta Kumar che ha inviato per questa ricerca alcune foto scattate da lei per le strade della sua città di origine in un recente viaggio in Punjab (novembre e dicembre 2023).

Figura 9. *Segnaletica stradale in Punjab, India*



Come racconta la mediatrice, la presenza della lingua inglese, oltre ad essere chiara testimonianza di quanto la cultura anglosassone abbia influito sull'identità nazionale indiana, è anche un segnale importante di quanto essa sia ormai pervasiva e necessaria per far comprendere i messaggi importanti a turisti e migranti. Inoltre, la mediatrice racconta che per le famiglie indiane è particolarmente importante che i figli imparino e utilizzino fluentemente la lingua inglese, che funge, assieme all'hindi, da lingua veicolare per la maggior parte delle comunicazioni ufficiali. La maggiore differenza che possiamo notare è sicuramente l'attenzione alla comprensibilità dei messaggi utili a fruire delle città, cosa che spesso non è presente nelle cittadine italiane.
Tornando al paesaggio urbano dell'Agro Pontino, si riporta traccia di una delle più articolate forme di paesaggio etnico rintracciate nel corso della ricerca, il ristorante e alimentari "Satnam".

Figura 10. *Esterni e vetrina Satnam alimentari, Pontinia (LT)*



Figura 11. *Menù Satnam alimentari, Pontinia (LT)*





Innanzitutto, si noti la commistione tra tre lingue differenti: punjabi, italiano e inglese, sapientemente combinate al fine di interessare pubblici e utenti diversi. In secondo luogo, è indicativo come in vetrina compaia un'illustrazione che identifica in modo molto forte e caratterizzante la nazionalità e il credo religioso del proprietario, raffigurando appunto un uomo indiano Sikh che dà il benvenuto ai visitatori.

Un tratto che accomuna tutte le attività commerciali etniche analizzate è sicuramente la presenza del nome proprio del gestore del negozio all'interno dell'insegna. Si verifica quanto affermato da Calvi, ossia che «*proper names or nicknames are often used in restaurants, referring to the owner or to a representative figure, evoking some cultural element*», i nomi propri sono spesso utilizzati nei ristoranti, in riferimento al proprietario, o a una figura rappresentativa, evocando significati culturali (Calvi, 2021: 385). Chiara appare anche la volontà di scegliere per l'insegna dei negozi un messaggio che sia frutto di una vera e propria negoziazione tra culture e tra significati.

Altro tratto comune è la volontà di avvicinarsi alla popolazione italiana, manifestato chiaramente dal plurilinguismo, che al contrario sembra non apparire in senso inverso.

Le attività commerciali italiane, infatti, raramente presentano cartelli o iscrizioni in altre lingue, e ciò stupisce soprattutto nella città di Sabaudia, fortemente caratterizzata da flussi turistici consistenti nei mesi estivi, che coinvolgono migliaia di avventori attirati dalle bellezze del litorale e dalle competizioni sportive che si svolgono regolarmente sui laghi costieri.

Un unico esempio spicca nella cittadina di Pontinia, ed è rappresentato all'interno di un negozio di abbigliamento di un noto franchising italiano. Si è chiesto alla proprietaria per quale ragione abbiano deciso di tradurre un avviso in più lingue e di affiggerlo accanto alla cassa. Lei ha risposto che è consapevole dell'unicità della sua scelta, ma che allo stesso modo pur sentendosi spesso "osservata" come caso più unico che raro ha deciso di mantenere questo plurilinguismo all'interno della sua attività, sia per testimoniare apertura verso la popolazione straniera sia per ragioni prettamente pratiche, in quanto questo accorgimento agevola la gestione della clientela e ne facilita la comprensione. Notevole l'accortezza di tradurre il cartello sia in lingua punjabi che in lingua hindi, comune per tutte le regioni dell'India.

Figura 12. *LL plurilingue in attività commerciale italiana, Pontinia (LT)*



Tale esempio risulta l'unica testimonianza raccolta nella città di Pontinia che coinvolge direttamente un'attività commerciale italiana desiderosa di avvicinarsi alla popolazione migrante. Ciò è particolarmente significativo e rivela una tendenza inversa nelle due maggiori comunità residenti nell'Agro Pontino: da un lato, si è visto come la popolazione indiana cerchi in tutti i modi di avvicinare gli italiani alle proprie attività, agevolandone la comprensione attraverso l'uso di inglese e addirittura italiano. D'altro canto, invece notiamo una sorta di chiusura e incomunicabilità da parte della popolazione autoctona, che si dimostra piuttosto restia al coinvolgimento degli stranieri, nonostante essi costituiscano ormai più del 10% della cittadinanza, pertanto anche della potenziale clientela.

4.3. *Autorità, istituzioni e toponomastica*

Per quanto riguarda i Linguistic Landscapes *top-down*, sicuramente risulta di fondamentale importanza il tema della toponomastica. Il toponimo infatti, imposto dalle autorità, può trasformarsi in alcuni casi nella rivendicazione quasi celebrativa di un'appartenenza culturale. La toponomastica è primariamente utile all'orientamento del cittadino nella città, e inoltre rievoca personaggi importanti, date, luoghi celebri, contribuendo a consolidare aspetti storici e geografici e a sollecitare la memoria collettiva della comunità residente e forestiera. Il toponimo acquisisce un valore forte connotandosi come un nome che tratteggia e definisce l'identità di una piazza, di un crocevia, di una strada, così come il nome di un individuo finisce inevitabilmente per influenzare l'immagine e la rappresentazione che egli ha di sé nel contesto sociale (Nuvolati, 2013). La Convenzione Europea del Paesaggio attribuisce al paesaggio un valore di riferimento identitario per la popolazione che ad esso si rapporta. Ecco che esplorare le modalità con le quali il paesaggio contribuisce al consolidamento dell'identità diventa centrale per indagare le dinamiche di creazione del senso di appartenenza a un luogo.

La città di Pontinia non presenta, a livello toponomastico, particolari riferimenti alle comunità straniere residenti, nonostante la loro cospicua presenza. Spicca invece il caso di Via India, nel comune di Sabaudia, collocata all'interno della frazione di Bella Farnia. Navigando su *Google Maps* nella sezione *street view*, possiamo facilmente immergerci nel contesto locale, notando ad esempio lo scorcio raffigurato nell'immagine qui proposta.

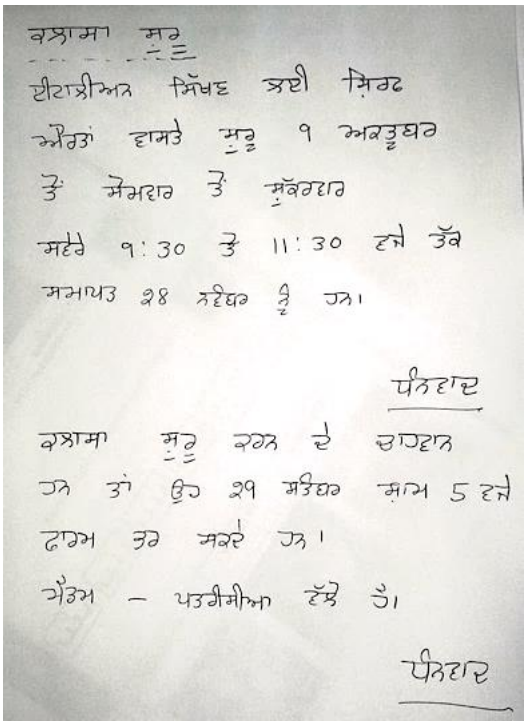
Figura 13. *Via India, in località Bella Farnia, Sabaudia (LT)*



Si noti come Via India sorga accanto a numerosi altri reticoli di strade che prendono il nome da paesi esteri (Via Russia, Via Cina, Via Madagascar, ecc.), ma si noti anche come essa risulti ormai un riferimento non solo nominativo, ma assolutamente identitario per le comunità residenti, fatte di cittadini provenienti in maggioranza dal Punjab, regione a Nord dell'India stessa. In questo frangente purtroppo accanto al riconoscimento di un'identità troviamo una vera e propria ghettizzazione della comunità stessa, che si trova a vivere in condizioni di profondo disagio dovuto a una pluralità di elementi. Innanzitutto, non essendoci mezzi pubblici, risultano completamente isolati se non in possesso di mezzi propri. Inoltre, per raggiungere il luogo di lavoro si trovano per la stessa ragione a doversi spostare in bicicletta, rischiando la vita sulle trafficate strade di campagna che circondano la località, di notte particolarmente buie e sprovviste di piste ciclabili. Rilevante a tal proposito appare l'iniziativa proposta dal comune di Pontinia (LT) denominata "Bici

sicure", rivolta a sensibilizzare la popolazione sul tema e a fornire ai partecipanti luci e dispositivi di sicurezza da utilizzare in bici, oltre ad alcune nozioni di educazione civica e stradale, fondamentali per muoversi al sicuro nelle nostre città[7]. Gran parte dei partecipanti all'evento è stata coinvolta grazie all'intervento e alla mediazione dell'Associazione di Promozione Sociale PerCorsi, attiva sul territorio di Pontinia e zone limitrofe. Essa si occupa di corsi di italiano per stranieri completamente gratuiti per gli studenti, rivolgendosi ogni anno a circa 180 utenti provenienti in larga parte dal Punjab. Interessanti risultano i Linguistic Landscapes prodotti da questa realtà piccola ma importante, che si pone come un vero e proprio punto di riferimento per le comunità straniere residenti sul territorio. Cercando nell'archivio dell'Associazione, la Presidente Patrizia Esposito ha fornito una delle locandine di inizio corsi, scritta a mano in punjabi da uno degli studenti più bravi della scuola, che si è prestato a tradurre per i suoi connazionali il testo fornito dalla scuola.

Figura 14. *Annuncio avvio corsi di lingua italiana, Pontinia (LT)*



Al fine di raggiungere il maggior numero di cittadini indiani, tali avvisi vengono affissi ogni anno in corrispondenza dei negozi a gestione punjabi, i cui proprietari si dimostrano sempre disponibili a diffondere questa iniziativa benefica e importantissima per la loro comunità. Ciò testimonia che spesso le associazioni locali diventano vetrina e "wall", usando le parole di Kallen, per le istanze delle comunità straniere che dal basso manifestano e testimoniano le proprie esigenze e necessità tramite la loro voce (Uberti-Bona, 2021).

Passiamo ora all'esamina dei paesaggi linguistici legati alle istituzioni più propriamente dette, quali uffici pubblici ed enti territoriali. Camminando per le città di Pontinia e Sabaudia ed entrando nell'ufficio postale è possibile notare in fila, in attesa del proprio turno, moltissimi cittadini stranieri, soprattutto di nazionalità indiana. Spicca l'assenza

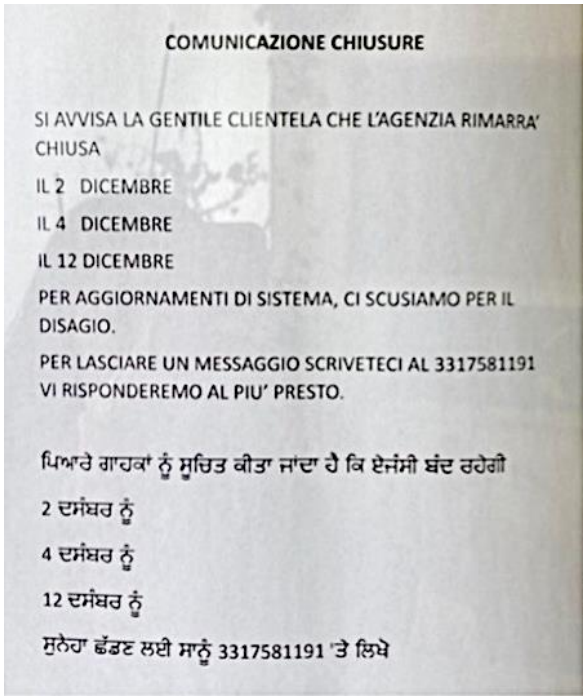
[7] Dettagli sull'iniziativa disponibili al sito https://percorsiconibambini.it/tuttiascuola/2020/02/28/bici-sicurepontinia/.

totale di traduzioni, che testimonia una scarsa attenzione verso una parte consistente della cittadinanza locale, che ogni giorno si trova a dover usufruire dei servizi postali trovandosi spaesata e disorientata. Azioni apparentemente semplici come compilare un bollettino o spedire una raccomandata possono diventare delle vere e proprie barriere per un utente che non conosce la lingua italiana.

Abbiamo più volte sottolineato il valore politico, nel senso greco del termine, che i paesaggi linguistici possono assumere, nel momento in cui rappresentano strumenti utili alla fruizione dei servizi più importanti. Proprio per tale ragione, le scuole di Pontinia hanno scelto di far tradurre tutta la modulistica interna in lingua punjabi, dato che in ogni classe sono presenti almeno 3 o 4 bambini provenienti dall'India. Per quanto concerne l'accesso ai servizi sanitari, osservando dall'esterno l'edificio della ASL non notiamo la presenza di lingue veicolari.

Significativa risulta invece la presenza di materiale di divulgazione all'esterno e all'interno dei principali CAF (Centri di Assistenza Fiscale) di Pontinia. La cittadinanza straniera si reca spesso in questi centri per usufruire dei diversi servizi offerti, tra cui assistenza nei contratti di lavoro, compilazione della dichiarazione dei redditi, informazioni sui propri diritti e doveri. Ecco che, affisso alla vetrina del Patronato situato in Via G. Marconi a Pontinia (LT) individuiamo un cartello che indica anche alla popolazione punjabi l'imminente chiusura dell'attività in occasione di alcune specifiche giornate.

Figura 15. *Annunci CAF, Pontinia (LT)*





Presso il CAF di Via IV Novembre a Pontinia si nota una particolare attenzione alla popolazione straniera, e l'ufficio accoglienza al pubblico rappresenta un vero e proprio piccolo paesaggio linguistico a sé: avvicinandoci, notiamo diverse locandine tradotte in lingua punjabi, specialmente per quanto riguarda la domanda di disoccupazione agricola. La maggior parte dei cittadini indiani è infatti impiegata come manodopera nelle campagne limitrofe nel settore delle colture, sia in serra che all'aperto, di ortaggi, frutta e verdura, fiori e piante. La locandina informa i cittadini indiani che "la disoccupazione agricola è una prestazione di sostegno al reddito per i lavoratori agricoli con contratto a

tempo determinato", e li invita a rivolgersi presso il CAF se, in seguito ad episodi di malattia, ricoveri e maternità, hanno bisogno di assistenza per recuperare alcuni importi.

Troviamo inoltre numerosi avvisi informativi per la manifestazione nazionale di Roma prevista per il 7 ottobre 2023, denominata "La via maestra. Insieme per la Costituzione". Gli avvisi sono tradotti nelle principali lingue di interesse per la popolazione straniera residente: punjabi, arabo e rumeno. Altri avvisi sono poi stati tradotti in lingua inglese e francese.

4.4. *I luoghi di culto*

Abbiamo sottolineato più volte come la lingua scritta non sia l'unica forma di paesaggio linguistico urbano: il più antico rimane il passaparola, un *soundscape* che pervade le strade dell'Agro Pontino.

I luoghi più importanti dove la comunità si riunisce, tra i quali spiccano i *Gurdwara* (templi indiani), racchiudono dunque significativi esempi di quanto coloro che vivono il paesaggio ne costituiscano un elemento essenziale.

Nell'Agro Pontino sono presenti diversi templi indiani, dove le comunità si ritrovano in occasione delle giornate dedicate al culto e per la celebrazione di matrimoni e riti religiosi. Solo nella città di Pontinia sono presenti ben due templi, uno dei quali non presenta iscrizioni esterne che possano renderlo riconoscibile. L'altro tempio presenta una semplice scritta all'ingresso, piuttosto essenziale, che identifica il luogo per coloro che già sanno cosa sia un *Gurdwara*.

Una fedele di seconda generazione intervistata, Amandeep Kaur, ci racconta che le piacerebbe molto che l'iscrizione del tempio fosse scritta in caratteri punjabi, per richiamare lo stretto legame che intercorre tra la religione Sikh e la regione di appartenenza. Viene proposta invece solo una traslitterazione in caratteri latini della parola indiana che identifica il tempio, appunto *Gurdwara*.

Esplorando il territorio di Sabaudia (LT), dove sorgono altri templi indiani, sia Sikh che induisti, ci troviamo davanti a uno scenario piuttosto dispersivo e povero di Linguistic Landscapes plurilingue. Appaiono solo alcune bandiere che rappresentano il simbolo della religione di appartenenza, con piccole scritte appena visibili.

Figura 16. *Bandiere presso il Gurdwara, Sabaudia (LT)*



Il mediatore culturale Gagandeep Singh ci spiega che il simbolo raffigurato sulla bandiera a sinistra si chiama *Ek Onkar*, e rappresenta il fondamento teologico della religione Sikh, per cui Dio è uno solo. Esso diviene anche un vero e proprio mantra con il quale si inizia la preghiera. Il simbolo raffigurato sulla bandiera arancione a destra rappresenta invece il *Khanda*, formato da due scimitarre, un disco e un pugnale al centro. La bandiera, nota come *Nishan Sahib*, viene abitualmente issata all'ingresso dei templi come segno di riconoscimento e per attirare fedeli e visitatori.

Nel paesaggio pontino, osservare queste bandiere significa riconoscere la presenza forte di una comunità portatrice di significati. E riconoscere questi simboli significa acquisire consapevolezza che «la religione entra a far parte dell'identità come fatto culturale in sé e come elemento fondante della sua costruzione» (Costa, 2016: 55-75).

Dal punto di vista religioso, possiamo notare che i LL plurilingue sono di quantità assai ridotta. Spiccano però le locandine e le pubblicazioni diffuse dalla comunità dei Testimoni di Geova, molto attiva nel territorio dell'Agro Pontino. In particolare, si adoperano per la diffusione di materiale divulgativo in lingua punjabi appositamente tradotto e consegnato personalmente ai cittadini indiani residenti.

Abbiamo chiesto a una fedele il motivo per il quale si stanno avvicinando agli stranieri. La signora L. P. ci comunica che, in qualità di "testimone" del messaggio biblico, ritiene fondamentale la sua divulgazione presso tutte le comunità, compresa quella punjabi. La fedele sta addirittura seguendo un corso di lingua punjabi, tenuto da un "testimone" indiano al fine di permetterle la predicazione e il contatto diretto con gli stranieri di Pontinia.

I tentativi di conversione che i Testimoni di Geova applicano sulle comunità straniere fanno riflettere sulla linea sottile che intercorre tra apertura culturale e volontà di arginare, condizionare le identità altre che si affacciano sul nostro territorio. L'avvicinamento linguistico potrebbe sfociare in una tattica di persuasione nei confronti di una comunità che si trova in una situazione di debolezza in quanto lontana dalla propria casa e dalla propria patria di origine.

Ecco che il Linguistic Landscape ancora una volta apre la riflessione sull'identità e sulla convivenza tra popoli e idee, offrendo orizzonti di indagine sempre nuovi e in costante mutamento.

5. Conclusioni

Fare ricerca sul LL dell'Agro Pontino è un'esperienza ricca e complessa, in quanto il territorio di indagine risulta dispersivo e spesso povero di tracce umane. La presente indagine, senza alcuna pretesa di esaustività, ha voluto tracciare le prime linee di un sentiero esplorativo con ampi margini di approfondimento e integrazione. La scarsità di segni plurilingue è constatabile ed avvertibile in ognuno degli ambienti analizzati, e questo risulta inevitabilmente un limite per la ricerca. Allo stesso tempo, essa rappresenta uno spunto di riflessione, nonché di stimolo per indagini successive che registrino mutamenti e trasformazioni del paesaggio linguistico pontino.

L'Agro nasce come terra di lavoro, e come tale ancora oggi si potrebbe descrivere, se non addirittura come dormitorio per tutti coloro che di giorno sono costretti a spostarsi alla ricerca di un'occupazione. I segni del passaggio delle genti che sono stati indagati riguardano le attività commerciali, i luoghi istituzionali, le voci "dal basso" e anche i messaggi di fede. Spaziando tra quotidianità, servizi, scuola e religione si è cercato di racchiudere all'interno di una breve ricerca l'idea della vastità e ampiezza del tema trattato, raccogliendo, oltre a foto dirette, anche stralci di conversazioni avute con esponenti delle diverse realtà coinvolte. Le immagini scattate sul campo stimolano una vera e propria

lettura di un paesaggio, abitualmente solo attraversato dalle genti che lo percorrono, portatore di una molteplicità di messaggi più o meno visibili. Il confronto diretto con la popolazione locale, inclusi i mediatori culturali che hanno fornito un prezioso contributo alla ricerca, ha ampliato lo spettro delle osservazioni.

Traendo le conclusioni, è stato possibile notare come la presenza molto consistente di cittadini di origine indiana sia rispecchiata all'interno del Linguistic Landscape. D'altra parte, la popolazione italiana non si dimostra altrettanto propensa a tradurre in altre lingue i propri messaggi, manifestando in più occasioni una mancanza di prospettiva. Le migrazioni in Italia non sono qualcosa di emergenziale, ma qualcosa di endemico e stanziale: il radicamento di alcune comunità va visto non come un'invasione di campo quanto piuttosto come un'occasione per rimettere in discussione e riformare modelli interpretativi e di senso ormai superati e oggettivamente insufficienti. Dotare tutti gli uffici pubblici di materiale divulgativo in altre lingue consentirebbe agli stranieri l'accesso ai servizi senza fatica, favorendo la comunicazione tra le diverse etnie che vivono il territorio. Tutto questo è trasmesso con la lingua, e dalla presente ricerca emerge una necessità crescente di espressione, sia nel contesto pubblico che in quello privato. Far sentire le voci individuali infatti rimane ancora complesso, in un paesaggio che appare spesso vuoto o permeato dall'incomunicabilità, in alcuni casi addirittura da una vera e propria volontà di non comunicare. Un equilibrio si potrà raggiungere soltanto mettendo in discussione il concetto di identità propria, arricchendola con l'elemento dell'altro.

Lingua e territorio sono legati tra loro da nodi visibili, i Linguistic Landscapes. Essi si pongono come trama di storie e allo stesso tempo come tracce e sentieri da percorrere come delle vere e proprie strade di città. Ma sono strade che non portano solo in un posto, anzi si pongono come intricati intrecci di rami, ipotesi, necessità, rispecchiando le comunità che li creano, li leggono e li interpretano. A tal proposito, di fondamentale importanza si è rivelata l'attenzione al LL di impronta migratoria, ampiamente esplorato in letteratura. Vertovec (2007) definisce il concetto di "superdiversità", connotata come «*dynamic interplay of variables among an increased number of new, small and scattered, multiple-origin, transnationally connected, socio-economically differentiated and legally stratified immigrants who have arrived over the last decade*» (interazione dinamica di variabili tra un numero crescente di immigrati nuovi, piccoli e sparsi, di origine multipla, connessi a livello transnazionale, differenziati dal punto di vista socioeconomico e legalmente stratificati, arrivati nell'ultimo decennio).

Nel corso di questa indagine si è voluto approfondire proprio questo dinamismo, con la consapevolezza che l'analisi non può e non potrà mai risultare esaustiva, in quanto i LL sono elementi mutevoli e si prestano a continue ricontestualizzazioni e riscritture.

Gli obiettivi programmatici che hanno motivato questa ricerca hanno trovato riscontro nelle varie testimonianze raccolte. Dai risultati della ricerca, che ha tracciato le voci visibili e quelle udibili nelle città di Pontinia, Sabaudia e Latina, emerge la necessità di porre nuove sfide all'attenzione della società e delle istituzioni locali. Da un lato, emerge la volontà delle comunità straniere di interagire con le comunità autoctone attraverso la scrittura. Dall'altra, vediamo invece una notevole difficoltà da parte degli italiani nell'aprirsi all'altro, quasi come se la popolazione italiana dell'Agro Pontino avesse dimenticato le proprie origini, che pure sono strettamente legate al fenomeno migratorio. È emersa però accanto a questa condizione la presenza di realtà che, seppur piccole, creano delle vere e proprie zone franche, dei paesaggi nei paesaggi, costituendo luoghi di scambio e di completa libertà comunicativa, all'insegna del rispetto delle reciproche identità.

È emersa in più punti la valenza fortemente politica dei Linguistic Landscapes, che si collocano nella riflessione sulle politiche migratorie e di inclusione linguistica e sociale delle popolazioni straniere. Un confronto con la letteratura sul tema fornisce importanti quadri interpretativi, sottolineando come la politica influisca e sia a sua volta influenzata

dai linguaggi e dai segni della città, e il Linguistic Landscape possa agire direttamente con il proprio "valore aggiunto", modificando le esperienze dei cittadini e anche i loro comportamenti e pratiche sociali e linguistiche (Bellinzona, 2021: 72).

Inoltre, è emerso il valore prettamente linguistico dei messaggi stessi, che dimostrano da parte della popolazione straniera un plurilinguismo tutt'altro che scontato, e soprattutto la volontà di manifestarlo e renderlo visibile.

Per concludere, i LL aprono orizzonti in continua espansione e forniscono nuove chiavi di lettura del paesaggio e della società, da interpretare e, quando necessario, cambiare.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

A.A. V.V. (20 dicembre 1934), "Ruralità di Pontinia", in *La Tribuna*, Roma.

Appadurai A. (1996), *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis.

Backhaus P. (2006), "Multilingualism in Tokyo: A Look into the linguistic landscape", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 52-66.

Bagna C., Barni M. (2006), "Per una mappatura dei repertori linguistici urbani: nuovi strumenti e metodologie", in De Blasi N., Marcato C. (a cura di), *La città e le sue lingue. Repertori linguistici urbani*, Liguori editore, Napoli, pp. 1-43.

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 121 of Israel", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 7-30.

Bonifazi C. (2007), *L'immigrazione straniera in Italia*, il Mulino, Bologna.

Calvet L. J. (1990), "Des mots sur les murs: Une comparaison entre Paris et Dakar", in Chaudenson R. (ed.), *Des langues et des villes, Actes du colloque international*, Agence de cooperation culturelle et technique, Dakar, Paris, pp. 73-83.

Calvino I. (1972), *Le città invisibili*, Mondadori, Milano, p. 15.

Castiglioni B. (a cura di) (2010), *Paesaggio e popolazione immigrata: il progetto LINK*, Università di Padova, Dipartimento di Geografia, Padova.

Cervesato A. (1910), *Latina tellus: La campagna romana*, Casa editrice Mundus, Roma.

Comunità Sikh di Cremona (2014), *Il dono della natura*, Fantigrafica srl, Cremona.

Costa A. M. (2016), "Il ruolo della religione nella costruzione della identità", in *Forum*, Supplement to Acta Philosophica, 2, pp. 55-75.

Cristaldi F. (2021), *Di qua e di là. Riflessioni di una geografia sulle migrazioni*, Pàtron Editore, Bologna.

Dau M. (2012), *Mussolini l'anticittadino. Città, società e fascismo*, Castelvecchi, Roma.

Faccioli P., Losacco G. (2003), *Manuale di sociologia visuale*, FrancoAngeli, Milano.

Gaspari O. (2001), "Bonifiche, migrazioni interne, colonizzazioni (1920-1940)", in Bevilacqua P., De Clementi A., Franzina E. (a cura di), *Storia dell'emigrazione italiana*, Donzelli editore, Roma, pp. 323-341.

Gavinelli D., Santini A. (2014), "Immigrati e paesaggio: alcune considerazioni geografiche sulla città di Novara", in Calvi M. V., Bajini I., Bonomi M. (a cura di), *Lingue migranti e nuovi paesaggi*, LED, Milano, pp. 101-113.

Ivkovic D., Lotherington H. (2009), *Multilingualism in cyberspace: conceptualising the virtual linguistic landscape*, in "International Journal of Multilingualism", 6, 1, pp. 17-36.

Kallen J. L. (2010), "Changing landscapes: Language, space and policy in the Dublin linguistic landscape", in Jaworsky A., Thurlow C. (eds.), *Semiotic landscapes: language, image, space,* Continuum, London-New York, pp. 41-58.
Lovecchio S. (17 agosto 2022), "Bella Farnia e le comunità "invisibili", in *Melting pot Europa*, Padova: https://www.meltingpot.org/2022/08/bella-farnia-e-le-comunita-invisibili/.
Lou J. J. (2016), *The linguistic landscape of Chinatown. A sociolinguistic ethnography*, Multilingual Matters, Bristol.
Mangullo S. (maggio 2009), "Costruzioni e dinamiche familiari in Agro pontino fra primo e secondo dopoguerra", in *Annali del Dipartimento di Storia*, Università degli studi di Roma Tor Vergata, Roma, pp. 61-84.
Nuvolati G. (2013), *L'interpretazione dei luoghi. Flânerie come esperienza di vita*, University Press, Firenze.
Omizzolo M. (2016), "Tratta internazionale e sfruttamento lavorativo della comunità punjabi in provincia di Latina", in *Romanische Studien*, Università di Regensburg, 2, 3, pp. 357-371.
Opera Nazionale per i Combattenti (a cura di) (1940), *La Conquista della terra*, Roma.
Pennacchi A. (dicembre 2011), "Codice postale Pontinia 04014. Magie di palude. Come e quanto è cambiata la terra promessa che i coloni, soprattutto ferraresi, raggiunsero e bonificarono 80 anni fa?", in *National Geographic Italia*, pp. 106-111.
Peck A., Stroud C. (2015), "Skinscapes", in *Working papers in urban language & literacies*, 160, University of the Western Cape: https://wpull.org/wp-content/uploads/2022/04/WP160_Peck_and_Stroud_2015_Skinscapes.pdf.
Perrotta D. (2014), "Vecchi e nuovi mediatori. Storia, geografia ed etnografia del caporalato in agricoltura", in *Meridiana*, 79, pp. 193-220.
Scollon R., Scollon S. W. (2003), *Discourses in place. Language in the material world*, Taylor & Francis, Abingdon (UK).
Stocchiero A. (a cura di) (2021), *Agro pontino globale. Gli studenti e la scuola tra migrazioni e sviluppo sostenibile*, Donzelli editore, Roma,
Tani I. (2018), "Paesaggio linguistico e atmosfere. Alcune riflessioni metodologiche", in *Lingue e Linguaggi*, 25, pp. 107-123.
Turri E. (2014), *Semiologia del paesaggio italiano*, Marsilio, Venezia.
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.
Vallega A. (2004), *Geografia umana. Teoria e prassi*, Le Monnier, Firenze.
Vertovec S. (2007), "Super-Diversity and Its Implications", in *Ethnic and Racial Studies*, 30, pp. 1024-1054.

IL PAESAGGIO LINGUISTICO E IL PLURILINGUISMO: IL CINESE E L'ITALIANO (E ALTRE LINGUE) NELLE INSEGNE COMMERCIALI CINESI A BOLOGNA

Siyuan Liu[1], *Yisu Wang*[2]

1. INTRODUZIONE

Adottando la prospettiva del *Linguistic Landscape* (Landry, Bourhis, 1997), il presente studio descrive e analizza come la lingua cinese interagisca con altre lingue nella società italiana, attraverso un'analisi delle insegne dei negozi gestiti da immigrati cinesi a Bologna, con un focus sul centro storico e sulla comunità cinese nella zona della Bolognina[3].

Negli ultimi anni, gli studi sul *Linguistic Landscape* si sono affermati come una chiave di lettura fondamentale per esplorare l'uso delle lingue, le relazioni di potere e i processi di costruzione identitaria nelle società plurilingui (Landry, Bourhis, 1997; Shohamy, Gorter, 2009). In particolare, nei contesti urbani segnati da una forte presenza migratoria, la segnaletica linguistica presente negli spazi pubblici riflette non solo le politiche linguistiche ufficiali, ma anche le dinamiche di interazione tra i gruppi sociali e i percorsi di costruzione dell'identità culturale (Barni, Bagna, 2015).

In quest'ottica, il modello SPEAKING elaborato da Hymes (1972) è stato progressivamente applicato agli studi sul paesaggio linguistico, con l'obiettivo di descrivere in modo sistematico le situazioni comunicative e i ruoli sociali impliciti nella presenza delle lingue nello spazio pubblico.

Adottando il modello SPEAKING, questa ricerca si propone di mettere in luce le strategie di costruzione identitaria e di mediazione culturale espresse attraverso il paesaggio linguistico, concentrandosi in particolare su tre domande centrali:

a) Quali sono le lingue dominanti nelle insegne dei negozi nel centro di Bologna e nella zona della Bolognina?
b) In che modo il cinese interagisce con l'italiano e con altre lingue in questi due contesti?
c) In che misura le insegne riflettono i processi di costruzione dell'identità culturale dei migranti cinesi?

2. QUADRO TEORICO: LINGUA, IDENTITÀ E PAESAGGIO URBANO

Lo studio del *Linguistic Landscape* si è affermato negli ultimi decenni come un approccio centrale nella sociolinguistica urbana, poiché consente di analizzare in che modo le lingue

[1] Shanghai International Studies University.
[2] Zhejiang International Studies University.
[3] La raccolta dei dati e la prima analisi, presentate alla conferenza *Linguistic Landscape: Sviluppi nella ricerca e impatto sui territori* (Siena, 29-31 ottobre 2024), sono state realizzate congiuntamente da Siyuan Liu e Yisu Wang. L'analisi successiva, la redazione dell'articolo e le revisioni basate sui commenti dei revisori sono state curate da Siyuan Liu, con revisione finale di Yisu Wang, che viene ringraziata per il prezioso contributo. Eventuali errori restano di esclusiva responsabilità di Siyuan Liu.

si manifestano visivamente nello spazio pubblico e come tali manifestazioni riflettano le dinamiche sociali, culturali e identitarie delle comunità locali. Questo paragrafo offre una panoramica teorica sul concetto del *Linguistic Landscape* e ne analizza le applicazioni in contesti multiculturali, con particolare riferimento alla realtà cinese in Italia.

Il concetto, introdotto da Landry e Bourhis (1997), si riferisce alla visibilità e salienza delle lingue nello spazio urbano attraverso segnaletiche ufficiali (come cartelli stradali e comunicazioni istituzionali) e non ufficiali (tra cui insegne commerciali, graffiti, adesivi e altri segni spontanei). Secondo questi autori, il *Linguistic Landscape* svolge almeno due funzioni fondamentali: una funzione informativa, rivolta alla comunicazione diretta con i destinatari, e una funzione simbolica, che riflette gerarchie linguistiche, rapporti di potere, status sociale e visibilità delle comunità etnolinguiste.

In particolare, l'analisi delle insegne commerciali è diventata uno degli strumenti privilegiati per lo studio del *Linguistic Landscape*. Le insegne, infatti, attraverso testi, simboli e scelte grafiche, veicolano messaggi non solo ai clienti, ma all'intera comunità urbana, costituendo una forma di testualità pubblica in cui si negoziano appartenenza, identità ed esclusione. La scelta delle lingue da mostrare non è mai neutra: è determinata da logiche economiche (attrarre diversi segmenti di clientela), sociali (posizionarsi all'interno di un contesto multiculturale) e simboliche (esprimere orgoglio identitario o aspirazioni di integrazione).

Nel caso delle comunità migranti, l'uso della lingua d'origine sulle insegne può segnalare un legame con la cultura madre e un bisogno di coesione interna, mentre l'impiego della lingua della maggioranza, spesso l'italiano, può costituire una strategia di visibilità, accettazione e apertura verso il contesto ospitante. Non è raro, dunque, trovare insegne multilingui, in cui convivono più codici linguistici (ad esempio cinese, italiano, inglese), a testimonianza di una complessa negoziazione di ruoli sociali, appartenenze multiple e aspirazioni commerciali.

Infine, il *Linguistic Landscape* non è solo il risultato di scelte individuali, ma si configura come spazio dinamico di interazione tra attori sociali e vincoli istituzionali. Come osservano Barni e Bagna (2009), le insegne e le tracce linguistiche nello spazio urbano rappresentano una mappa sociale e simbolica che può essere letta per comprendere i rapporti tra gruppi linguistici, le politiche di integrazione e i modelli di convivenza. In questo senso, lo studio del *Linguistic Landscape* si rivela uno strumento potente per indagare le tensioni tra visibilità e invisibilità, inclusione ed esclusione, in contesti urbani sempre più plurilingui (Bagna *et al.*, 2021).

2.1. *Lingua cinese negli spazi commerciali: studi internazionali e italiani*

In molte Chinatown del mondo, la presenza del cinese sulle insegne non è uniforme, ma varia in base al contesto sociopolitico, alla composizione demografica e agli orientamenti economici locali. A Parigi, Caroline Lipovsky e Wei Wang (2019) analizzano i ristoranti gestiti da migranti cinesi di origine wenzhouese, mostrando come le scelte linguistiche (cinese, francese o bilingue) nei nomi dei locali, nei menù e nelle insegne riflettano una negoziazione continua tra appartenenza etnica, identità culturale e strategie di marketing. Il cinese, pur mantenendo una funzione di coesione comunitaria, viene modulato in funzione del pubblico di riferimento. A Washington D.C., Jennifer Leeman e Gabriella Modan (2009) osservano che la Chinatown locale ha subito processi di gentrificazione e commercializzazione, in cui le insegne in cinese tradizionale non sono più necessariamente associate a proprietà o clientela cinese. In molti casi, catene occidentali usano il cinese solo come decorazione simbolica, svuotata del suo legame etnico, al fine di evocare una "esotizzazione" dello spazio urbano per un pubblico

mainstream. Studi nei Paesi Bassi e in Belgio (Wang, Van de Velde, 2015) mostrano un'altra tendenza: la forte visibilità del cinese (soprattutto caratteri tradizionali) nei quartieri commerciali è legata alla storia migratoria di comunità provenienti da Hong Kong e al desiderio di rafforzare l'identità di gruppo. Tuttavia, l'introduzione di caratteri semplificati e pinyin in anni recenti segnala la presenza crescente di nuove ondate migratorie dalla Cina continentale.

Nel contesto italiano, l'interesse per il paesaggio linguistico si è intensificato negli ultimi anni. Tra gli studi pionieristici si colloca quello di Barni e Bagna (2009), che attraverso una mappatura comparativa delle insegne in varie città italiane ha messo in luce l'uso plurilingue (italiano, cinese, inglese) nelle attività commerciali, spesso con funzione identitaria o simbolica. Particolarmente interessante è il caso di Milano, dove il quartiere Sarpi è stato oggetto di studio da parte di Cécile Desoutter e Maria Gottardo (2021). Qui la trasformazione delle insegne, da nomi fortemente connotati culturalmente a denominazioni più neutre o italianizzate, riflette una crescente volontà di integrazione e di apertura verso la clientela italiana. Allo stesso tempo, anche attori istituzionali locali hanno adottato l'uso del cinese per promuovere servizi inclusivi e plurilingui.

Nel caso di Bologna, studi recenti di Fernanda Minuz e Giulio Forconi (2018) hanno analizzato il quartiere Bolognina, caratterizzato da una forte presenza migratoria e da un'elevata densità di residenti cinesi. Tuttavia, la visibilità del cinese nello spazio urbano è risultata disomogenea e non sempre proporzionata al numero di residenti stranieri. La segnaletica in cinese è presente in alcune attività commerciali, ma la sua diffusione risente di fattori come la coesione comunitaria, le reti familiari e la tipologia di attività svolta.

Un aspetto rilevante è anche quello normativo: nel 1998 il Comune di Bologna ha approvato il *Regolamento per la collocazione delle insegne di esercizio*, modificato nel 2012 con l'introduzione dell'art. 9-bis "Autorizzazione delle insegne in lingua straniera". Dal 1° gennaio 2012 non sono più autorizzabili insegne esclusivamente in lingua straniera: il testo deve essere accompagnato da una traduzione letterale in italiano, «inserita nella stessa insegna accanto alla scritta in lingua straniera in modo tale che le dimensioni del testo in italiano siano immediatamente riconoscibili per dimensioni e carattere»[4].

Questa normativa si inserisce in un preciso assetto di rapporti di potere: è formulata, applicata e supervisionata dal Comune di Bologna, in particolare dall'Ufficio Autorizzazioni e Pubblicità. Quest'ultimo rilascia autorizzazioni per diversi tipi di insegne e impianti pubblicitari, controlla la regolarità, interviene in caso di abusi ; rappresenta così il punto di riferimento per chiunque voglia ottenere l'autorizzazione a installare cartelli, tende, insegne o altri impianti pubblicitari.

Pur presentata come misura di ordine e leggibilità dello spazio pubblico, essa riflette una scelta di politica linguistica che privilegia l'italiano come unica lingua pienamente legittimata nello spazio urbano. Di fronte a tale vincolo, la creatività linguistica dei commercianti cinesi si articola in strategie inattese per valorizzare la lingua cinese pur garantendo al contempo la visibilità dell'italiano, come si vedrà nei casi analizzati più avanti.

La presente ricerca si inserisce dunque in questo panorama, con l'obiettivo di offrire uno studio sistematico sulla presenza del cinese nelle insegne commerciali della comunità sino-italiana a Bologna, integrando un'analisi visiva e interviste ai commercianti, al fine di comprendere le loro strategie linguistiche e le dinamiche di integrazione.

[4] Per una trattazione esaustiva, si rimanda al sito: http://sit.comune.bologna.it/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/334d958b-5f77-41d3-9de2-07d46d848a01/regolamento_collocazione_insegne_2018.pdf.

3. METODOLOGIA

Come sottolineato da Bagna e Barni (2006: 463), l'analisi del paesaggio linguistico non si limita all'identificazione di "indici linguistici di stanzialità e insediamento" (come insegne, manifesti, menu, annunci, ecc.), ma mira a descrivere in modo più ampio e dinamico le interazioni linguistiche nello spazio urbano, i cambiamenti in atto e le gerarchie tra sistemi linguistici. Attraverso il rilevamento sistematico dei testi visibili e il loro abbinamento a dati geografici, è possibile non solo fotografare la presenza delle lingue immigrate in un determinato contesto, ma anche comprendere le logiche simboliche e comunicative che ne regolano l'uso.

In questa prospettiva, la presente indagine si concentra su due aree urbane significative – il centro storico e la Bolognina – con l'obiettivo di osservare come le pratiche linguistiche si distribuiscano e si trasformino in contesti socio-geografici differenti.

L'osservazione delle insegne è stata inoltre affiancata da dati qualitativi raccolti tramite interviste semistrutturate. L'integrazione tra analisi visuale e interviste si basa sul riconoscimento del fatto che la visibilità linguistica – cioè la presenza di tracce di una lingua nello spazio urbano – e la vitalità linguistica – intesa come l'uso quotidiano della lingua in contesti comunicativi diversi – non coincidono necessariamente né sono sempre direttamente proporzionali (Bagna, 2006; Giles *et al.*, 1977; Extra, Yağmur, 2004).

Questa combinazione di approcci quantitativi e qualitativi consente dunque di superare la semplice rilevazione della presenza linguistica, offrendo una comprensione più articolata delle pratiche discorsive, delle scelte identitarie e delle dinamiche socioculturali che caratterizzano la comunità cinese a Bologna.

3.1. *Scelta delle aree di indagine: centro storico e quartiere Bolognina*

La scelta di condurre l'indagine linguistica nel centro storico di Bologna e nel quartiere della Bolognina si basa su considerazioni di tipo demografico e sociolinguistico.

In Italia, la popolazione immigrata ammonta a 5.422.426 persone. L'Emilia-Romagna si colloca al terzo posto tra le regioni italiane con il maggior numero di immigrati (569.946), e la provincia di Bologna ne ospita oltre 125.859. All'interno di essa, il comune di Bologna conta 58.963 immigrati, confermandosi come il principale polo di presenza straniera nella regione[5].

Alla fine del 2024, la popolazione straniera residente nel Comune di Bologna risultava pari a 61.601 persone su un totale di 392.791 abitanti, rappresentando circa il 15,7% della popolazione. Questo dato, tuttavia, riflette solo parzialmente la realtà cittadina, poiché non tiene conto dei flussi internazionali legati all'università, alle istituzioni culturali, alle industrie straniere e alla presenza dei richiedenti asilo.

Nel contesto urbano bolognese, la Bolognina si distingue per l'elevata concentrazione di residenti stranieri (circa 9.056)[6], tra cui spiccano per numero i cittadini provenienti dalla Cina (1.525), dalla Romania (1.244) e dal Pakistan (755)[7]. Tale concentrazione rende il quartiere un'area strategica per lo studio della visibilità linguistica della comunità cinese. Come sottolineano Minuz e Forconi (2018), il quartiere della Bolognina ha attraversato una profonda trasformazione socio-economica: da zona a vocazione industriale, abitata da una classe operaia specializzata e attiva politicamente, ha conosciuto dagli anni '80 la

[5] Istituto Nazionale di Statistica (Istat). (2025). Stranieri residenti al 1° gennaio (2): Italia, regioni, province.
[6] https://inumeridibolognametropolitana.it/dati-statistici/popolazione-residente-straniera-quartiere-e-zona-al-31-dicembre-serie-storica.
[7] https://inumeridibolognametropolitana.it/dati-statistici/popolazione-residente-straniera-cittadinanza-al-31-dicembre-serie-storica.

progressiva dismissione delle fabbriche e un conseguente invecchiamento demografico. A partire dagli anni '90, è divenuto uno dei principali poli di insediamento per l'immigrazione, in particolare cinese, africana, est-europea e araba. La comunità cinese si è distinta per la sua vivacità imprenditoriale, contribuendo in modo significativo alla nuova configurazione sociale ed economica del quartiere. Anche il centro storico, per la sua funzione simbolica e commerciale, rappresenta uno spazio in cui le insegne gestite da immigrati si inseriscono in un contesto di visibilità pubblica e intensa interazione interculturale.

Per queste ragioni, il centro storico e la Bolognina si configurano come contesti privilegiati per osservare, attraverso le insegne commerciali, le dinamiche linguistiche e identitarie della comunità cinese in rapporto allo spazio urbano.

3.2. *Scelta dell'unità d'analisi: le insegne commerciali*

Le imprese individuali rappresentano la forma più diffusa nell'imprenditoria immigrata, con 483.000 unità registrate nel 2023. Tra i principali protagonisti di questa espansione figurano i cittadini di Marocco, Romania e Cina: in particolare, gli imprenditori cinesi mantengono una presenza solida e consolidata nel panorama economico italiano, con 50.826 imprese attive e una crescita del 13% tra il 2013 e il 2023. Sebbene la loro quota relativa sul totale delle imprese immigrate sia leggermente diminuita (dall'11,3% al 10,5%), questo dato suggerisce un passaggio da una fase di espansione rapida a una fase di consolidamento strutturale. Tale presenza si radica ormai in settori ad alta visibilità pubblica come il commercio al dettaglio, la ristorazione e i servizi[8].

In questo contesto, le insegne commerciali sono state selezionate come principale unità di analisi in quanto rappresentano una forma di comunicazione linguistica altamente visibile nello spazio pubblico. Oltre a svolgere una funzione pratica, esse assumono un valore simbolico e identitario: riflettono scelte linguistiche, strategie di marketing, rapporti con la lingua maggioritaria e livelli di integrazione sociale. Il passaggio dell'imprenditoria cinese da una fase di espansione rapida a una di consolidamento strutturale consente inoltre di osservare l'evoluzione dei contatti linguistici nello spazio urbano, con particolare attenzione alle differenze generazionali all'interno della comunità immigrata. Le caratteristiche grafiche, linguistiche e simboliche delle insegne offrono così importanti indizi sulle dinamiche interculturali e sui processi di posizionamento sociale rispetto alla società ospitante.

3.3. *Raccolta dei dati e criteri di codifica e categorizzazione*

Ai fini della presente ricerca, sono state raccolte fotografie digitali di 192 insegne appartenenti ad attività commerciali gestite da immigrati cinesi, localizzate nel centro storico di Bologna e nel quartiere della Bolognina**.** Parallelamente all'analisi delle insegne, sono state condotte 24 interviste semistrutturate con titolari cinesi selezionati tra i gestori delle attività censite. Le interviste, articolate in quattro sezioni (dati anagrafici, situazione familiare, uso delle lingue, gestione dell'attività), mirano a far emergere il punto di vista soggettivo dei proprietari circa le loro scelte linguistiche e simboliche nella progettazione delle insegne. Tra gli aspetti indagati figurano: il repertorio linguistico degli intervistati, la composizione della clientela, le motivazioni alla base delle scelte linguistiche e grafiche, la

[8] Centro Studi e Ricerche IDOS (2024). Rapporto Immigrazione e Imprenditoria**.**

percezione della propria identità culturale, nonché le eventuali trasformazioni intergenerazionali.

Ai fini dell'analisi quantitativa e qualitativa, tutte le insegne sono state sottoposte a un processo sistematico di codifica e categorizzazione. Ogni insegna è stata analizzata secondo vari criteri linguistici e visivi, tra cui:

- lingue presenti (cinese, italiano, inglese, altre);
- lingua dominante;
- tipologia grafica (caratteri latini, caratteri cinesi tradizionali o semplificati, trascrizioni fonetiche come pinyin o rōmaji[9], ecc.);
- elementi culturali o simbolici visibili (colori, immagini iconiche della cultura cinese, simboli tradizionali, ecc.);
- funzione comunicativa prevalente dell'insegna (identificativa, promozionale, evocativa);
- settore commerciale dell'attività (ristorazione, vendita al dettaglio, servizi, ecc.).
- zona (centro storico, quartiere bolognina, altre).

Le insegne sono state fotografate sistematicamente e catalogate in base alla via e al numero civico**.** Ogni testo è stato registrato e classificato secondo tre parametri principali: lingua/lingue utilizzate (monolingue o plurilingue, con indicazione della lingua dominante), tipologia visiva **e** funzione comunicativa**.** I dati raccolti sono stati successivamente organizzate in un database in formato Excel per effettuare conteggi e statistiche descrittive sulle principali tendenze. Inoltre, per conferire maggiore profondità all'analisi, i dati sono stati geolocalizzati e visualizzati mediante il software QGIS, così da rappresentare la distribuzione spaziale dei locali, del numero di lingue e della lingua dominante presenti sulle insegne a Bologna. Tale approccio integra dimensioni quantitative e spaziali, offrendo un quadro più articolato del fenomeno osservato.

In alcuni casi, uno stesso esercizio commerciale esponeva più insegne in lingue diverse. Ad esempio, un ristorante coreano presentava due insegne: una in cinese e l'altra in coreano e italiano. In questi casi, ogni insegna è stata trattata come un'unità testuale autonoma, registrata individualmente e analizzata separatamente nel corpus.

Nel processo di codifica dei testi linguistici presenti sulle insegne commerciali, la classificazione delle lingue si è basata su criteri etimologici, visivi e pragmatici, seguendo una prospettiva sociolinguistica ispirata all'approccio di Backhaus (2007: 66-68):

> The language(s) appearing on signs are classified according to their visible form, irrespective of their official status, frequency of use, or degree of integration into local language practices.

In particolare, parole come *nail*, *shop*, *bubble tea*, *market* e *restaurant*, frequentemente presenti nei 24 testi monolingui in inglese, sono state classificate come inglesi**,** anche se di uso comune nel linguaggio commerciale italiano. Tuttavia, termini ufficialmente accolti tra i neologismi della lingua italiana (secondo il vocabolario Treccani), come *ramen*, *sushi* e *nail art*, sono stati considerati appartenenti all'**italiano**, riconoscendone la progressiva italianizzazione e integrazione nel lessico quotidiano.

Nel caso di parole traslitterate dal cinese in caratteri latini, come *Tang Ramen* – dove *Tang* richiama la dinastia cinese Tang – si è optato per una classificazione come insegna cinese-italiana. Qui, *Tang* rappresenta un riferimento culturale specifico e difficilmente

[9] Per "rōmaji" si intende la traslitterazione dei caratteri giapponesi in alfabeto latino. Nel presente corpus, il termine è utilizzato per indicare insegne che riportano nomi o parole giapponesi scritti in caratteri latini.

traducibile, rientrando nella categoria delle trascrizioni fonetiche o degli elementi simbolici legati all'identità cinese (Wang, Van de Velde, 2015), mentre *Ramen* è un termine ormai integrato nel lessico italiano per indicare un tipo di piatto asiatico.

Figura 1. *L'insegna del "TANG RAMEN"*



Analogamente, insegne come *Saikou Ramen Sushi* sono state classificate come bilingui (giapponese e italiano), poiché combinano elementi linguistici riconducibili a entrambe le lingue: *Saikou*, traslitterazione rōmaji di un aggettivo giapponese che significa "ottimo", e *Ramen* e *Sushi*, ormai entrati nell'uso comune della lingua italiana come neologismi culinari.

Figura 2. *L'insegna del "SAIKOU RAMEN SUSHI"*



I testi che contengono più codici linguistici (ad esempio italiano e inglese, italiano e cinese) sono stati classificati come bilingui o plurilingui a seconda dei casi.

Per quanto riguarda la determinazione della lingua dominante, la classificazione è stata effettuata attraverso un'analisi combinata di fattori visivi e testuali, in linea con quanto proposto da Ron Scollon e Suzie Wong Scollon (2003) e Backhaus (2007). I criteri adottati sono:

- dimensione dei caratteri: la lingua dominante è generalmente quella rappresentata con caratteri di dimensioni maggiori;
- posizione del testo: a parità di dimensione, si considera dominante la lingua collocata in alto o al centro dell'insegna;
- colore e visibilità: una lingua che si distingue per l'uso di colori accesi, contrastanti o visivamente salienti rispetto allo sfondo è interpretata come dominante, poiché attira maggiormente l'attenzione del lettore;
- funzione comunicativa del testo: la lingua che veicola l'informazione principale (ad es. nome dell'attività o sua funzione commerciale) è considerata dominante, anche quando coesistono altri codici usati in modo decorativo o accessorio.

Questo approccio multilivello consente di cogliere con maggiore precisione la gerarchia informativa e le strategie comunicative intenzionali alla base delle scelte linguistiche e visive operate dai titolari cinesi.

4. Risultati e analisi

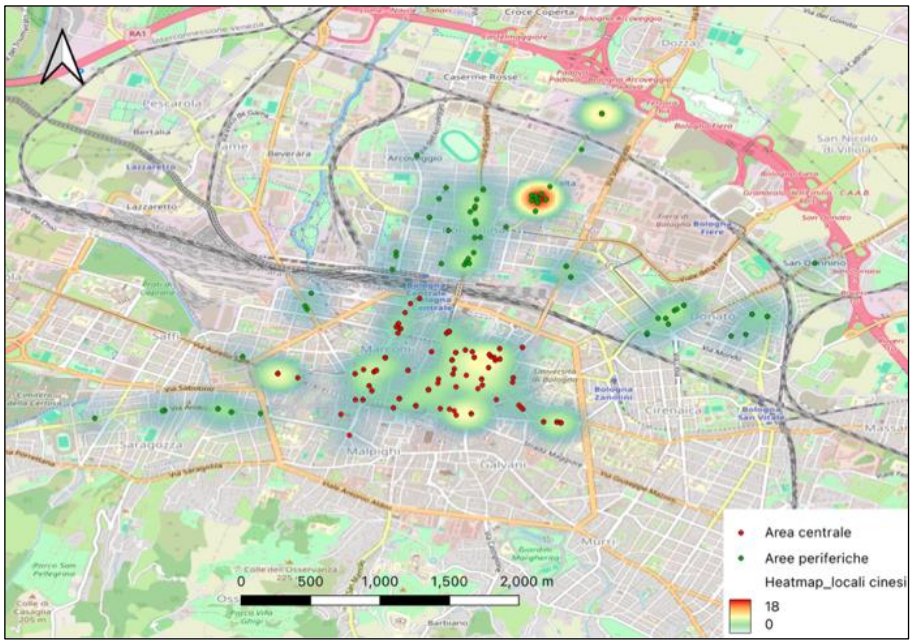
L'analisi delle 192 insegne commerciali raccolte nei quartieri del centro storico e della Bolognina a Bologna offre una panoramica complementare delle strategie linguistiche adottate dalla comunità cinese locale.

In totale, sono state raccolte fotografie digitali di 192 insegne di locali cinesi, suddivise in: ristoranti (56%), mercati (19%), saloni di bellezza e parrucchieri (15%), altri negozi[10] (4%), negozi di elettronica (3%) e farmacie (2%). I locali risultano distribuiti principalmente in due aree: il centro, ossia l'area all'interno dei viali a forma di pentagono, corrispondente alla cosiddetta Terza cerchia muraria, e la zona della Bolognina, con ulteriori addensamenti lungo via San Donato e via Andrea Costa.

Come evidenziato dalla mappa di concentrazione in Figura 3, nel centro storico i negozi cinesi si dispongono in modo piuttosto equilibrato lungo via Guglielmo Marconi, fino alla stazione ferroviaria, e lungo Strada Maggiore, fino alle Due Torri. Si osserva inoltre una modesta concentrazione nel quartiere Irnerio, area caratterizzata dalla presenza di sedi universitarie.

Tale distribuzione risulta coerente con la tipologia dei locali presenti nelle diverse zone. Nelle vicinanze della stazione ferroviaria prevalgono i negozi di articoli vari, specializzati nella vendita di valigie e bagagli economici, oltre a prodotti di uso quotidiano. Al contrario, nelle aree di Irnerio e sotto le Due Torri, frequentate da studenti e turisti, predominano ristoranti e bar, che rispondono maggiormente alle esigenze di tale pubblico. I saloni di bellezza e parrucchieri si distribuiscono invece in maniera più sparsa, senza una chiara concentrazione. Va infine osservato che la maggior parte dei locali si colloca nella parte settentrionale del centro storico, un dato che richiede ulteriori indagini nel futuro per comprenderne le ragioni.

Figura 3. *Distribuzione spaziale dei locali cinesi a Bologna*

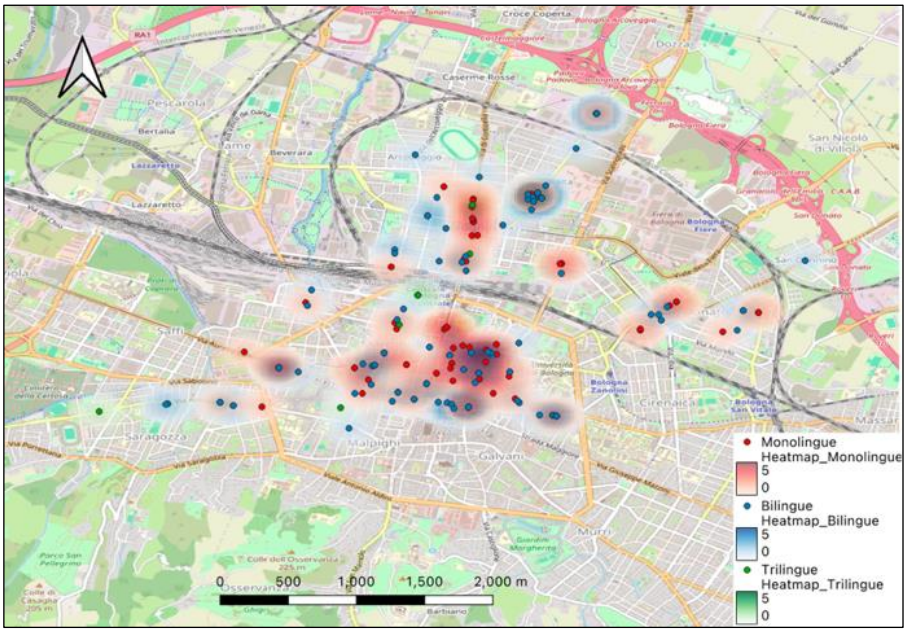


Quanto all'uso delle lingue sulle insegne, emerge innanzitutto una netta prevalenza delle insegne bilingui (100 testi, pari al 52% del corpus), in cui più della metà dei testi (60 su 100, del 60%) sono in cinese con l'italiano o con inglese. Mentre le insegne monolingui rappresentano il 40% (76 testi) e quelle plurilingui l'8% (16 testi). Come mostra la mappa di concentrazione in Figura 4, le insegne monolingui (punti rossi) si concentrano principalmente nel centro, con alcune presenze lungo via Corticella e via San Donato,

[10] Altri negozi si riferisce a attività commerciali come lavanderie, agenzie di viaggio, e negozi di personalizzazione, come a esempio: "Joy DIY Joy personalizza quello che vuoi".

mentre le bilingui (punti blu) sono soprattutto nella Bolognina, in particolare lungo via Ferrarese. Le insegne trilingui (punti verdi) risultano più diffuse in via Guglielmo Marconi e nell'area della stazione, zone caratterizzate da forte mobilità e da un afflusso eterogeneo di clienti, anche internazionali.

Figura 4. *Distribuzione spaziale delle lingue nelle insegne commerciali cinesi a Bologna*



Per quanto riguarda la lingua dominante, si osserva una tendenza costante sia nell'intero corpus (192 testi), sia nei sottogruppi (testi monolingui, bilingui e plurilingui): l'italiano si conferma al primo posto (40% nel corpus totale; 46% nei testi monolingui; 36% nei testi bilingui; 44% nei testi plurilingui), seguito dall'inglese (37%, 43%, 33%, 31%) e dal cinese (20%, 7%, 30%, 25%).

Tabella 1. *Lingua dominante nelle insegne: distribuzione complessiva, monolingue, bilingue e trilingue*

Lingua dominante	Insegne totali (192 testi)	Insegne monolingui (76 testi)	Insegne bilingui (100 testi)	Insegne trilingue (16 testi)
Italiano	78 (40%)	35 (46%)	36 (36%)	7 (44%)
Inglese	71 (37%)	33 (43%)	33 (33%)	5 (31%)
Cinese	39 (20%)	5 (7%)	30 (30%)	4 (25%)
Giapponese	3 (2%)	3 (4%)	-	-
Coreano	1 (1%)	-	1 (1%)	-

Questo andamento sottolinea il forte orientamento dei titolari di origine cinesi verso l'integrazione linguistica, con una preferenza marcata per la lingua del paese ospitante e, in misura consistente, per l'inglese, percepito come lingua di respiro internazionale e di modernità. In particolare, nei testi monolingui, la presenza predominante dell'italiano (46%) e l'alta percentuale dell'inglese (43%), rispetto alla bassissima presenza del cinese (7%), possono essere letti anche come effetto della normativa locale, in particolare

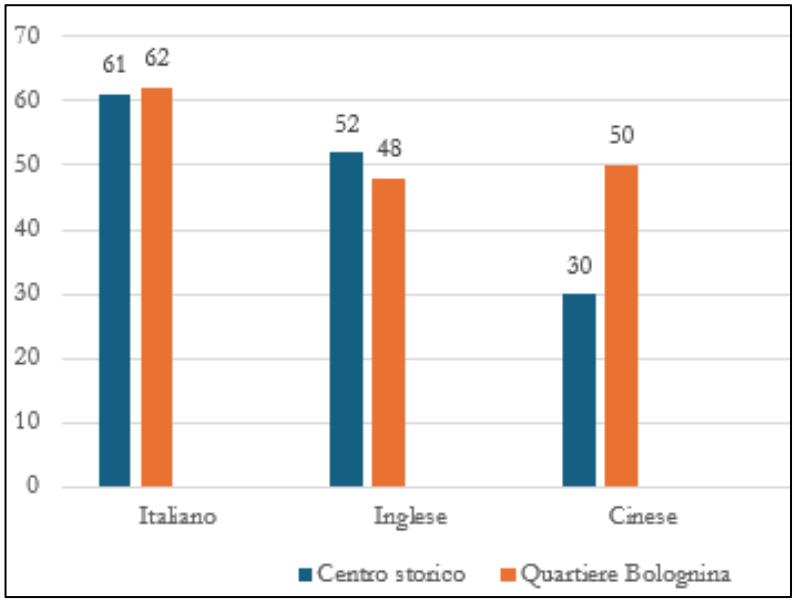
dell'ordinanza comunale sull'uso delle lingue nelle insegne commerciali, che promuove l'utilizzo dell'italiano o di lingue accessibili al pubblico generale.

Infine, la presenza marginale di altre lingue come il giapponese e il coreano suggerisce l'uso di riferimenti linguistici pan-orientali come strategie di marketing esotizzanti, finalizzate a rafforzare l'attrattività commerciale attraverso immagini culturali percepite come "asiatiche" in senso lato.

4.1. *Differenze territoriali e strategie linguistiche tra il centro storico e la Bolognina*

L'analisi territoriale evidenzia differenze significative tra il centro storico e la Bolognina nella distribuzione linguistica delle insegne. Nel centro storico, domina nettamente l'italiano (61 insegne), seguito dall'inglese (52), mentre la presenza del cinese è molto più contenuta (30). Questa tendenza riflette una strategia comunicativa orientata a un pubblico eterogeneo composto da residenti e turisti, privilegiando lingue ad alta accessibilità. Nella Bolognina, invece, si osserva una distribuzione più equilibrata: l'italiano (62 insegne) e il cinese (50) sono quasi alla pari, con l'inglese a seguire (48). La forte visibilità della lingua cinese in quest'area suggerisce un radicamento comunitario più profondo e una maggiore conservazione dell'identità linguistica da parte della popolazione di origine cinese.

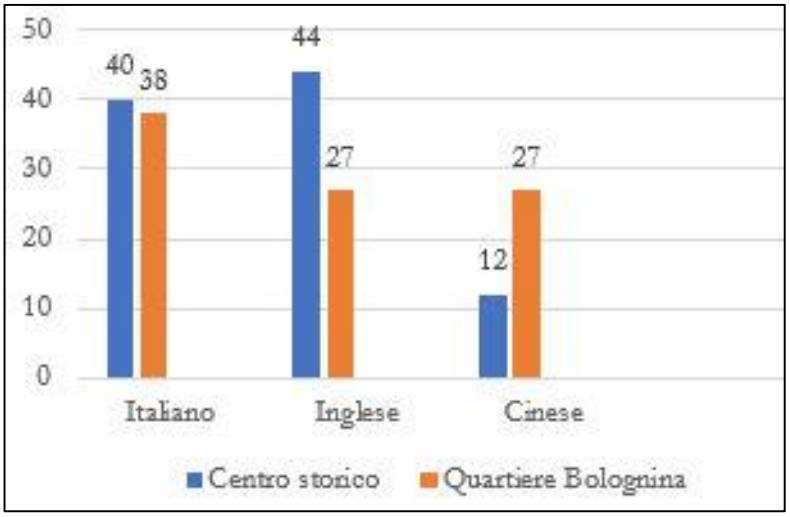
Grafico 1. *Frequenza assoluta delle lingue presenti nelle insegne: centro storico e quartiere Bolognina*



Oltre alla distribuzione assoluta delle lingue, è interessante analizzare la frequenza con cui ciascuna lingua assume il ruolo di lingua dominante nelle insegne in centro storico e in Bolognina, ovvero la lingua resa più visibile o enfatizzata graficamente.

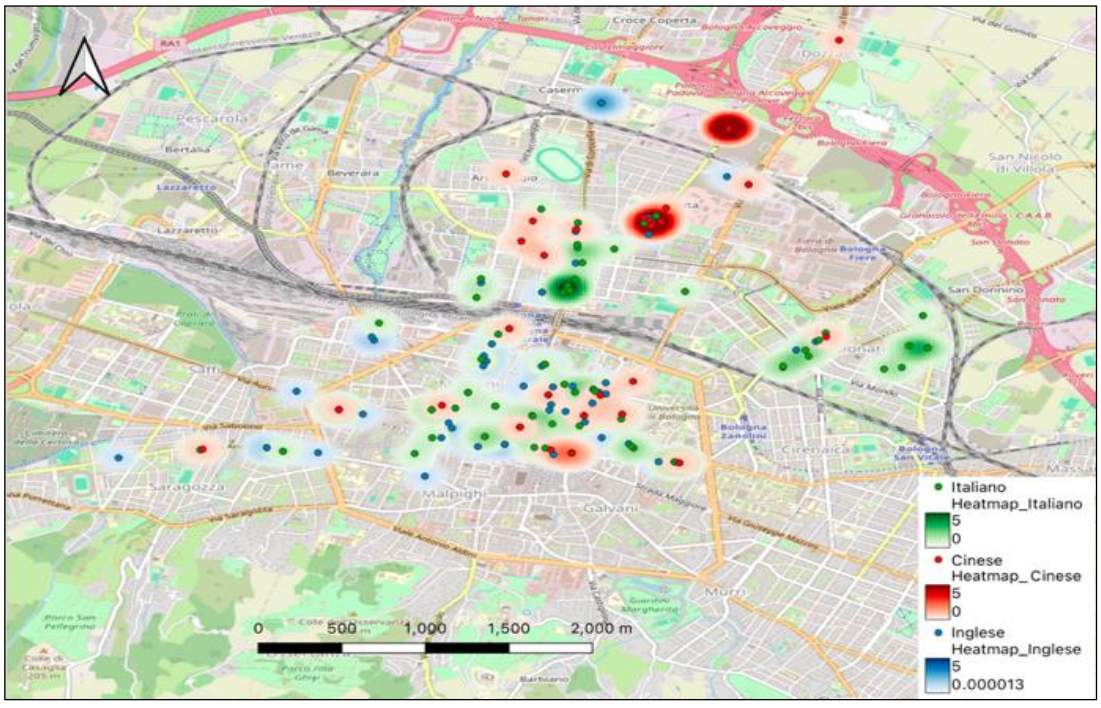
Nei 98 testi raccolti nel centro storico, l'inglese risulta dominante nel 45% dei casi, seguito dall'italiano (41%), mentre il cinese appare come lingua principale solo nel 12% circa. Nei 94 testi analizzati nella zona della Bolognina, invece, l'italiano si conferma lingua dominante nel 41% dei casi, mentre il cinese e l'inglese si attestano entrambi al 29%, in una situazione di sostanziale parità.

Grafico 2. *Frequenza della lingua dominante nelle insegne: centro storico e quartiere Bolognina*



Questa distribuzione conferma una tendenza già rilevata in altri contesti urbani multiculturali: nel centro storico i commercianti privilegiano lingue ad alta accessibilità per il pubblico locale e turistico (italiano e inglese), mentre nella Bolognina – area a forte presenza della comunità cinese – il cinese mantiene un ruolo centrale come marcatore identitario e simbolico. Tale tendenza trova riscontro anche in Figura 5, relativa alla distribuzione spaziale della lingua dominante: l'italiano, contrassegnato dai punti verdi, risulta diffuso in tutta la città; il cinese, rappresentato dai punti rossi, si concentra in particolare nella Bolognina, soprattutto lungo via Ferrarese; l'inglese, invece, contrassegnato dai punti blu, appare principalmente nel centro.

Figura 5. *Distribuzione spaziale della lingua dominante nelle insegne commerciali cinese a Bologna*



Le differenze riscontrate nella distribuzione e nella funzione delle lingue sulle insegne commerciali tra il centro storico e la Bolognina si possono comprendere alla luce delle diverse funzioni urbane e composizioni demografiche dei due quartieri.

Il centro storico di Bologna, cuore simbolico e turistico della città, è caratterizzato da un'elevata circolazione di persone – turisti, studenti e lavoratori internazionali. In questo contesto, l'uso prevalente dell'italiano e dell'inglese riflette una strategia comunicativa orientata all'accessibilità, alla visibilità e alla modernità. Le insegne dei locali gestiti da cinesi mostrano dunque un chiaro orientamento verso il pubblico italiano e internazionale, ma al tempo stesso mettono in evidenza l'agency linguistica dei proprietari nella loro attenta disposizione dei codici: il nome italiano occupa di norma la posizione centrale e più visibile, indicando la tipologia dell'attività mentre il nome cinese viene collocato in posizione laterale e subordinata.

Ad esempio, la Figura 6 dimostra un'insegna commerciale di un ristorante cinese che si trova dietro la piazza Verdi in zona universitaria. Il nome italiano *Ristorante Cinese Giapponese* si trova al centro, con caratteri di grande dimensione che dominano lo spazio. Al contrario, il nome cinese 天天 (*tiān tiān*, 'ogni giorno') viene collocato in posizione laterale e subordinata dal punto di vista grafico. Questa disposizione riflette una gerarchia visiva che assegna all'italiano la funzione primaria di comunicazione verso il pubblico locale, mentre il cinese assume un ruolo identitario e comunitario.

Figura 6. *L'insegna del "RISTORANTE CINESE GIAPPONESE天天 TIAN TIAN"*



Di solito l'insegna cinese rimanda al proprietario o ai familiari (ad esempio 陈氏医药 *chén shì yīyào*, 'erboristeria della famiglia Chen' [insegna in italiano: Erboristeria Chen]), a valori auspicali (富都饭店 *fù dū fàndiàn*, 'ristorante della città prospera' [insegna in italiano: Ristorante Fudu]) o a riferimenti culturali (大元超市 *Dàyuán chāoshì*, 'supermercato Dayuan', con riferimento alla dinastia Yuan [insegna in italiano: Dayuan Mercato Oriente]). Dal punto di vista traduttivo, tali componenti vengono spesso resi in pinyin – conservandone il suono ma non il significato – e acquisiscono così un'aura di "esotico"; in altri casi non vengono tradotti affatto, come si osserva nell'insegna mostrata in Figura 7. Il nome cinese 宽窄巷子 (*kuānzhǎi xiàngzi*, letteralmente 'vicoli larghi e stretti'), evocativo dei tradizionali vicoli cinesi, non viene riportato nel nome italiano, che recita semplicemente *Ristorante Cinese*.

Figura 7. *L'insegna del "RISTORANTE CINESE 宽窄巷子"*



Tale configurazione può essere letta come una pratica "polifonica" (Backhaus, 2007; Zhao, 2021), in cui i diversi codici coesistono senza corrispondenza traduttiva, veicolando messaggi distinti a pubblici differenti: per i lettori cinesi, la denominazione in lingua madre esprime l'identità del locale e le aspirazioni auspicali del proprietario, mentre per i lettori non cinesi l'italiano e l'inglese trasmettono principalmente informazioni sulla tipologia commerciale e sulla funzione del luogo. In tal modo, l'obbligo normativo di garantire la presenza dell'italiano viene trasformato dai proprietari in una strategia comunicativa che, da un lato, assicura visibilità e accessibilità attraverso l'italiano come lingua principale, e dall'altro preserva il cinese come risorsa evocativa e identitaria, marcando al contempo i confini simbolici tra chi appartiene alla comunità linguistica cinese e chi ne resta al di fuori.

La situazione nella Bolognina si configura in modo opposto. Quartiere a forte densità migratoria, con una presenza cinese storicamente radicata e visibile, esso presenta insegne in cui il cinese occupa la posizione centrale, con caratteri ampi e colori vivaci, rivolgendosi principalmente alla clientela di origine cinese. Un esempio è l'insegna "蓝天旅行社 AGENZIA VIAGGI LAND&SKY" (Figura 8), dove il nome cinese domina lo spazio visivo, mentre l'italiano compare solo in basso con lettere più piccole e meno evidenti. Come ha spiegato una dipendente dell'agenzia, circa il 70% dei clienti è costituito da immigrati o studenti cinesi, e ciò giustifica la marginalità dell'italiano.

Figura 8. *L'insegna del "蓝天旅行社 AGENZIA VIAGGI LAND&SKY"*



In alcuni casi, la differenza si estende anche al contenuto, come dimostrato nell'insegna mostrata in Figura 9. Non tutti gli elementi cininesi vengono tradotti in italiano, come *温州小吃 wēnzhōu xiǎochī* 'snack di Wenzhou', *婚宴酒席 hūnyàn jiǔxí* 'banchetti di nozze', *商务宴请 shāngwù yànqǐng* 'cene di lavoro", *生日宴会 shēngrì yànhuì* 'feste di compleanno', *过年餐 guònián cān* 'pasti per il Capodanno', *外卖 wàimài* 'cibo da asporto', *包厢 bāoxiāng* 'salette private'. L'unico elemento in italiano presente sull'insegna è un nome generico, come *Ristorante Giardino d'uva*, privo di riferimenti cinesi o asiatici che solitamente servono ad attrarre la clientela italiana.

Figura 9. *L'insegna del "葡萄园酒店 RISTORANTE GIARDINO D'UVA"*



In questo scenario risulta evidente che i destinatari principali sono gli immigrati cinesi: l'italiano perde la sua funzione comunicativa primaria e rimane presente soprattutto per adempiere agli obblighi normativi. Anche qui emerge l'agency linguistica dei proprietari, che scelgono consapevolmente di privilegiare il cinese per rafforzare i legami comunitari e valorizzare l'identità culturale. L'uso più frequente e marcato del cinese nelle insegne della Bolognina suggerisce quindi un rapporto più stretto tra lingua e territorio, oltre a

configurarsi come una forma di resistenza simbolica e di affermazione culturale nel processo di integrazione urbana.

In tal modo, si osserva come l'agency linguistica dei proprietari cinesi si manifesti in forme diverse a seconda del contesto urbano: nel centro storico per conciliare visibilità internazionale e obblighi normativi, nella Bolognina per rafforzare l'identità comunitaria, evidenziando al contempo le dinamiche di potere implicite nella politica linguistica cittadina che privilegia l'italiano nello spazio pubblico.

4.2. *Memoria migrante e stratificazione linguistica nelle insegne della Bolognina*

Un ulteriore elemento che distingue le insegne nella Bolognina è lo stile dei caratteri cinesi. Nei casi osservati nella zona, si registra una predominanza dell'uso dei caratteri tradizionali, piuttosto che semplificati, il che suggerisce non solo una scelta estetica ma anche il richiamo a un'immagine di autenticità e prestigio culturale.

I nomi delle attività riflettono un repertorio lessicale di stampo tradizionale, con termini desueti o evocativi. Ecco alcuni esempi rilevanti: *貨行*, *huò háng*, 'emporio'[11]; *酒樓*, *jiǔ lóu*, 'taverna'[12]; *豐泰*, *fēng tài*, 'abbondanza e pace'; *興隆*, *xīng lóng*, 'prosperità fiorente'; *漢宮*, *hàn gōng*, 'palazzo Han'; *大榮華*, *dà róng huá*, 'grande gloria e splendore'; *喜臨門*, *xǐ lín mén*, 'gioia alla porta'. In realtà, molti dei termini osservati – come *貨行*, *huò háng*, 'emporio' o *酒樓*, *jiǔ lóu*, 'taverna' – sono ormai raramente utilizzati nel cinese contemporaneo, soprattutto tra le nuove generazioni in Cina, che impiegano più frequentemente *百货商店*, *bǎihuò shāngdiàn*, 'negozio di articoli vari' al posto di *貨行*, *huò háng*, 'emporio' e *饭店*, *fàndiàn*, 'ristorante' al posto di *酒樓*, *jiǔ lóu*, 'taverna'. La loro persistenza nelle insegne della Bolognina può essere letta come un indicatore della storicità di queste attività commerciali.

Nel corso delle interviste, alcuni proprietari hanno riferito di aver rilevato l'attività da altri titolari cinesi e di aver scelto di non cambiare il nome dell'insegna. In particolare, il titolare attuale di un negozio denominato *新中国* (*xīn zhōng guó*, 'Nuova Cina') ha spiegato di aver ereditato il nome dal precedente proprietario. Un altro parrucchiere ha sottolineato che modificare l'insegna comporterebbe la necessità di rifare la registrazione commerciale, procedura che attira controlli da parte delle autorità locali. Per evitare complicazioni burocratiche, molti preferiscono quindi mantenere il nome originale. Questo spiega la conservazione di nomi che oggi suonano arcaici, ma che riflettono la stratificazione storica della presenza cinese in questo quartiere.

Fin dai primi anni del secondo dopoguerra, la Bolognina ha accolto numerose famiglie cinesi, attive soprattutto nei settori artigianali e commerciali, come la lavorazione di tessuti, pelle, cuoio e materiali plastici per borse (Minuz, Forconi, 2018). Le insegne che oggi mostrano vocaboli datati – spesso scritti in caratteri tradizionali e collocati in alto o a sinistra – diventano così testimoni visivi di una memoria migrante, legata alla lunga presenza della comunità cinese nel quartiere. Questa osservazione suggerisce che la lingua nelle insegne commerciali non sia un semplice riflesso di scelte identitarie o comunicative, ma piuttosto il risultato stratificato di fattori storici, burocratici e socio-economici (Barni,

[11] Nei testi storici cinesi, il termine *貨行* designava negozi o magazzini dove si compravano e vendevano merci di vario genere. Qui si è scelto il termine *emporio*, ormai desueto in italiano, per rendere l'idea di un locale commerciale polifunzionale, considerando che oggi il termine *貨行* è poco usato in cinese.

[12] Nei testi storici cinesi, il termine *酒楼* designava locali in cui era possibile consumare pasti, organizzare banchetti e riunioni familiari o commerciali. Qui si è scelto il termine *taverna*, ormai desueto in italiano, considerando che oggi il termine *酒楼* è poco usato in cinese.

Bagna, 2015). La lingua visibile nello spazio urbano diventa così un documento vivo della storia migratoria stratificata (Backhaus, 2007; Shohamy, Gorter, 2009), in cui coesistono passato e presente.

Un caso di "cinesizzazione" inversa: un esempio interessante è rappresentato dal "Mina bar 米娜酒吧", un bar situato in via ferrarese della Bolognina e gestito da una famiglia cinese.

Figura 10. *L'insegna del "Mina Bar 米娜酒吧"*



Il nome *Mina* richiama la celebre cantante italiana, conferendo al locale un forte richiamo alla cultura italiana, mentre la traslitterazione cinese 米娜 (*mǐnà*, letteralmente 'Mina') ne preserva la riconoscibilità fonetica per il pubblico locale. La traduzione di *Bar* in 酒吧 (*jiǔbā*, letteralmente 'locale dove si serve alcol e bevande') indica la funzione del locale ai clienti cinesi, realizzando così una strategia di trasformazione transculturale: il simbolo italiano viene mantenuto ma adattato al contesto della comunità cinese.

Dal punto di vista della funzione differenziata, il *Mina Bar* mostra una chiara divisione dei codici linguistici. Il nome italiano funge da simbolo interculturale, rafforzando identità comunitaria e legame con la cultura italiana, mentre i contenuti dell'insegna sotto si articolano secondo una logica funzionale distinta. In italiano sono elencati prodotti e servizi tipici di un bar italiano come *tavola calda*, *frutteria*, *panini*, *aperitivi*, in cinese si presentano i cibi da strada molto popolari in Cina come*鸡蛋仔 jīdànzǎi* 'egg waffle', *关东煮 guāndōngzhǔ* 'oden', *奶茶 nǎichá* 'bubble tea'. Le due lingue non vengono tradotte tra loro, ma rispondono a esigenze comunicative separate, rispettivamente per clienti italiani e cinesi.

L'emergere del *Mina Bar* indica come il modello del bar italiano sia ormai integrato nella vita quotidiana della comunità cinese; tuttavia, a differenza dei bar tradizionali italiani gestiti da cinesi che mantengono il nome originale per preservare la clientela storica, il *Mina Bar* introduce elementi specifici per attrarre la clientela cinese. Ciò evidenzia una doppia agency linguistica: a livello nominale si assorbono simboli culturali italiani, a livello comunicativo-strategico si differenzia l'offerta linguistica e culturale in funzione dei diversi pubblici.

Un altro esempio significativo di appropriazione di elementi italiani da parte di commercianti cinesi è rappresentato dall'insegna del "Ravioli 2 Torri 双塔饺子馆" (Figura 11): un locale dedicato ai ravioli cinesi situato in centro storico. Il nome incorpora

il riferimento alle Due Torri, uno dei principali simboli della città di Bologna, realizzando così una strategia di localizzazione e inserimento spaziale: la scelta del toponimo italiano non solo identifica la posizione del locale, ma rafforza la riconoscibilità e la familiarità del quartiere anche per i clienti cinesi.

Figura 11. *L'insegna del "Ravioli 2 Torri 双塔饺子馆"*



Questi esempi mostrano come l'agency linguistica dei proprietari possa manifestarsi in forme diverse: se nei casi precedenti è sempre adattare gli elementi cinesi nel contesto linguistico e culturale italiano, in questi due casi, i proprietari cinesi adottano e ricreano gli elementi italiani all'interno della comunità cinese.

In sintesi, le insegne della Bolognina riflettono una stratificazione linguistica e culturale che testimonia la lunga presenza della comunità cinese nel quartiere. Da un lato, i nomi tradizionali e i caratteri collocati in posizioni privilegiate costituiscono tracce di memoria migrante, indicando continuità storica e rispetto delle pratiche dei predecessori. Dall'altro, esempi come il *Mina Bar* e il *Ravioli 2 Torri* mostrano come i proprietari cinesi esercitino una significativa agency linguistica: attraverso l'adozione, l'adattamento e la ricreazione di elementi italiani, essi negoziano identità culturali, rafforzano legami comunitari e rispondono a esigenze comunicative differenziate dei diversi pubblici. La combinazione di conservazione storica e innovazione transculturale evidenzia come le scelte linguistiche nelle insegne non siano solo operative o estetiche, ma strumenti strategici di posizionamento sociale, appartenenza comunitaria e mediazione culturale all'interno dello spazio urbano.

4.3. *Insegne e identità culturale: prima e seconda generazione cinese*

L'evoluzione delle insegne commerciali gestite da immigrati cinesi a Bologna non riflette soltanto il cambiamento nelle strategie linguistiche, ma anche la trasformazione dell'identità culturale della comunità cinese, in particolare nel confronto tra la prima e la seconda generazione.

Un esempio interessante di tale cambiamento si osserva nei ristoranti gestiti dalla famiglia Jiang, che ha vissuto due fasi ben distinte. La prima generazione, rappresentata dal signor Lianzhou e dalla signora Meiqin, è arrivata a Bologna negli anni '80 e ha aperto il ristorante *La Rosa*, un nome che per il fondatore aveva un valore simbolico legato alla sua terra d'origine, il Zhejiang, dove tale parola era molto popolare in quegli anni – come spiegato nel corso dell'intervista.

Figura 12. *L'insegna del "RISTORANTE CINESE La Rosa 玫瑰楼"*



Il ristorante, orientato a offrire cucina tradizionale cinese, rispecchiava l'approccio della prima generazione: da un lato, il mantenimento della propria identità culturale attraverso l'uso del dialetto dello Zhejiang in famiglia o con clienti cinesi; dall'altro, l'impiego dell'italiano nella comunicazione con la clientela locale.

Meiqin, la proprietaria di *La Rosa*, ha un livello di istruzione inferiore (scuola media) e parla il dialetto del Zhejiang, il mandarino e l'italiano. A casa utilizza principalmente il dialetto, mentre si rivolge ai clienti italiani in italiano, e agli studenti cinesi prevalentemente in mandarino. Questo comportamento riflette il modo in cui la prima generazione si è adattata al contesto locale, mantenendo però un forte legame con la propria lingua madre. La sua esperienza è simile a quella di molte famiglie cinesi giunte in Italia negli anni '80, portatrici di una tradizione linguistica che, seppur modificata, continua a costituire un pilastro identitario.

Il figlio di Meiqin, Matteo Jiang, rappresenta la seconda generazione. Cresciuto e scolarizzato in Italia, ha trascorso un anno di studio a Shanghai come studente internazionale. Insieme alla sorella Maria, ha aperto nel 2023 il ristorante *Baoneki*, situato a pochi passi da *La Rosa*, ma profondamente diverso rispetto al ristorante tradizionale della famiglia.

Figura 13. *L'insegna del "BAONEKI"*



Baoneki propone una cucina fusion asiatica, con formule di *Asian tapas*, ispirate all'esperienza gastronomica maturata durante viaggi in Asia e in capitali europee come Parigi, Berlino e Londra.

Figura 14. *L'insegna del "ASIAN TAPAS"*



Matteo ha conosciuto la moglie shanghainese durante lo scambio in Cina, e con lei e la sorella ha sviluppato un *concept* moderno e internazionale, volutamente distante dall'immagine tradizionale del ristorante cinese. Come raccontano, in Asia la contaminazione tra ricette, tè, bar e spazi d'intrattenimento (come Karaoke e discoteche) è la norma, e da qui deriva l'idea di creare un locale "ibrido" e contemporaneo.

Il locale si rivolge a un pubblico giovane e cosmopolita, prevalentemente locale, attraverso una strategia comunicativa più moderna, basata sull'uso dei social media. La creazione di un sito ufficiale del ristorante[13], l'aggiornamento costante delle informazioni su Google Maps, la promozione di eventi legati alle festività tradizionali cinesi attraverso piattaforme come Instagram, insieme a un'offerta gastronomica inclusiva che prevede opzioni vegetariane e vegane, testimoniano un'evoluzione significativa nell'approccio culturale e identitario della seconda generazione. Queste pratiche mostrano una strategia comunicativa orientata alla visibilità, alla partecipazione interculturale e all'adattamento ai gusti e ai valori di un pubblico giovane e cosmopolita.

La strategia si appoggia anche al repertorio plurilingue di Matteo, che parla il dialetto del Zhejiang con i genitori, una commistione di dialetto e italiano con i fratelli, italiano con gli amici e inglese con parte della clientela; occasionalmente utilizza anche il mandarino.

La seconda generazione ha scelto di rendere la cultura cinese un elemento distintivo, ma allo stesso tempo accessibile e integrato nel contesto bolognese, cercando di attrarre principalmente i giovani italiani attraverso iniziative in linea con le tendenze moderne. Un esempio è il *Veganuary*: ogni martedì di gennaio, chi ordina un piatto vegano riceve un cocktail in omaggio. In confronto, la prima generazione era più focalizzata sulla conservazione della cultura originaria attraverso scelte linguistiche e simboliche fortemente radicate nella tradizione, mentre la seconda generazione adotta una visione più aperta e globale, utilizzando la cultura asiatica come strumento di marketing e elemento "di tendenza", pur mantenendo un legame con le proprie radici.

I cambiamenti si riflettono anche nella scelta delle insegne. Il nome *La Rosa*, accompagnato dai caratteri cinesi, adottato dalla prima generazione, richiama la bellezza e la tradizione cinese in modo indiretto, attraverso un approccio conservatore e radicato nel contesto locale. Al contrario, *Baoneki* rappresenta una scelta completamente diversa: si tratta di un nome di fantasia e dal suono moderno, in cui *bao* riproduce in traslitterazione latina il carattere cinese 包 ('panino'), mentre *neki* non ha un significato specifico, ma richiama foneticamente un'idea generica di "asiaticità". Questo nome, privo di riferimenti culturali espliciti ma suggestivo e facilmente pronunciabile, è funzionale a creare un'immagine esotica ma accessibile, pensata per attrarre un pubblico italiano giovane e cosmopolita.

Anche la gestione del personale riflette la differenza generazionale: in *La Rosa*, come in altri ristoranti della prima generazione, i proprietari ricoprono più ruoli (cassa, sala, bar),

[13] https://baoneki.it/.

impiegando solo personale essenziale – in particolare cuochi cinesi. In *Baoneki*, invece, oltre ai proprietari (Matteo, la moglie e la sorella), la maggior parte dei camerieri, cassieri e baristi sono giovani italiani. Questo riflette una crescente apertura verso la società locale e un interesse reciproco per la cultura asiatica.

In sintesi, l'evoluzione delle insegne e delle strategie comunicative nei ristoranti cinesi a Bologna dimostra come la cultura e l'identità dei migranti si trasformino nel tempo, passando da un approccio tradizionale e conservatore a uno più moderno, globale e integrato. Le scelte linguistiche e grafiche non sono solo mezzi di comunicazione, ma veri e propri strumenti di costruzione e negoziazione dell'identità culturale nelle diverse generazioni di immigrati cinesi.

5. Conclusioni

Il presente studio ha esplorato come la lingua cinese interagisca con altre lingue nella società italiana, in particolare attraverso l'analisi delle insegne dei negozi e locali gestiti da immigrati cinesi a Bologna.

I risultati hanno confermato che la lingua cinese, seppur presente in modo consistente nelle insegne, si è adattata alle necessità comunicative del contesto urbano bolognese. La prevalenza dell'italiano e dell'inglese, soprattutto nel centro storico, rispecchia una strategia di accessibilità rivolta a una clientela locale e turistica. Al contrario, nella Bolognina, area con una forte presenza cinese, la lingua cinese gioca un ruolo centrale non solo come mezzo comunicativo ma anche come marcatore identitario, testimonianza della memoria migrante e della resistenza culturale.

L'analisi ha anche messo in luce le differenze tra le generazioni nella scelta delle lingue e dei simboli nelle insegne. Mentre la prima generazione tende a mantenere un forte legame con la cultura di origine, visibile attraverso l'uso di caratteri tradizionali e nomi evocativi, la seconda generazione, come nel caso della famiglia Jiang, adotta un approccio più moderno e globalizzato, riflettendo una strategia di marketing che si rivolge principalmente ai giovani italiani, attraverso l'uso dei social media e un'interpretazione dinamica della cultura cinese.

In generale, le insegne commerciali dei negozi cinesi a Bologna non solo riflettono le dinamiche linguistiche e le strategie economiche, ma anche i processi di costruzione dell'identità culturale e dell'integrazione dei migranti. Le scelte linguistiche e grafiche, come il bilinguismo, l'uso di caratteri tradizionali o semplificati, e l'adozione di nuove tecniche di marketing, sono indicatori chiave delle trasformazioni identitarie in corso, dove la cultura di origine viene reinterpretata e adattata per incontrare le esigenze di un pubblico più ampio, riflettendo al contempo la memoria storica della comunità.

Riferimenti bibliografici

Backhaus P. (2007), *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Bristol.

Bagna C. (2006), "Dalle lingue 'esotiche' all'italiano di contatto: scelte e strategie comunicative all'interno del mercato Esquilino (Roma)", in Banfi E., Iannàccaro G. (a cura di), *Lo spazio linguistico italiano e le "lingue esotiche". Rapporti e reciproci influssi*, Bulzoni, Roma, pp. 463-491.

Bagna C., Barni M. (2006), "Per una mappatura dei repertori linguistici urbani: nuovi strumenti e metodologie", in De Blasi N., Marcato C. (a cura di), *La città e le sue lingue. Repertori linguistici urbani*, Liguori, Napoli, pp. 165-188.

Barni M., Bagna C. (2009), "A mapping tecnique and the Linguistic landscape", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, New York, pp. 126-140.

Barni M., Bagna C. (2015), "The Critical Turn in LL: New Methodologies and New Items in LL", in *Linguistic Landscape*, 1, pp. 6-18.

Barni M., Bagna C., Bellinzona M. (2021), "Linguistic Landscape And Urban Multilingualism", in Adamou E., Matras Y. (eds.), *The Routledge Handbook of Language Contact*, Routledge, London, pp. 349-365.

Desoutter C., Gottardo (2016), "Il paesaggio linguistico delle Chinatown di Milano e Parigi: non solo i cinesi scrivono in cinese", in *Mondi Migranti*, 2, pp. 203-222.

Extra G., Yagmur K. (2005), "Multilingual Cities Project: Crossnational perspectives on immigrant minority languages in Europe", in *Noves SL: Journal of Sociolinguistics* (spring-summer), pp. 1-9.

Giles H. (ed.) (1977), *Language, ethnicity and intergroup relations*, Academic Press, London.

Huebner T. (2006), "Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change", in Gorter D. (ed.), *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 31-51.

Hymes D. (1972), "Models of the interaction of language and social life", in Gumperz J., Hymes D. (eds.), *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*, Holt, Rinehart and Winston, New York, pp. 35-71.

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.

Leeman J., Modan G. (2009), "Commodified language in Chinatown: A contextualized approach to linguistic landscape", in *Journal of Sociolinguistics*, 13, 3, pp. 332-362.

Lipovsky C., Wang W. (2019), "Wenzhou restaurants in Paris's Chinatowns: A case study of Chinese ethnicity within and beyond the linguistic landscape", in *Journal of Chinese Overseas*, 15, 2, pp. 202-233.

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.

Scollon R., Scollon S. W. (2003), *Discourses in place: Language in the material world*, Routledge, London.

Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, Routledge, London.

Wang X., Van de Velde H. (2015), "Constructing Identities through Multilingualism and Multiscriptualism: The Linguistic Landscape in Dutch and Belgian Chinatowns 多元语言文字中的认同建构—以荷兰, 比利时唐人街的语言风貌为例", in *Journal of Chinese Overseas*, 11(2), pp. 119-145.

APPENDICE

Intervista ai proprietari sulle insegne commerciali cinesi a Bologna

Negozio

1. *Tipologia di negozio*:

A. Ristorazione
B. Supermercato / Generi vari
C. Elettronica
D. Farmacia
E. Parrucchiere / Estetica
F. Altro

2. *Indirizzo del negozio*:

A. Centro città
B. Vicino alla stazione
C. Bolognina
D. Altro:

3. *Insegna del negozio*:

a) Lingue presenti:

A. Cinese
B. Italiano
C. Inglese
D. Giapponese
E. Coreano
F. Pinyin

b) *Lingua principale*:

A. Cinese
B. Italiano
C. Inglese
D. Giapponese
E. Coreano
F. Pinyin

c) *Caratteristiche semantiche*:

A. Indica il proprietario o l'origine dei prodotti/servizi
B. Nome del proprietario
C. Esprime auguri o buoni auspici
D. Riflette simboli culturali
E. Indica la tipologia di negozio
F. Altro: _____

Intervistato-Proprietario

Prima parte – Informazioni personali

1. *Genere*:

A. Femmina
B. Maschio

2. *Età*:

A. Meno di 30
B. 30-45
C. 45-60
D. Oltre 60

3. *Regione di provenienza in Cina*:

A. Zhejiang
B. Fujian
C. Guangdong
D. Altro

4. *Livello di istruzione*:

A. Scuola media o inferiore
B. Scuola superiore
C. Università
D. Post-laurea

5. *Da quanto tempo vive in Italia?*

A. Nato/a in Italia
B. Meno di 5 anni
C. 5-10 anni
D. 10-20 anni
E. Oltre 20 anni

6. *Motivazioni della scelta di venire in Italia* (più opzioni possibili):

A. Lavoro
B. Famiglia
C. Studio

Seconda parte – Informazioni sulla famiglia

7. *Quali sono i membri della famiglia che risiedono in Italia?*

A. Solo lei/lui
B. Famiglia nucleare
C. Parenti collaterali

8. *Nella sua famiglia o tra i parenti ci sono italiani non di origine cinese?*

A. No
B. Sì, _____ persone

Terza parte – Uso delle lingue

9. *Quali lingue parla?*

A. Dialetto
B. Mandarino
C. Italiano
D. Altro: _____

10. *Ambiti di utilizzo delle lingue* (più opzioni possibili):

Dialetto:

A. Famiglia
B. Amici

C. Clienti
D. Altro

Mandarino:

A. Famiglia
B. Amici
C. Clienti
D. Altro

Italiano:

A. Famiglia
B. Amici
C. Clienti
D. Altro

Altre lingue:

A. Famiglia
B. Amici
C. Clienti
D. Altro

11. *Livello di competenza linguistica* (1-10, 1=minimo, 10=massimo):

Dialetto:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mandarino:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Italiano:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Altra lingua:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

12. *Percentuale d'uso delle lingue* (10%-100%):

Dialetto:	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90% 100%
Mandarino:	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90% 100%
Italiano:	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90% 100%
Altre lingue:	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90% 100%

Quarta parte – Informazioni sul negozio

13. *Tipologia di clientela*:

A. Cinesi
B. Italiani
C. Turisti
D. Immigrati non cinesi

14. *Percentuale di ciascun tipo di cliente* (1-100%):

Cinesi:	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90% 100%
Italiani:	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90% 100%
Turisti:	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90% 100%
Altri immigrati:	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90% 100%

15. Lingue presenti sull'insegna:

A. Cinese
B. Italiano
C. Inglese
D. Giapponese
E. Coreano
F. Pinyin

16. *Lingua dominante*:

A. Cinese
B. Italiano
C. Inglese
D. Giapponese
E. Coreano
F. Pinyin

17. *Motivazioni della scelta* (più opzioni possibili):

A. Riflettere elementi esotici del prodotto/servizio
B. Soddisfare le esigenze dei clienti usando la loro lingua
C. Evidenziare l'identità cinese
D. Rendere il negozio più prestigioso
E. Significato personale speciale

17. Ritiene che le insegne dei negozi cinesi abbiano elementi culturali comuni?

A. No
B. Sì, esempi: _____

Domande aperte per i proprietari

1. Come valuta l'accettazione dei negozi cinesi nella società locale?
2. Qual è, secondo Lei, la funzione delle insegne? I clienti li comprendono? Quali feedback ha ricevuto?
3. Lingue sull'insegna:
   A. L'insegna contiene solo _____; come ha deciso questa scelta?
   B. L'insegna contiene più lingue: _____; come ha deciso questa scelta? Perché queste lingue?
4. Elementi cinesi sull'insegna:
   A. Nessun elemento cinese o culturale; come ha progettato l'insegna?
   B. Elementi cinesi e culturali presenti: _____; come ha progettato l'insegna? (Ritiene che attraggano i clienti? Sono apprezzati nel mercato italiano?)
5. Ritiene necessario mostrare la propria identità culturale cinese sull'insegna? Perché? Quanto è importante? (1-5)
6. Dopo anni in Italia, si considera prima cittadino italiano e poi cinese, o viceversa? (Identità culturale cambiata?)
7. Ha mai cambiato l'insegna? Ritiene che questo rifletta cambiamenti nella sua vita e nella sua identità culturale

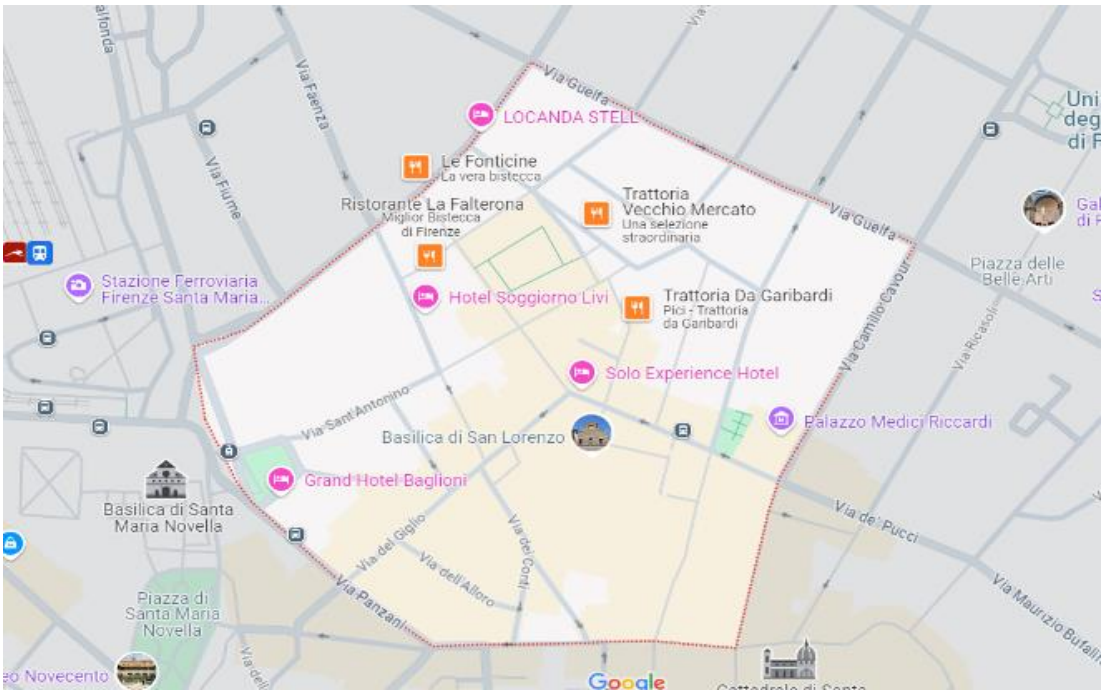
LINGUE IMMIGRATE IN UN QUARTIERE SUPERDIVERSO DI FIRENZE: IL CASO DELL'ARABO

Lorenzo Cambi, Yasmina Moussaid[1]

1. INTRODUZIONE

Il presente contributo si propone di indagare, attraverso l'analisi di alcune testimonianze del paesaggio linguistico (d'ora in poi PL) del rione fiorentino di S. Lorenzo, le modalità e le finalità dell'impiego della lingua araba in questo contesto caratterizzato da una marcata *superdiversità* (Vertovec, 2023). Il quartiere in oggetto, infatti, si configura come uno degli spazi maggiormente segnati dalle sempre più complesse e stratificate migrazioni che hanno interessato, e continuano ad interessare, la città di Firenze. Contestualmente, S. Lorenzo rientra nel centro storico, ovvero nell'area della città più esposta all'intenso flusso turistico quotidiano, con conseguenti trasformazioni di natura socioeconomica e demografica.

Figura 1. *Il rione di S. Lorenzo (FI)*



È legittimo parlare di *superdiversità* per un contesto come il rione di S. Lorenzo perché, come è possibile osservare dai dati pubblicati dal Comune di Firenze[2], la città è soggetta

[1] Università degli Studi di Firenze.
[2] Cfr. https://servizi.comune.fi.it/sites/www.comune.fi.it/files/report-migranti-2024.pdf.

a un aumento – lieve ma costante – della popolazione straniera[3] (+ 1,77% rispetto all'anno precedente) sia in termini assoluti che relativi; infatti, parallelamente a questa crescita, si ha un continuo decremento della popolazione di nazionalità italiana (- 0,23%), che fa sì che l'incidenza dei residenti di origine straniera sia cresciuta dal 15,79% del 2022 al 16,06% del 2023. Tale dato è amplificato all'interno del *Quartiere 1* (Centro Storico), cioè l'unità amministrativa che comprende anche S. Lorenzo, nel quale la popolazione straniera costituisce il 22,03% del totale (questa percentuale rappresenta il dato più alto tra quelli dei cinque quartieri amministrativi fiorentini).

Per quanto riguarda la composizione dell'eterogenea comunità straniera, i gruppi che presentano un maggior numero di abitanti sono quello rumeno (17,6% degli stranieri in città), quello cinese (15,4%) e quello peruviano (15,3%). Per questa ricerca, tuttavia, sono interessanti i dati relativi alle persone provenienti da Sri Lanka (5,6%; al sesto posto) e Bangladesh (5,2%; settimo posto), dato che tra coloro che provengono da queste nazioni vi è chi può avere contatti con la lingua araba in contesto religioso, ma soprattutto da Marocco (4,7%; ottavo posto) ed Egitto (2,5%; undicesimo posto), poiché in questi paesi l'arabo è la lingua ufficiale.

Coloro che provengono da queste nazioni hanno introdotto nello spazio linguistico e semiotico della città la lingua araba, nella veste di lingua "immigrata" (Vedovelli, 2016). Le varietà di questa lingua riscontrabili nel contesto fiorentino includono, oltre all'arabo classico e standard, principalmente varietà nordafricane (Marocco, Algeria, Tunisia, Egitto) e, in misura minore, varietà dell'arabo levantino (Siria, Libano, Iraq, Palestina).

Per quanto concerne il repertorio linguistico, la maggior parte di questi parlanti, in linea con quanto illustrato da Vedovelli *et al.* (2004), può essere definita italo-arabofona: l'arabo, infatti, è la loro lingua materna (L1), mentre l'italiano è stato appreso in età adulta, in seguito al trasferimento in Italia, e per lo più in risposta a esigenze comunicative quotidiane. Inoltre, è opportuno sottolineare che questi bilingui tendono a mantenere l'uso dell'arabo laddove possibile – ad esempio in ambito familiare o in contesti comunitari di tipo religioso e/o culturale – sia per motivi di accessibilità linguistica che per ragioni identitarie (ISTAT, 2014; Favaro, 2020).

Nel caso dei figli di questi migranti, a meno che non abbiano trascorso lunghi periodi nel paese d'origine, comprensivi di esperienze scolastiche, l'arabo può spesso essere classificato come lingua ereditaria (*heritage language*). Con questa espressione, Rothman (2009) intende una lingua a cui l'individuo è esposto fin dalla prima infanzia in ambito domestico, che non coincide con la lingua dominante della società in cui vive, ma che viene appresa parallelamente a quest'ultima nell'interazione con i diversi contesti sociali del territorio di insediamento.

Tale condizione configura una forma di bilinguismo che, pur interessando sia le prime sia le seconde generazioni, si manifesta con competenze linguistiche differenti nei due gruppi, non solo in relazione alla lingua italiana, ma anche a quella araba. Infatti, le prime generazioni tendono a mantenere l'uso della lingua madre nei contesti in cui è possibile farlo e a riservare l'italiano alle situazioni in cui è necessario, le seconde, invece, sono abituate ad alternare continuamente italiano e arabo, in base alle proprie esigenze comunicative e alle caratteristiche del contesto sociolinguistico (Moussaid, 2023).

Tuttavia, non avendo quest'ultime appreso l'arabo in ambiente scolastico, non hanno le stesse competenze delle prime generazioni nella varietà standard e in quella classica, e le loro conoscenze generalmente si limitano a una varietà parlata e dialettale, ovvero quella acquisita in ambiente familiare (Abdelsayed, Bellinzona, 2024b). Spesso, infatti, hanno una conoscenza indiretta delle varietà più formali, per cui sono in grado di comprenderle, ma più difficilmente riescono a utilizzarle; fanno eccezione coloro che hanno ricevuto una specifica formazione in lingua araba. A questa competenza prevalentemente orale si

[3] Con *straniera* si intende priva di cittadinanza italiana.

affianca, solitamente, una limitata padronanza della lingua scritta. Per tale motivo, non tutti gli arabofoni di seconda generazione[4] sono in grado di leggere e scrivere in alfabeto arabo, pur utilizzando fluentemente questa lingua nella comunicazione quotidiana, sia in dialetto sia, eventualmente, in registri più formali (Abdelsayed, Bellinzona, 2024a).

A queste differenze, che caratterizzano il repertorio linguistico dei parlanti arabofoni L1 di prima e di seconda generazione, si aggiunge la struttura diglottica tipica della lingua araba (Albirini, 2016), comune a tutte le sue comunità di parlanti. L'arabo, infatti, si articola in una varietà standard, il *Modern Standard Arabic* (MSA), impiegato in contesti formali, nell'istruzione e nei mezzi di comunicazione; una varietà classica, utilizzata nei testi religiosi e nella tradizione letteraria; e un insieme di varietà dialettali, prevalentemente orali, che si differenziano da Paese a Paese, come la *darija* marocchina, l'arabo egiziano, quello siriano, libanese, e così via. Ciascun parlante nativo di arabo, infatti, ha come lingua madre una varietà dialettale, mentre le altre forme della lingua vengono generalmente acquisite in contesti scolastici o istituzionali. Ogni varietà assolve a funzioni distinte e veicola specifici valori culturali e identitari, il che le rende, in molti casi, non interscambiabili; tuttavia, i confini tra le diverse forme dell'arabo non sono rigidamente definiti e vi sono contesti in cui si ricorre simultaneamente a più varietà, a seconda dell'interlocutore e dello scopo comunicativo (Diez, 2018).

Nella comunicazione orale quotidiana dei parlanti arabofoni L1 presenti in Italia, tanto tra i membri della prima generazione, quanto tra quelli della seconda, la varietà utilizzata è quella dialettale (Abdelsayed, Bellinzona, 2024b; Moussaid, 2024). Si tratta della stessa varietà impiegata nella maggior parte dei contesti informali nei paesi di origine; l'arabo classico e lo standard, invece, sono riservati a contesti più specifici: il primo trova spazio prevalentemente in ambito religioso, mentre il MSA è utilizzato soprattutto nei contesti educativi e nelle comunicazioni formali (Mion, 2020).

Per quanto riguarda l'arabo scritto, e in particolare quello presente nel paesaggio linguistico, si apre uno scenario più articolato, nel quale possono emergere tutte le varietà della lingua precedentemente menzionate, in funzione del contesto in cui il testo si colloca e dello scopo comunicativo che persegue. Il PL, infatti, non riflette soltanto le competenze linguistiche dei suoi autori, ma anche le loro rappresentazioni della lingua araba e il valore simbolico e culturale che vi attribuiscono (Dozio *et al.*, 2024). Come vedremo nei paragrafi successivi, in alcuni casi l'arabo viene utilizzato anche da soggetti non arabofoni, che ne fanno uso per finalità culturali o simboliche, a testimonianza della pluralità di significati e funzioni che questa lingua può assumere nello spazio urbano.

2. Obiettivi e metodologia

Considerate le caratteristiche e le complessità sociolinguistiche con le quali si può presentare l'arabo in una determinata area geografica, l'obiettivo di questo contributo è quello di osservare le varietà, le modalità e i significati con cui si presenta questa lingua all'interno del paesaggio linguistico fiorentino, e più precisamente nel quartiere di San

[4] Con arabofoni di seconda generazione si intendono sia gli *Heritage Language Learners* (HLL), sia i *Religious Language Learners* (RLL). In accordo con la definizione di Temples (2010), *Heritage Language Learners* (HLL) indica gli arabofoni che vivono in un contesto sociale in cui l'arabo non è la lingua ufficiale, ma che lo hanno appreso e lo utilizzano in ambito familiare da genitori nativi arabofoni. Con *Religious Language Learners* (RLL) si fa invece riferimento alle seconde generazioni che non usano l'arabo in famiglia (poiché non è la lingua nativa), ma lo conoscono e lo impiegano in contesti religiosi. In questi due gruppi non rientrano i parlanti o apprendenti di lingua araba che non utilizzano quest'ultima in ambiente familiare, né in contesti religiosi, i quali sono definiti *Foreign Language Learners* (FLL).

Lorenzo, che è una delle aree più multietniche della città e in cui vi è maggiore presenza di lingue immigrate nel PL, arabo compreso (Bagna *et al.*, 2024).

Al fine di valutare come questa lingua si sia inserita nella città toscana abbiamo scelto come strumento interpretativo il paesaggio linguistico[5], poiché le varietà esposte nello spazio pubblico, pur non offrendo indicazioni dirette sulla vitalità di una lingua in un determinato contesto (Barni, Bagna, 2010), rivelano molto sugli atteggiamenti della comunità ospitante, sia nei confronti della lingua stessa, sia nei confronti dei suoi parlanti. La lingua, infatti, costituisce un fatto culturale fondamentale nella costruzione dell'identità delle persone, soprattutto all'interno di un contesto migrante; per questo motivo, osservare come e perché questa venga impiegata è utile per leggere come un certo gruppo – in questo caso quello arabofono e/o musulmano – si collochi all'interno di una precisa realtà.

In particolare, ci siamo concentrati sulle modalità con cui la lingua araba viene impiegata dai diversi attori del PL di S. Lorenzo, soffermandoci sulle varietà presenti e sui significati che esse veicolano, sul pubblico a cui si rivolgono e sulle finalità comunicative perseguite. Abbiamo inoltre osservato la lingua araba in relazione alle altre lingue presenti nel PL, in testi caratterizzati da bilinguismo e/o fenomeni di *code-switching*. In questa analisi sono state incluse anche considerazioni sugli alfabeti utilizzati per rappresentare l'arabo, dal momento che i sistemi di scrittura non costituiscono soltanto una manifestazione materiale della lingua, ma veicolano anche specifici valori socioculturali.

Venendo all'aspetto metodologico della ricerca, abbiamo raccolto e catalogato le fotografie scattate nel rione di S. Lorenzo[6] con l'applicazione per dispositivi mobili *Lingscape*[7]. In seguito, le testimonianze del PL arabo sono state categorizzate in base alle lingue presenti (e, specificamente per la lingua araba, alle sue varietà), ai sistemi alfabetici e agli argomenti dei testi.

Una volta catalogati su *Lingscape*, i segni sono stati studiati qualitativamente. Si è scelto di non considerare aspetti quantitativi perché le testimonianze in lingua araba costituiscono solo una piccola parte del PL di S. Lorenzo, e ciò è dovuto non solamente alla presenza di altre comunità immigrate, ma anche all'intenso fenomeno di *turistificazione* che riguarda il centro storico di Firenze (Loda *et al.*, 2020), il quale ha fatto sì che la lingua inglese divenisse preponderante, in alcuni contesti, anche rispetto a quella italiana (Bagna *et al.*, 2024).

3. La lingua araba nel paesaggio linguistico di S. Lorenzo

Come detto, la lingua araba (nelle sue distinte varietà) non è che uno dei tanti tasselli che compone il mosaico culturale e linguistico di S. Lorenzo. Infatti, questo rione si caratterizza per essere la zona "più diversa" della città, all'interno della quale si incontrano, e talvolta si scontrano, comunità e interessi diversi[8]: gruppi turistici, con le loro aspettative di vivere esperienze autentiche; i residenti storici, schiacciati dalla pressione economica di vivere in un luogo turisticizzato e affetto da una carenza di servizi essenziali; le comunità immigrate, in cerca di un proprio spazio e di una propria legittimità. In questo quadro complesso, la lingua araba si fa portatrice di identità e culture precise, fondamentali per le

[5] Per una rassegna recente e puntuale sul filone di ricerca si vedano Gorter, Cenoz (2024) e Blackwood *et al.* (2024). In merito alla presenza dell'arabo nel PL italiano, invece, si veda lo studio di Dozio *et al.* (2024) sulla città di Milano.

[6] La raccolta fotografica è stata realizzata il 02/10/2024 all'interno dell'area mostrata nella Figura 1. In totale sono state scattate quindici fotografie.

[7] https://lingscape.uni.lu/.

[8] Si consideri la situazione del mercato centrale di Firenze, situato proprio in questo rione (Cambi, 2024).

persone immigrate per costruire un ponte con i luoghi di origine e per rappresentare un punto di riferimento, di aggregazione, in terra straniera.

All'interno di questo paragrafo, quindi, analizzeremo diversi aspetti che caratterizzano la lingua araba all'interno del paesaggio linguistico fiorentino. In particolare, osserveremo il valore culturale, e specificamente religioso, assunto dall'arabo; il rapporto tra questa lingua e le altre varietà presenti all'interno del contesto di S. Lorenzo (italiano e inglese su tutte, ma anche altre lingue immigrate); infine, il suo valore emotivo, espresso in alcune testimonianze non casualmente scritte a mano.

3.1. *Arabo: lingua, cultura e identità*

La presenza della lingua araba nel paesaggio linguistico osservato rivela un forte legame con la dimensione culturale, mettendo in evidenza tanto il rapporto tra lingua e cultura quanto quello tra lingua e identità. Infatti, nella sua variante dialettale, l'arabo costituisce la lingua madre dei parlanti immigrati arabofoni, evocando l'infanzia, i legami affettivi e il paese d'origine; nella sua forma standard, invece, richiama l'ambito scolastico e formativo (Favaro, 2021). Per i parlanti la cui L1 è l'arabo, tale lingua assume quindi un valore identitario rilevante: la sua conoscenza e il suo uso possono essere percepiti come strumenti fondamentali per preservare il legame con il proprio vissuto e per mantenere relazioni familiari e sociali con altri arabofoni, sia nel paese d'origine sia nella comunità locale (Moussaid, 2023). Tutto ciò avviene parallelamente alla necessità, imposta dal contesto migratorio, di possedere un adeguato livello di competenza nella lingua italiana.

Accanto al valore identitario che l'arabo assume per i parlanti nativi, è possibile riconoscere anche una forte dimensione culturale, che si riflette con particolare evidenza nel PL del rione di S. Lorenzo. L'arabo, infatti, non è soltanto la lingua madre di chi proviene da paesi in cui esso rappresenta l'idioma ufficiale e maggioritario, ma è anche la lingua tradizionalmente associata alla religione islamica, al punto che la sua varietà classica viene comunemente definita "lingua del Corano".

Nel paesaggio linguistico di S. Lorenzo è emersa la presenza di testi in arabo scritti in alfabeto arabo, alcuni dei quali ripresi direttamente dal Corano (Figure 3, 4), così come di espressioni che veicolano concetti religiosi, tra cui *bismillah* 'in nome di Dio' e *halal* 'lecito'[9] (in riferimento al cibo), riportate anche in alfabeto latino (Figura 2). Come avremo modo di vedere, termini come questi, insieme a formule augurali come *Eid mubarak* 'buona festa dell'Eid' (Figura 6), sono impiegati non solamente da comunità musulmane arabofone, ma anche da musulmani non nativi arabofoni presenti nel territorio, per i quali l'arabo rappresenta una lingua di riferimento in ambito religioso.

Figura 2. Halal*: una lingua, due alfabeti*



[9] Anche per via della sua diffusione nel PL delle città italiane, il termine *halal* è stato inserito da Ferrari (2023) tra le «parole migranti» ormai affermatesi nell'italiano.

In questi casi, quindi, la lingua araba si configura come veicolo di significati culturali e spirituali condivisi, e la scelta dell'alfabeto incide sulla definizione del pubblico destinatario: quando il testo è scritto in alfabeto arabo, esso si rivolge esclusivamente a chi è in grado di decifrarlo, mentre l'uso dell'alfabeto latino amplia la potenziale ricezione, rendendo i contenuti accessibili anche a chi conosce i termini ma non padroneggia l'alfabeto arabo.

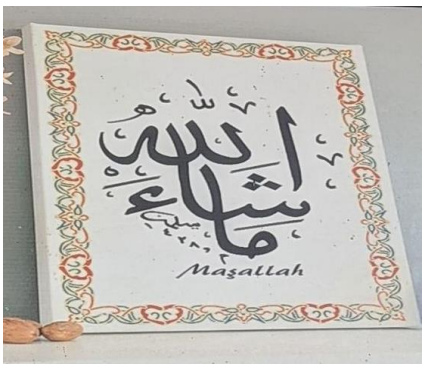
La Figura 3, che riporta un quadro appeso all'esterno della macelleria islamica del mercato centrale, presenta un esempio in cui la lingua araba è riportata esclusivamente nel proprio alfabeto. Si tratta, nello specifico, di versetti coranici disposti secondo le regole della calligrafia araba ed esposti con finalità non solo religiose, ma anche decorative e artistiche. Anche il testo visibile nella Figura 4, presente all'interno di un alimentari del quartiere, sembra assolvere a una funzione analoga: è infatti incorniciato e collocato in modo ben visibile a suggerire una volontà espositiva che unisce il valore estetico a quello spirituale. Più precisamente, il segno riporta l'espressione araba *mashallah*, in questo caso traslitterata anche in alfabeto latino, che letteralmente significa 'ciò che Dio ha voluto'; in arabo questo termine riveste spesso una connotazione religiosa e culturale ed è impiegata soprattutto in accezione positiva, per esprimere bellezza, gratitudine, sorpresa, ma anche in accezione negativa in riferimento a eventi spiacevoli.

Figura 3. *Versetti coranici esposti dalla macelleria islamica del mercato di S. Lorenzo*



Nella cultura arabo-islamica, la scrittura – e in particolare la calligrafia araba – non è soltanto uno strumento di espressione linguistica e comunicativa, ma può costituire anche una forma d'arte, assumendo un valore estetico che si affianca a quello religioso (Hagi, 2015). Nel contesto del PL da noi analizzato, a questi significati si aggiunge una dimensione identitaria: la lingua araba, infatti, si configura come espressione di appartenenza alla cultura islamica in senso ampio, a prescindere dall'alfabeto impiegato, dalla provenienza geografica o dalla L1 di emittenti e destinatari. Il senso di appartenenza culturale e religioso si intreccia dunque con quello linguistico, assumendo un ruolo centrale nei processi di costruzione dell'identità.

Figura 4. *La lingua araba tra arte e religione*



Come evidenziano i dati appena presentati, la maggior parte dei segni in lingua araba presenti nel rione di S. Lorenzo è riconducibile agli ambiti religioso e/o enogastronomico. Non a caso, il termine *halal* è quello maggiormente diffuso nel corpus raccolto: non solo per il suo significato religioso, che coinvolge più generalmente tutte le comunità musulmane, ma anche per l'importanza culturale che assume il settore gastronomico.

Per interpretare questa dinamica, risulta utile richiamare il concetto di *enoughness*, introdotto da Blommaert, Varis (2011) e applicato anche da Calvi (2017) nel suo studio del PL milanese. Con questo termine, gli studiosi intendono sottolineare che, in contesti di *superdiversità*, per veicolare un'identità culturale è sufficiente impiegare una quantità limitata, ma significativa, di risorse semiotiche: l'autenticità, infatti, non deriva dall'eccesso di simboli, ma dall'uso strategico di elementi ritenuti sufficienti a rappresentare una precisa appartenenza. In quest'ottica, la frequente esposizione di termini di carattere religioso suggerisce che questi siano considerati *abbastanza* per esprimere l'appartenenza alla comunità araba e, più in generale, musulmana. La scelta di limitare l'esposizione e la visibilità dell'arabo a pochi segni di forte valore simbolico, rispetto alla frequenza con cui queste comunità ne fanno effettivamente uso nella vita quotidiana, potrebbe riflettere un'esigenza di equilibrio con il contesto sociale circostante, in cui un'eccessiva esposizione della lingua potrebbe non essere accolta positivamente.

3.2. *Arabo in contesto multilingue*

L'interazione dell'arabo con l'italiano e con le altre lingue immigrate, unita alla sua peculiare condizione di lingua non esclusivamente utilizzata da arabofoni, favorisce la sua presenza all'interno di segni multilingui nel paesaggio linguistico. Infatti, nei dati raccolti, l'arabo compare in vari contesti bi- o plurilingui, ricoprendo funzioni differenti[10]: in alcuni casi assume un ruolo duplicante, cioè fornisce la traduzione di un contenuto condiviso con altre lingue; in altri, invece, svolge una funzione complementare, contribuendo a completare o arricchire il significato veicolato dagli altri codici linguistici presenti.

Per esempio, nella Figura 5 si osserva un'informazione riportata in sei lingue: arabo, inglese, bengalese, hindi, urdu e singalese. In questo caso, il rapporto tra i codici è di tipo duplicante, poiché il messaggio veicolato è identico in tutte le lingue. Anche la grafica del cartello – in termini di dimensioni del testo e disposizione spaziale[11] – suggerisce una parità tra le lingue impiegate, senza che emerga una gerarchia evidente. Lo scopo del

[10] Per un modello di classificazione dei segni multilingui si veda Sebba (2013).
[11] Ciò vale se si esclude che la disposizione verticale delle lingue testimonia un ordine di preferenza (Kress, van Leeuwen, 2020).

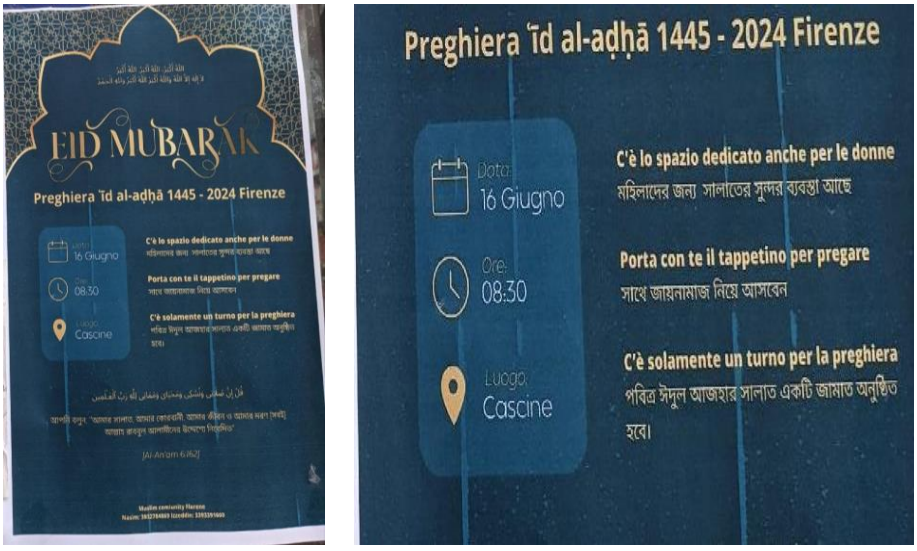
multilinguismo, in questo contesto, appare principalmente quello di raggiungere un pubblico il più ampio possibile; infatti, non sembrano essere presenti significati culturali specifici associati alle varie lingue. Un elemento rilevante è l'assenza dell'italiano, e in generale la presenza di una sola lingua occidentale, l'inglese, pur di portata globale. Nella volontà di includere molteplici destinatari, manca dunque un riferimento diretto al codice dominante nel contesto fiorentino.

Figura 5. *L'arabo in contesto multilingue*



In altri casi, come nella Figura 6a, il multilinguismo si manifesta attraverso un'asimmetria sia linguistico-spaziale sia contenutistica: si tratta, in particolare, di un volantino che invita alla preghiera per l'*Eid al-Adha*, festività religiosa islamica. Per quanto riguarda la composizione del testo: in alto compare un'espressione religiosa scritta in alfabeto arabo[12], priva di traslitterazione o traduzione, e con un corpo tipografico ridotto rispetto alla scritta successiva; subito sotto, *Eid Mubarak* 'buona festa' è traslitterato in alfabeto latino, senza la corrispondente versione in alfabeto arabo, e occupa visivamente una posizione dominante per dimensioni; l'italiano, infine, è impiegato in caratteri più piccoli per fornire informazioni pratiche relative al luogo, all'orario e alle modalità della preghiera.

Figura 6a. *L'arabo in contesto multilingue: una festa religiosa*



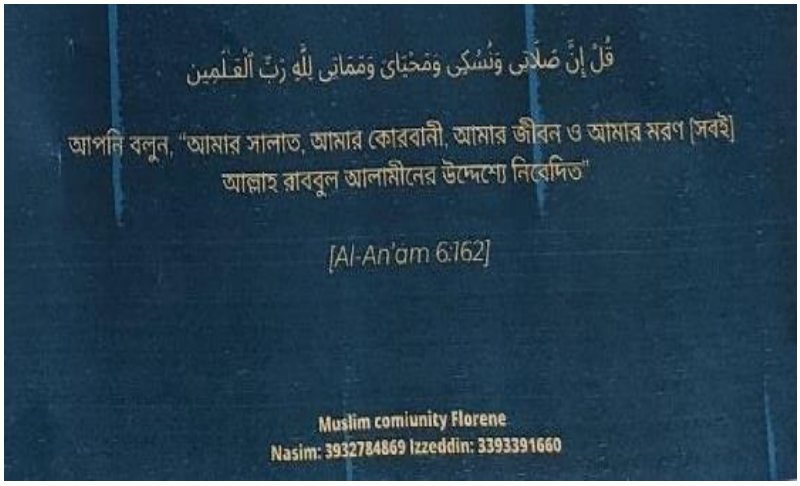
[12] الله اكبر الله اكبر الله اكبر لا اله إلّا الله والله الحمد 'Dio è grande (3 volte), non c'è Divinità all'infuori di Dio e a Dio sia la lode'.

All'interno di questo segno, interessante è l'utilizzo del *code-switching* tra italiano e arabo nel sottotitolo dell'invito. Tra il termine *preghiera* e il nome proprio della festività, reso in arabo traslitterato in alfabeto latino, si osserva un *intra-sentential code-switching* dall'italiano verso l'arabo. Sebbene l'espressione sia traducibile in italiano come 'Festa del Sacrificio', si preferisce non ricorrere alla traduzione, segnalando così una scelta marcatamente culturale e religiosa. Il sottotitolo presenta dunque un chiaro esempio di mistilinguismo tra italiano e arabo, dove le due lingue cooperano in modo complementare alla costruzione del significato.

Subito sotto alle informazioni pratiche relative alla preghiera, fornite in italiano, compare anche il bengalese. I colori e le dimensioni del testo in questa lingua suggeriscono un rapporto duplicante rispetto all'italiano, in una funzione di accessibilità linguistica per i membri della comunità bengalese locale (di cui verosimilmente l'espositore fa parte).

In chiusura (Figura 6b), il volantino torna all'uso dell'alfabeto arabo per riportare un versetto coranico[13], seguito da una sua traduzione in bengalese (in alfabeto bengalese). In questo caso, si nota l'assenza sia di traslitterazione latina sia di traduzione italiana, oltre all'uso della variante classica dell'arabo, coerente con il contesto liturgico e religioso (cfr. § 1). Infine, la firma del volantino è in inglese, *Muslim Community Florence*, lingua assente nel resto del testo e probabilmente utilizzata come lingua franca all'interno della variegata comunità musulmana fiorentina.

Figura 6b.



In questo unico segno, pertanto, convivono cinque diverse varietà scrittorie: l'arabo classico in alfabeto arabo, l'arabo traslitterato, l'italiano, il bengalese e l'inglese. Da un lato, l'arabo classico conferma il legame forte tra lingua e sacro; dall'altro, italiano e bengalese si impongono come codici funzionali per la trasmissione di istruzioni pratiche, rivolte a comunità diverse ma coesistenti nel medesimo spazio urbano.

Il fenomeno del *code-switching* è stato riscontrato anche nel segno riportato in Figura 7. In questo caso, tuttavia, non si fa riferimento a concetti religiosi, bensì a un menù esposto sulla vetrina di una rosticceria, che propone pietanze tipiche della cucina del Marocco. Il segno si presenta in modalità multilingue, con una chiara dominanza della lingua italiana nella parte iniziale, evidenziata sia dalle dimensioni che dalla colorazione delle scritte *Tavola marocchina* e *menu*.

[13] "قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِين" 'Di': in verità, la mia preghiera, i miei riti, la mia vita e la mia morte appartengono ad Allah, Signore dei mondi' (Corano, 6:162).

Successivamente al titolo, il testo si articola in due colonne: una a sinistra, dove prevale l'italiano, e una a destra, dove a spiccare è l'inglese. In entrambe le colonne, italiano e inglese descrivono i piatti, mentre i nomi delle pietanze sono generalmente riportati in arabo traslitterato in alfabeto latino. In alcuni casi, si tratta di termini ormai entrati nel vocabolario italiano come *couscous* e *tajine*, la cui mancata traduzione è probabilmente da attribuire non tanto a una volontà di valorizzazione culturale, quanto alla difficoltà di trovare equivalenti precisi e alla loro comprensibilità anche per chi non conosce l'arabo.

Tuttavia, altri nomi di pietanze meno noti al pubblico italiano e non diffusi come prestiti sono comunque riportati esclusivamente in arabo traslitterato: è il caso, ad esempio, di *msemmen*, riportato senza spiegazioni. Al contrario, *harira* è accompagnato da una traduzione tra parentesi 'zuppa', facilitando l'accessibilità del significato. In altri casi ancora, la traduzione è presente solo in italiano, come per *vellutata di fave*, che non è accompagnata dal corrispettivo nome arabo della pietanza (*bissara*).

Figura 7. *L'arabo in contesto multilingue: il menù di una rosticceria marocchina*



L'italiano, in definitiva, assume una funzione complementare, e non meramente duplicante, rispetto alla lingua araba; la sua presenza, infatti, non replica i contenuti già espressi in arabo, ma contribuisce a integrarli. Analogamente, anche l'inglese, presente nella colonna di destra, svolge una funzione complementare, seguendo dinamiche affini a quelle riscontrabili per l'italiano.

Infine, nel segno si osservano esempi di *code-switching* tra arabo e italiano nella denominazione di alcune tipologie di *tajine* (colonna 1), così come tra arabo e inglese, come nell'espressione *msemmen egg*, che rappresenta una denominazione mistilingue del piatto. Questo esempio conferma una strategia linguistica in cui l'ibridazione linguistica serve a costruire un ponte tra lingua, cultura e accessibilità comunicativa, pur mantenendo una chiara marcatura dell'identità culturale di riferimento.

Non è un caso che la lingua araba compaia principalmente in riferimento al cibo (e alla religione, come già osservato). In questo senso, valgono le stesse considerazioni formulate da Calvi (2017: 33) a proposito della comunità ispanofona a Milano: «dal punto di vista culturale, il cibo costituisce un dispositivo identitario ad alto potenziale, molto presente nel PL, in cui emerge come risorsa per garantire l'autenticità». Il cibo, infatti, si configura come uno strumento identitario particolarmente potente, e per questo diventa non solo un mezzo per soddisfare bisogni materiali, ma anche un veicolo simbolico che permette ai membri delle comunità immigrate di mantenere un legame con la propria patria e cultura d'origine, offrendo al contempo un "ponte" simbolico tra il qui e l'altrove, tra il vissuto presente e le radici culturali.

3.3. *Arabo come lingua dell'emotività*

Tra le testimonianze in arabo raccolte nel rione di San Lorenzo, alcune – sebbene numericamente limitate – evidenziano un impiego della lingua in chiave emotiva o affettiva. Non è casuale che tali usi siano associati alla scrittura a mano, che, nell'ottica di un repertorio scrittorio individuale (cfr. Cardona, 1987: 103), rappresenta una varietà comunicativa informale e spontanea, particolarmente adatta all'espressione di contenuti emozionali.

Un primo esempio in tal senso è costituito da un poster (Figura 8) affisso sulla porta d'ingresso della già citata rosticceria marocchina. Dal punto di vista linguistico, il segno è interamente redatto in alfabeto latino. Si leggono, innanzitutto, informazioni in italiano riguardanti gli orari di apertura del locale, seguite da un *hashtag* accompagnato dall'espressione dialettale – in *darija* (dialetto marocchino) – *marhbabikom* 'benvenuti'. Questa espressione è scritta in caratteri di dimensioni maggiori rispetto al resto del testo italiano, assumendo così una funzione dominante rispetto alle informazioni precedenti.

Figura 8. *Arabo in grafia manuale: il poster*



L'impiego dell'*hashtag* richiama l'universo comunicativo dei *social media*, così come l'uso dell'arabo traslitterato in alfabeto latino, una pratica diffusa tra gli arabofoni – in particolare tra gli *Heritage Language Learners* – nelle interazioni digitali quotidiane. L'apparente riferimento ai canali *social*, unito all'adozione dell'alfabeto latino – spesso più accessibile per le seconde generazioni arabofone rispetto a quello arabo (cfr. § 1) – suggerisce un intento comunicativo orientato verso un pubblico ampio e giovanile. L'apertura comunicativa si riflette anche nella scelta del dialetto, generalmente percepito come più caloroso, diretto e familiare rispetto alla varietà standard dell'arabo. Si tratta, tuttavia, di un'apertura parziale: se da un lato il pubblico italofono può decodificare la trascrizione, dall'altro resta escluso dalla comprensione del significato.

Di natura diversa sono invece due graffiti a tema amoroso rinvenuti nel rione. Al di là delle considerazioni strettamente linguistiche – che approfondiremo – è la loro forma espressiva a risultare particolarmente rilevante: il graffito. Questa modalità di scrittura esposta ha attirato spesso l'attenzione negli studi sul paesaggio linguistico[14], poiché, oltre al contenuto – frequentemente connotato in senso provocatorio o rivendicativo – costituisce una traccia tangibile della presenza di una comunità di parlanti in un determinato contesto urbano. Nel caso in esame, i graffiti rappresentano non solo una forma di espressione individuale, ma anche un segno della presenza arabofona nel quartiere, configurandosi come atti identitari fortemente marcati.

Tra i dati raccolti figurano dunque due graffiti (Figura 9). Entrambi presentano frasi scritte in alfabeto arabo, con una grafia semplice e informale, ed esprimono contenuti affettivi. Tuttavia, si differenziano per la varietà linguistica utilizzata, evidenziando così la diversità interna al repertorio arabofono e le sue possibili declinazioni nello spazio urbano.

Figura 9. *Arabo in grafia manuale: i graffiti*



Nel primo caso, نحبك امنة, traslitterato *nhebbek Amna*, l'espressione significa 'ti amo, Amna' ed è riconducibile a un uso spontaneo dell'arabo dialettale, piuttosto che all'arabo standard. Ciò è deducibile dal fatto che in MSA la radice del verbo amare è *ḥ-b-b*, come nella maggior parte dei dialetti arabi, ma il prefisso che contraddistingue la prima persona singolare del tempo imperfetto è costituito da una *alif-* sovrapposta da una *hamza* e da una vocale breve *damma*, pertanto 'ti amo' in arabo standard corrisponde *uḥibbuki*'[15]. Nelle varietà dialettali, invece, la prima persona dell'imperfetto può avere prefissi diversi da quello del MSA, a seconda dell'area geografica e della varietà dialettale coinvolta (Ennaji, 2004). Per esempio, nell'arabo colloquiale utilizzato in Siria, Egitto, Libano, Palestina e Giordania è diffuso l'uso del prefisso *b-* anteposto alla radice del verbo, noto in linguistica

[14] Come apripista di questo filone possiamo considerare i contributi di Pennycook (2009, 2010).

[15] Il tempo imperfetto in arabo si usa per indicare un'azione al presente ancora in corso di svolgimento. Il suffisso *-i* di *uḥibbuki*' è il pronome personale di seconda persona femminile perché si riferisce ad Amna, nome proprio femminile.

come *b-form*; mentre in altre zone geografiche, come in Tunisia e in Libia, è diffuso l'uso del prefisso *n-* anteposto alla radice, lo stesso presente nell'espressione *nhebbek Amna* riscontrata nel PL di S. Lorenzo (Figura 9).

Nel suo complesso, l'espressione mostra come la varietà dialettale possa fungere da lingua dell'affettività: una scelta marcata sul piano identitario e relazionale, che richiama la spontaneità del parlato quotidiano e si rivolge a un destinatario specifico. Tuttavia, nonostante l'intimità del messaggio, esso resta, per via della sua collocazione, accessibile a chiunque sia in grado di leggere l'alfabeto arabo, ma non a chi non è arabofono o non ha acquisito competenze alfabetiche nella lingua, come spesso accade per i parlanti di seconda generazione (cfr. § 1).

Nel secondo caso si rileva un'espressione di natura affettiva, scritta anch'essa esclusivamente in alfabeto arabo. Tuttavia, a differenza della frase colloquiale precedente, l'espressione qui riportata, أُنتِ شُعورْ لَا يُكتَب, traslitterato *anti shu'ūr lā yuktabu*, appartiene all'arabo standard e si caratterizza per uno stile più formale, quasi poetico: il significato letterale è 'tu sei un sentimento indescrivibile'.

La classificazione della varietà come standard è supportata da diversi elementi morfosintattici, come l'esplicitazione del pronome personale أنت (*anti*), la struttura sintattica e, soprattutto, la presenza delle vocali brevi. La vocalizzazione, infatti, è una caratteristica propria dell'arabo standard[16], sebbene nei testi destinati a lettori competenti le vocali brevi vengano spesso omesse, oppure limitate a quelle strettamente necessarie per evitare ambiguità lessicali. La presenza, in questo caso, di tutte le vocali brevi suggerisce due possibili interpretazioni: da un lato, l'intento di rendere il messaggio accessibile anche a lettori non pienamente alfabetizzati in arabo; dall'altro, la possibilità che l'autore stesso si trovi nelle prime fasi di apprendimento della lingua, in cui la vocalizzazione è utilizzata per agevolare la comprensione e l'apprendimento.

Questo testo dimostra come l'uso dell'arabo standard non rimandi solamente agli ambiti istituzionali o formali (cfr. § 1), ma anche alla tradizione poetica e musicale di tutto il mondo arabo (infatti lo standard è la varietà che accomuna tutti i paesi arabofoni). Pur non essendo raro l'impiego dei dialetti nella musica popolare, lo standard, per via della sua maggior vicinanza con la varietà classica, continua a essere privilegiato per esprimere un tono lirico, elevato e condiviso da un pubblico arabofono più vasto. Alla luce di ciò, non è da escludere che l'espressione riportata nel graffito sia una citazione tratta da un testo poetico o musicale.

4. Conclusioni

L'analisi del paesaggio linguistico del quartiere di San Lorenzo, nel centro storico di Firenze, ha mostrato come la lingua araba si inserisca in modo articolato e non monolitico all'interno del repertorio cittadino. Sebbene la sua presenza numerica non sia particolarmente rilevante, l'arabo si distingue per la pluralità delle sue manifestazioni, sia in termini di varietà linguistiche impiegate (standard, classico, dialettale), sia per la varietà dei contesti e delle funzioni in cui viene utilizzato.

La lingua araba compare infatti in forma scritta attraverso alfabeti differenti (arabo e latino), veicolando significati molteplici: da quelli religiosi, espressi soprattutto mediante versetti coranici o espressioni rituali, a quelli legati al cibo e all'ospitalità, fino ad arrivare a contenuti affettivi e personali, espressi tramite graffiti o poster scritti a mano. In questo quadro, l'arabo assume valori distinti: da un lato è lingua della memoria e dell'identità per

[16] Nei dialetti arabi parlati, le vocali brevi vengono spesso omesse o ridotte rispetto all'arabo standard, comportando anche una differenza a livello fonetico e sonoro tra le varietà parlate e l'arabo standard.

la comunità arabofona; dall'altro è anche simbolo di appartenenza religiosa, sia per soggetti arabofoni, sia per soggetti non arabofoni di fede islamica.

È interessante notare come tutti i segni in arabo riscontrati siano di tipo *bottom-up* (Ben-Rafael *et al.*, 2006), cioè prodotti dal basso, senza che vi sia alcun testo esposto dalle autorità pubbliche – cioè *top-down*. Questo dato, oltre a rafforzare l'idea di una lingua *della* e *per* la comunità, solleva interrogativi sul riconoscimento istituzionale delle lingue immigrate.

Il PL del rione di San Lorenzo restituisce dunque l'immagine di una Firenze contemporanea culturalmente e linguisticamente composita, nella quale la lingua araba contribuisce a definire la complessità del paesaggio urbano, pur rimanendo relegata ad ambiti specifici. La sua visibilità si concentra prevalentemente attorno a due poli: quello religioso e quello gastronomico. In entrambi i casi, l'arabo viene utilizzato per rafforzare la dimensione identitaria e culturale di prodotti o pratiche, rappresentando un ponte simbolico tra il paese di origine e quello d'arrivo.

Sarà interessante, in futuro, osservare l'evoluzione della presenza dell'arabo nel PL cittadino, specialmente alla luce delle trasformazioni in atto nel centro storico, spinte da dinamiche turistiche ed economiche che tendono a ridefinire la funzione degli spazi e la composizione sociale dei quartieri. Da un lato, è possibile che le pressioni legate alla turistificazione riducano lo spazio riservato a lingue non immediatamente spendibili in termini di mercato globale; dall'altro, nuovi flussi migratori e mutamenti politici internazionali potrebbero ridefinire il ruolo dell'arabo, aumentandone la visibilità o modificandone le forme di presenza nello spazio urbano.

In ogni caso, la presenza dell'arabo nel PL di San Lorenzo, seppur limitata, testimonia la vitalità e la varietà della comunità arabofona fiorentina, che comprende sia arabofoni L1, sia musulmani non nativi arabofoni che fanno uso di questa lingua. Una comunità composta da soggetti di diversa provenienza geografica e religiosa, attivi in ambito commerciale, culturale e sociale, che contribuiscono quotidianamente alla definizione del profilo multiculturale della città. L'arabo, dunque, con le sue molteplici varietà e i suoi molteplici significati, rappresenta un ulteriore tassello della *superdiversità* che caratterizza questo storico rione fiorentino.

Per concludere, gli spunti raccolti e analizzati in questa ricerca meriterebbero, e necessiterebbero, di essere approfonditi in almeno due direzioni. In primo luogo, sarebbe utile un'indagine quantitativa complessiva – certamente non semplice da realizzare – sull'intero rione di S. Lorenzo, così da ottenere dati numerico-statistici significativi sull'impiego delle numerose lingue presenti in questo contesto. In secondo luogo, sarebbe auspicabile un'analisi etnografica più approfondita degli ambienti in cui la lingua araba viene esposta: si pensi, ad esempio, al *soundscape* (Scarvaglieri *et al.*, 2013), ossia alle manifestazioni linguistiche orali (e trasmesse) che affiancano quelle scritte. In questo senso, pur non avendo approfondito il tema, è risultato interessante osservare come in una delle attività che esponevano la lingua araba – una rosticceria turca, quindi i cui gestori non sono nativi arabofoni – fosse diffusa tramite impianto audio una lettura coranica, in arabo. Infine, in una prospettiva comparativa, un ulteriore sviluppo di questa ricerca potrebbe consistere nel confronto con altre realtà, sia interne alla regione, come Prato, sia più estesamente distribuite sulla Penisola.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Abdelsayed I., Bellinzona M. (2024a), "Language attitudes among second-generation Arabic speakers in Italy", in *Languages*, 9, 8, pp. 1-20.

Abdelsayed I., Bellinzona M. (2024b), "Family language policies for maintaining Arabic as a home language in Italy: The AHLI Project", in *Annali di Ca' Foscari. Serie orientale*, 60, pp. 5-40.

Albirini A. (2016), *Modern Arabic sociolinguistics: Diglossia, variation, codeswitching, attitudes and identity*, Routledge, New York.

Bagna C., Bellinzona M., Monaci V. (2024), "Linguistic landscape between concrete signs and citizens perceptions. Exploring sociolinguistic and semiotic differences of Florence districts", in Henricson S., Syrjälä V., Bagna C., Bellinzona M. (eds.), *Sociolinguistic variation in urban linguistic landscapes*, Finnish Literature Society, Helsinki, pp. 92-114.

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.

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.

Blackwood R., Tufi S., Amos W. (a cura di) (2024), *The Bloomsbury handbook of linguistic landscapes*, Bloomsbury Academic, London.

Blommaert J., Varis P. (2011), "Enough is enough: The heuristics of authenticity in superdiversity", in *Tilburg Papers in Culture Studies*, 2.

Calvi M. V. E. (2017), "*Cibo e identità nel paesaggio linguistico milanese"*, in Bajini I., Calvi M. V. E., Garzone G., Sergio G. (a cura di), *Parole per mangiare. Discorsi e culture del cibo*, LED Edizioni Universitarie, Milano, pp. 215-237: https://www.ledonline.it/LCM/allegati/818-2-Bajini-Parole_13_Calvi.pdf.

Cambi L. (2024), "Il banco delle lingue: il paesaggio linguistico del mercato di S. Lorenzo (FI) come specchio di una città-museo", in Calvi M. V. E., Sergio G., Uberti-Bona M., Ferrari J. (a cura di), *Paesaggio Linguistico, Variazione e Trasformazioni Sociali*", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 757-778: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23874.

Cardona G. R. (1987), *Antropologia della scrittura*, Loescher Editore, Torino.

Diez M. (2018), *Introduzione alla lingua araba. Origini, storia e attualità*, Vita e pensiero, Milano.

Dozio C., Golfetto M., Pozzoli F. (2024), "L'arabo nel paesaggio linguistico milanese: prospettive e contesti", in Calvi M. V. E., Sergio G., Uberti-Bona M., Ferrari J. (a cura di), *Paesaggio linguistico, variazione e trasformazioni sociali*, in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 81-98: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23872.

Ennaji M., Makhoukh A., Es-saiydi H., Moubtassime M., Slaoui S. (2004), *A grammar of Moroccan Arabic*, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Sidi Mohamed Ben Abdellah.

Favaro G. (2020), "Radici e sconfinamenti. Autobiografie linguistiche nella migrazione", in *Italiano LinguaDue*, 12, 2, pp. 317-326: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/14993.

Favaro G. (2021), "Plural linguistic biographies. Maps, stories, mixtures", in *Educazione Interculturale*, 19, 2, pp. 75-93: https://doi.org/10.6092/issn.2420-8175/13901.

Ferrari J. (2023), *Parole migranti in italiano*, Milano University Press, Milano: https://doi.org/10.54103/milanoup.106.

Gorter D., Cenoz J. (2024), *A panorama of linguistic landscape studies*, Multilingual Matters, Bristol.
Hagi A. (2015), "Scoprire una lingua, scoprire una scrittura: laboratorio di lingua e scrittura araba", in Chiappelli T., Manetti C., Pona A. (a cura di), *La valorizzazione dell'intercultura e del plurilinguismo a scuola*, GF Press, Pistoia, pp. 43-51.
ISTAT (2014), *Diversità linguistiche tra i cittadini stranieri, Anni 2011-2012,* ISTAT, Roma: https://www.istat.it/wp-content/uploads/2014/07/diversità-linguistiche-imp.pdf.
Kress G., van Leeuwen T. (2020), *Reading images: The grammar of visual design*, Routledge, London.
Loda M., Bonati S., Puttilli M. (2020), "History to eat. The foodification of the historic centre of Florence", in *Cities*, 103: https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102746.
Mion G. (2020), "L'arabo. Libretto di istruzioni per insegnanti di una classe plurilingue", in Fiorentini I., Gianollo C., Grandi N. (a cura di), *La classe plurilingue*, Bononia University Press, Bologna, pp. 175-191.
Moussaid Y. (2023), "Il contatto linguistico tra identità e consapevolezza: uno studio su bilingui italo-arabofoni", in *DILEF*, 2, 2, pp. 275-292.
Moussaid Y. (2024), "Determinante e doppio determinante nel code-switching arabo-italiano", in *Quaderni di Linguistica e Studi Orientali*, 10, pp. 107-123.
Pennycook A. (2009), "Linguistic landscapes and the transgressive semiotics of graffiti", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, New York, pp. 302-312.
Pennycook A. (2010), "Spatial narrations: graffscapes and city sowls. Language, image, space", in Jaworski A., Thurlow C. (eds.), *Semiotic landscapes: language, image, space*, Continuum, London, pp. 137-150.
Rothman J. (2009), "Understanding the nature and outcomes of early bilingualism: Romance languages as heritage languages", in *International Journal of Bilingualism*, 13, 2, pp. 155-163.
Scarvaglieri C., Redder A., Pappenhagen R., Brehmer E. (2013), "Capturing diversity: Linguistic land- and soundscaping in urban areas", in Gogolin I., Duarte J. (eds.), *Linguistic super-diversity in urban areas: research approaches*, Benjamins, Amsterdam, pp. 45-74.
Temples A. L. (2010), "Heritage motivation, identity, and the desire to learn Arabic in U.S. early adolescents", in *Journal of the National Council of Less Commonly Taught Languages*, 9, p. 103-132.
Vedovelli M., Massara S., Giacalone Ramat A. (2004), *Lingue e culture in contatto. L'italiano come L2 per gli arabofoni*, FrancoAngeli, Milano.
Vedovelli M. (2016), "Neoemigrazione, immigrazione straniera, nuovo spazio linguistico italiano", in Bombi F., Orioles V. (a cura di), *Lingue in contatto*, Bulzoni Editore, Roma, pp. 51-75.
Vertovec S. (2023), *Superdiversity. Migration and social complexity*, Routledge, London-New York.

LL come spazio di resistenza e trasgressione

INSORGENZE LINGUISTICHE. IL MULTILINGUISMO DEI GRAFFITI DELLE LINGUE MIGRANTI NEL LINGUISTIC LANDSCAPE DI TORINO

Lucia Aletto[1]

> *Multilingualism is a complex, vibrant and ever-intriguing phenomenon. Today the significance of multilingualism has spilled over its local and private roles into having a much broader global importance and it is one of the most essential social practices in the world. (Aronin, 2019)*

1. LA PRESENZA MIGRANTE A TORINO

Torino incarna una storia di incessante trasformazione demografica, dove la presenza di migranti ha plasmato un tessuto culturale e linguistico profondamente variegato. Mentre il boom economico degli anni Sessanta attirò principalmente flussi massicci dal Sud Italia (Sacchi, Viazzo, 2003: 25), già a partire dagli anni Settanta la città divenne meta di nuovi migranti extra-europei. Le prime ondate migratorie di questo periodo videro arrivare studenti dal Medio Oriente, dal Senegal e dalla Nigeria, nonché rifugiati politici dal Sud America, dall'Eritrea e dalla Somalia[2]. Una seconda ondata, sempre negli anni Settanta, era composta perlopiù da donne lavoratrici somale ed eritree, poi filippine e capoverdiane. Dalla metà degli anni Ottanta, si registrò un aumento del numero di marocchini, cinesi, filippini e peruviani. L'ultima ondata migratoria degli anni Novanta interessò l'Europa orientale, con l'arrivo prima degli albanesi, poi dei romeni, degli ucraini e dei moldavi[3]. Il numero di cittadini stranieri residenti aumentò esponenzialmente tra il 2001 e il 2005, periodo in cui i residenti di cittadinanza non italiana raggiunsero l'8,6% della popolazione torinese (Omedè, Procopio, 2006: 2). Al 1° gennaio 2022, il numero di stranieri residenti a Torino si attesta al 14,7% della popolazione. Di questi, il 60,7% proviene da paesi extracomunitari e il 39,3% dall'Unione europea. I gruppi più numerosi provengono dalla Romania (42,2%), dal Marocco (10,7%) e dalla Repubblica Popolare Cinese (5,1%). Le comunità filippina, brasiliana e senegalese si classificano rispettivamente all'ottavo, al nono e al decimo posto (Rapporto Comune di Torino/SISTAN, 2022).

1.1. *Contesto urbano e pluralità linguistica*

L'eterogeneità, culturale e linguistica, del contesto urbano di Torino emerge con evidenza nei quartieri Aurora e Barriera di Milano[4], dove si è verificato un incremento

[1] Università degli Studi di Torino.

[2] Fonte primaria dei dati: International Centre for Migration Policy Development, United Cities and Local Governments, & United Nations Human Settlements Programme, *Profilo migratorio della Città metropolitana di Torino* (Rapporto, 2017).

[3] cfr. nota 2.

[4] Rispettivamente registrano 11.754 e 18.107 stranieri residenti. Fonte: Archivio Anagrafico della Città di Torino. Elaborazione a cura del Servizio Statistica della Città. Consultabile al link: http://www.comune.torino.it/statistica/dati/territ.htm.

significativo nella diversità delle origini dei migranti, nella pluralità delle lingue parlate, nei legami transnazionali, nelle identità di genere e nelle appartenenze generazionali (Cingolani, 2018: 93). Nonostante la vicinanza al centro della città, questi quartieri sono spesso considerati parte integrante della periferia nord di Torino, separati dal resto della città dal fiume Dora. Con una presenza consolidata della comunità nordafricana, in special modo marocchina, e un significativo numero di cittadini cinesi, rumeni e albanesi, recentemente si sono aggiunti i flussi provenienti da Nigeria[5], Pakistan e Bangladesh[6]. Le ragioni che sottendono tali fenomeni migratori sono molteplici e includono fattori quali crisi politiche e impatti ambientali, tra cui il cambiamento climatico[7]. In tale contesto, il multilinguismo (sociale e individuale[8]) ha conosciuto una crescita significativa a Torino, dove le espressioni non ufficiali, come i graffiti, si pongono in evidenza come manifestazioni rilevanti della mobilità linguistica e come terreno fertile per l'indagine delle dinamiche di identità, comunicazione e negoziazione sociale all'interno del paesaggio linguistico urbano.

1.2. *Focus e metodologia della ricerca*

In questa ricerca, adotto la prospettiva del *linguistic landscape* (LL) per esaminare e analizzare le manifestazioni di scrittura non ufficiale, rappresentate dai graffiti realizzati dalle comunità linguistiche migranti presenti in specifiche aree di Torino. L'analisi non si concentra solo sui graffiti che contengono più lingue, ma anche sulla scelta deliberata di utilizzare una singola lingua in un ambiente caratterizzato dalla presenza di molteplici idiomi. Attraverso un'analisi qualitativa, intendo mettere in luce le strategie comunicative adottate dalle diverse comunità immigrate, nonché la relazione tra le tematiche espresse e la disposizione multilingue delle informazioni[9] (Reh, 2004) presenti nei graffiti. I risultati

[5] In base ai dati relativi alla popolazione straniera registrata in anagrafe secondo cittadinanza e circoscrizione al 31 dicembre 2022, la popolazione nigeriana registrata ammonta a un totale di 6.285 individui, di cui 1.159 risiedono nella circoscrizione 5, dove è situato il quartiere Aurora, e 2.308 nella circoscrizione 6, dove si trova il quartiere Barriera di Milano. La seconda nazionalità africana per numero di residenti, escludendo i paesi del Maghreb, è rappresentata da quella senegalese, con un totale di 2.093 individui registrati. Fonte: Archivio Anagrafico della Città di Torino. Elaborazione a cura del Servizio Statistica della Città. Consultabile al link: http://www.comune.torino.it/statistica/dati/2022/pdf/E6%20Nazionalita%20stranieri%20res%20per%20circ.pdf.

[6] Fonte: Popolazione straniera registrata in anagrafe per cittadinanza e circoscrizione - Dati al 31/12/2022, consultabile al link: http://www.comune.torino.it/statistica/dati/stranieriterr.htm.

[7] Negli ultimi dieci anni, si è registrato un tasso di sfollamento annuale che ha toccato le 700.000 persone, un numero particolarmente elevato. Il Bangladesh è attualmente classificato come il settimo paese più vulnerabile agli impatti climatici a livello globale. I migranti bengalesi sono stati definiti "rifugiati climatici" secondo la definizione dell'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni (OIM). I dati sono stati reperiti da un intervista a Farah Kabir, direttrice dal 2007 di ActionAid Bangladesh, visionabile al link: https://www.vita.it/bangladesh-migranti-climatici- con-litalia-nel-cuore/.

[8] Cfr. Aronin (2019). L'autrice definisce il multilinguismo individuale come la competenza in due o più lingue. Chi lo pratica può usare correttamente le varie lingue e sviluppare abilità neurologiche; il multilinguismo individuale esprime emozioni e attitudini, mostrando chiaramente come le diverse combinazioni linguistiche possano essere vantaggiose o presentare sfide. Il multilinguismo sociale riguarda le circostanze e le modalità d'uso delle lingue in contesti sociali, permettendo di analizzare lo status e le opportunità delle persone che le usano. Con "multilinguismo sociale" si fa riferimento a pratiche linguistiche organizzate e non organizzate che coinvolgono tre o più lingue e che comportano la gestione di più di due lingue da parte di alcuni membri della società.

[9] Quattro modalità di organizzazione delle informazioni multilingue rilevanti per il processo comunicativo identificate da Reh (2004): 1. *Traduzione Parallela*: questa modalità prevede che lo stesso testo sia redatto in più di una lingua, consentendo così al destinatario monolingue di comprenderne il contenuto. 2. *Traduzione Frammentaria*: le informazioni sono principalmente redatte in una lingua, ma alcune parole specifiche

linguistici vengono quindi interpretati in relazione a fattori socio-culturali, al fine di evidenziare la correlazione diretta tra le tendenze significative nell'organizzazione delle informazioni multilingui e le dinamiche sociali e culturali. Allo scopo di ampliare la portata analitica di questa indagine, infine, ho geolocalizzato tutti i graffiti del corpus su una mappa Google interattiva, visualizzabile anche in ambiente tridimensionale tramite Google Earth[10]. Questo strumento digitale introduce un ulteriore livello di analisi e riflessione, poiché rende più concreta e autentica la rappresentazione linguistica all'interno di contesti apparentemente monolingui, mettendo in luce complessi pattern sociali nella distribuzione delle risorse linguistiche all'interno degli spazi urbani (Stroud, Mpedunaka, 2009) e mostrando le modalità attraverso cui le città vengono effettivamente "usate" dai suoi abitanti.

2. INQUADRAMENTO METODOLOGICO E TEORICO: MULTILINGUISMO E FUNZIONE CRITICA DEI GRAFFITI NEL LINGUISTIC LANDSCAPE

L'intensificazione dei flussi migratori e della globalizzazione nel XXI secolo ha definitivamente superato l'idea di monolinguismo per paese (Gorter, 2009; Blommaert, 2012). In questo scenario, la città si configura come un crocevia di lingue e culture (Calvet, 1994), un luogo dove la pratica di abitare deposita inediti strati di significato (Blommaert, 2013). Tali dinamiche si manifestano in relazioni sociali non strutturate (Lefebvre, 1991), spingendo gli individui a una maggiore consapevolezza delle proprie pratiche linguistiche in ambienti multiculturali (Aronin, 2019). All'interno della sociolinguistica della globalizzazione, che enfatizza i concetti di mobilità e di "lingua in movimento"[11] (Heller, 2007; Coupland, 2010; Blommaert, 2010), le pratiche multilinguistiche che si manifestano nel LL offrono una dimostrazione concreta di tali concetti. Il framework LL (Landry, Bourhis, 1997), pur incentrandosi inizialmente sui segni ufficiali (*top-down*), opera una distinzione critica con le manifestazioni linguistiche generate dalla cittadinanza (*bottom-up*), tra cui i graffiti. Già Calvet (1994) aveva distinto le iscrizioni generate dall'autorità (*in vitro*) da quelle prodotte dai cittadini (*in vivo*), sottolineando il ruolo cruciale di queste ultime nel determinare il carattere multilingue e la mescolanza linguistica urbana. In particolare i segni verbali non ufficiali come i graffiti, in quanto forme di espressione che spesso trascendono i confini linguistici stabiliti, riescono a dare vita a forme comunicative ibride che riflettono le identità e le esperienze di coloro che le producono, sapendo incarnare e

vengono tradotte in un'altra lingua. Questo approccio guida l'attenzione del lettore verso le parole tradotte, agevolando la comprensione generale del testo. 3. *Traduzione Sovrapposta*: vengono presentati due testi scritti in lingue diverse, i quali possono contenere informazioni simili o uno dei due può fornire dettagli aggiuntivi rispetto all'altro. 4. *Traduzione Complementare*: il testo è redatto contemporaneamente in più lingue. È fondamentale, tuttavia, relativizzare l'idea che la categoria complementare richieda necessariamente un lettore multilingue. In alcuni casi, l'intenzione comunicativa primaria (ad esempio, indirizzare determinate comunità o veicolare un'identità) può essere compresa anche da lettori monolingui. Ad esempio, in un menù di un'attività "etnica", i nomi dei piatti possono essere in lingua straniera e la descrizione in lingua italiana; in questo testo, sebbene le due lingue veicolino significati diversi e complementari, non è richiesto un lettore multilingue per ordinare il piatto e comprenderne la natura. La distinzione chiave tra i tipi (1), (2) e (3) da un lato e il tipo (4) dall'altro sta nel fatto che i testi appartenenti alla categoria della traduzione complementare potrebbero limitare la comprensione completa dei messaggi multilingui a un lettore monolingue, mentre i primi tre tipi offrono una comprensione più immediata. In sostanza, ci sono due categorie principali di segni multilingue: quelli che incorporano traduzioni parziali o complete e quelli che non lo fanno.

[10] La mappa, in formato digitale, è accessibile tramite il QR code presente a conclusione dell'articolo.

[11] Attraverso tale nozione si descrive un processo dinamico attraverso il quale le diverse risorse linguistiche esperiscono una condizione di translocalità, muovendosi attraverso svariate traiettorie che intersecano dimensioni spaziali e temporali. Cfr. Blommaert (2005, 2010) e Heller (2007).

fotografare in modo emblematico la fluidità e la trans località delle risorse linguistiche disponibili nel contesto urbano contemporaneo. Essi documentano un ambiente densamente multilingue, caratterizzato dalla presenza di un'ampia varietà di gruppi di persone linguisticamente identificabili (Landry, Bourhis, 1997; Gorter, 2006; Backhaus, 2007). Alcuni studi hanno chiarito come i segni non autorizzati tendano a veicolare solidarietà o a mettere in discussione le narrazioni ufficiali (Backhaus, 2006). L'evoluzione della ricerca in questo senso ha permesso di esplorare a fondo la natura sociologica del graffito urbano (Battisti, Meglio, 2010) e la sua funzione comunicativa. Nello specifico, Pennycook (2009, 2010) ha concettualizzato i graffiti come manifestazioni di semiotica trasgressiva capaci di creare vere e proprie "narrazioni spaziali" (*Graffscapes*), contestando attivamente le narrazioni ufficiali dello spazio. In linea con tale approccio, contributi come quello di Guerra (2017) inquadrano il graffitismo come una forma di comunicazione scritta non convenzionale e non istituzionalizzata che contribuisce a definire e alterare il significato dello spazio urbano.

L'attenzione sul graffito si è evoluta da mero indicatore sociolinguistico a vero e proprio strumento etnografico e narrativo, con la letteratura che ne conferma il potenziale nel ridefinire il dibattito pubblico in contesti di contestazione e mobilitazione (Seloni, Sarfati, 2017; Debras, 2019). Questa enfasi sulla funzione critica e politica assume una rilevanza peculiare nel contesto della mobilità globale. La crescente precarietà e l'irregolarità della migrazione, esacerbata da politiche restrittive (Triandafyllidou, 2022), rendono estremamente arduo l'ottenimento di evidenze empiriche dirette sulle esperienze degli individui in transito nelle "zone critiche" (Davies, Isakjee, 2015). Per sopperire a questa lacuna di ricerca, studi innovativi (Uzureau *et al*., 2022) hanno adottato l'impiego dei graffiti creati dalle persone in mobilità in aree di confine come fonte primaria di analisi. Lungi dal costituire mero vandalismo, queste iscrizioni assolvono la funzione vitale di comunicazione e di strumento per "ridimensionare" lo spazio (*re-scale the space*, Madsen, 2015). I graffiti di frontiera si pongono come una potente "contro-narrazione" (Tsoni, Franck, 2019), delimitando i confini fisici con messaggi personali e trasformando luoghi anonimi in spazi di significato, memoria e appartenenza. Offrono, pertanto, un'opportunità senza precedenti per l'osservazione delle traiettorie di mobilità e immobilità nella migrazione contemporanea. Questa prospettiva metodologica, che riconosce i graffiti delle lingue migranti come prodotti culturali dinamici e complessi, si rivela un elemento imprescindibile per l'analisi del LL in contesti urbani complessi, come l'ambiente torinese, dove le iscrizioni spontanee riflettono e plasmano le dinamiche sociolinguistiche, identitarie e politiche emergenti.

2.1. *Definizione dell'unità di analisi*

L'unità contabile è stata definita come qualsiasi segmento di testo inserito in una cornice spazialmente definita, ossia se è fisicamente distinto o separabile dagli altri testi presenti sulla stessa superficie. La definizione si applica esclusivamente ai graffiti realizzati senza autorizzazione, utilizzando strumenti come spray, pennelli, o tecniche di incisione, escludendo adesivi, poster e locandine. A causa della natura concisa dei graffiti e della loro coesistenza sulla stessa superficie, è stata necessaria una decifrazione preliminare per suddividere i testi in singole unità e classificarli tematicamente. Un graffito viene classificato come multilingue qualora contenga almeno un termine in una lingua diversa da quella principale impiegata nel testo. In caso contrario, si procede alla definizione di monolinguismo. La registrazione e la descrizione degli elementi semiotici aggiuntivi, quali simboli, disegni, codici numerici e colori, si sono rivelati elementi cruciali per la costruzione del significato.

2.2. *Ricerca spontanea e partecipativa attraverso i graffiti*

Il processo di ricerca si è svolto in modo non indotto, con una partecipazione che può essere definita "spontanea". Nel corso dell'analisi dei graffiti, le informazioni su traduzioni o contestualizzazioni sono state ottenute direttamente da individui incontrati sul campo. In considerazione del fatto che il processo è avvenuto in modo informale e non strutturato, non è possibile quantificare con precisione il numero di interviste effettuate. Gli intervistati, spesso residenti locali, fungevano da testimoni diretti della comparsa dei graffiti o potevano fornire informazioni sul contesto socio-culturale che aveva generato tali forme di espressione urbana. Ad esempio, i tifosi di club di calcio marocchini, che attraverso la pratica del writing manifestano il loro sostegno alla propria squadra, costituiscono un gruppo ben noto alla popolazione locale. Anche i graffiti della categoria "Trap", spesso realizzati da giovani di seconda o terza generazione, sono riconosciuti dalla comunità locale. In altri casi, è stata effettuata una selezione di individui basata su conoscenze personali, includendo miei ex-allievi di corsi di italiano per stranieri, ex-colleghi di Università di origine cinese o araba, e infine conoscenti attinti dalle reti personali. Nel caso specifico dei graffiti di lotta politica, è stato necessario interagire direttamente con le persone coinvolte nelle lotte, le quali hanno contribuito attivamente alla produzione dei graffiti. Inoltre, in questo contributo, considero i graffiti come "oggetti partecipativi", in quanto rappresentano vere e proprie testimonianze di individui. Tuttavia, la ricerca si configura anche come un'indagine spontanea, ovvero nata dal basso e realizzata per strada. La metodologia spontanea e partecipativa con gli individui e le scritte "di strada" si è rivelata efficace, in quanto uno degli obiettivi principali della ricerca è stato la raccolta delle voci delle persone migranti a Torino. Le loro interpretazioni sono generalmente considerate estremamente preziose, sebbene non sempre precise o puntuali.

3. La ricerca a Torino

Tra settembre 2020 e maggio 2023 ho raccolto un corpus fotografico del totale di 249 graffiti nei due quartieri di Torino Aurora e Barriera di Milano, selezionati in base al loro elevato tasso di popolazione straniera che riflette un certo grado di variazione e diversità linguistica. Per definire l'oggetto di ricerca, ho adottato la prospettiva di Nicola Guerra (2013: 41) sul "graffitismo" come «forma di espressione sociale, culturale e artistica, dove prevale il contenuto verbale sui contenuti visivi». La documentazione ha riguardato scritte non autorizzate su varie superfici, come muri, portoni, marciapiedi e panchine, realizzate con bombolette spray, pennelli, o incise. Nel corpus della ricerca, figurano anche alcuni graffiti i cui luoghi di ritrovamento sconfinano dai limiti ufficiali dei due quartieri di interesse primario. Nella mappa digitale, pertanto, sono stati evidenziati anche i quartieri di San Donato, Vanchiglia, Borgo Vittoria, Quadrilatero e Centro (Figura 1). La scelta di includere questi graffiti nel corpus della ricerca è stata determinata da due fattori principali. In primo luogo, i confini istituzionali dei quartieri di Torino, e più in generale delle città, spesso non coincidono con l'uso quotidiano che ne fanno gli abitanti. In secondo luogo, la vicinanza di tali graffiti alle aree dei quartieri di Aurora e Barriera di Milano e alle tematiche espresse indica una continuità e una contestualità che caratterizza quei luoghi di ritrovamento come protesi e ampliamento degli altri due quartieri. Pertanto, ogni scritta rinvenuta all'interno e/o nelle adiacenze delle due aree principali stabilite, che potesse costituire un segno identificabile della presenza delle comunità migranti a Torino, è stata documentata mediante fotografia.

Figura 1. *Mappa digitale: ubicazione dei graffiti nei quartieri*



La fase di decifrazione e traduzione dei graffiti ha richiesto l'adozione di un approccio metodologico multidisciplinare. In primo luogo, si è reso necessario identificare e documentare ogni graffito, annotando dettagli come la data o il periodo di creazione (ove possibile), localizzando sulla mappa Google l'ubicazione geografica del graffito e annotando il contesto ambientale circostante. Il contributo di questi elementi si è rivelato fondamentale per comprendere adeguatamente lo sfondo culturale e sociale da cui emergevano le scritte. Per ciascuna lingua identificata, sono stati coinvolti informatori di diversa estrazione, selezionati in base alle loro capacità interpretative, al loro eventuale coinvolgimento personale con le tematiche affrontate nei graffiti e alla loro familiarità con i luoghi di ritrovamento[12]. Ogni graffito è stato quindi tradotto in italiano e inserito in una tabella a fianco alla sua versione originale, prestando particolare attenzione a preservare la sensibilità culturale e sociale intrinseca ai testi per mantenere intatta l'intenzione comunicativa degli autori. Per comprendere il contesto socio-culturale, è stato

[12] Per quanto riguarda l'arabo, considerata la presenza di due varietà principali: l'arabo standard moderno (usato nella scrittura formale e nei media) e i dialetti arabi (parlati, in particolare quelli maghrebini). La complessità di questi ultimi è data dalla loro evoluzione, che li rende sistemi molto diversi dall'arabo standard e li caratterizza per una forte influenza storica dovuta ai contatti con le lingue berbere e alle lingue delle ex potenze coloniali (soprattutto francese e spagnolo). Per superare tali ostacoli, è stato necessario coinvolgere un'ampia gamma di parlanti provenienti da diverse regioni arabe. Per quanto riguarda l'urdu, è stato fatto affidamento su studenti universitari e rider (individuati tramite un informatore giapponese, traduttore anche per tale lingua e autore di alcuni graffiti). Per quanto riguarda il cinese, è stato fondamentale il contributo di due colleghe universitarie con background migratorio distinto (una seconda generazione in Italia e una immigrata adulta), che hanno permesso di cogliere sfumature giovanili e l'uso specifico di ideogrammi. La traduzione del russo e dell'ucraino è stata effettuata da studentesse precedentemente seguite in corsi di italiano. Per l'unica occorrenza di graffito in berbero, è stato consultato il Prof. V. Brugnatelli. Per inglese, spagnolo e italiano, si è fatto uso di competenze personali. Per tutte le lingue, sono stati utilizzati servizi di traduzione online a scopo comparativo e di verifica.

fondamentale interpellare i residenti delle aree limitrofe ai graffiti, raccogliendo informazioni attraverso brevi interviste, e sfruttando le risorse disponibili online. Questo approccio si è rivelato particolarmente efficace per i graffiti che affrontavano temi di interesse delle giovani generazioni, che utilizzano i social media di massa.

Tra le varie piattaforme, TikTok e Instagram si sono distinte come strumenti fondamentali per l'analisi dei graffiti. La loro capacità di fungere da motori di ricerca visuale e archivio di tendenze in tempo reale ha consentito di tracciare e contestualizzare i riferimenti riscontrati. Nello specifico, la ricerca di hashtag, parole chiave e tag specifici su queste piattaforme, così come sulla barra di ricerca Google, ha rivelato collegamenti diretti tra le scritte e specifici fenomeni sociali (ad es., musica trap), permettendo di collegare i graffiti a specifici fenomeni sociali, musicali e internazionali, come riferimenti a band, tendenze di moda, fornendo, allo stesso tempo, ulteriori chiavi interpretative. Dalla decifrazione dei messaggi contenuti nei graffiti sono emerse dodici categorie tematiche principali: "Amore", "Avvisi e messaggi", "Calcio", "Fede religiosa", "Goliardici", "Lotta sociale, pace e libertà" (con otto sotto-tematiche), "Murales"[13], "Nomi - I was here", "Parole libere", "Territori" (con sei sotto-tematiche) e "TRap" (derivata da "Nomi - I was here" e "Parole libere" per coerenza interna).

Una volta ottenuto un quadro dei discorsi espressi dai graffiti, ho proceduto con l'analisi qualitativa del contenuto linguistico, al fine di mettere in luce le strategie comunicative adottate dalle diverse comunità immigrate, nonché la relazione tra le tematiche espresse nei graffiti e la disposizione multilingue delle informazioni. Tuttavia, la natura concisa dei graffiti e la combinazione di elementi verbali e non verbali (simboli, loghi, disegni, acronimi, slogan, formule fisse) hanno reso l'applicazione del modello di Reh (2004) un'operazione complessa. In conformità con la teoria semiotica sociale di Halliday (1978), per superare tali criticità, è stata introdotta una categoria di disposizione informativa denominata "extra-testuale" che non sostituisce le disposizioni delle informazioni basate sugli elementi linguistici, ma si aggiunge ad esse.

4. Analisi preliminari

L'analisi preliminare del corpus dei graffiti ha rivelato una netta prevalenza della categoria "Lotta sociale - pace e libertà", seguita da "Trap", "Nomi - I was here", "Territori", "Avvisi e messaggi" e "Calcio". Le altre categorie, "Parole libere", "Goliardici", "Amore", "Fede religiosa" e "Murales", presentano un numero inferiore di occorrenze (Tabella 1). La predominanza dei 65 graffiti relativi alla "Lotta sociale - pace e libertà" indica un contesto urbano particolare. Torino, infatti, ha una lunga tradizione di impegno civico e sociale, che trova espressione in numerose iniziative e nella formazione di gruppi di attivisti che operano nel territorio, in particolare nei due quartieri di interesse. Un esempio di questo impegno è il Laboratorio Culturale Autogestito Manituana, con la sua ciclofficina che aiuta i rider in una lotta per migliorare le loro condizioni e sicurezza. Un altro esempio è lo Spazio Popolare Neruda, che nasce dalle lotte per il diritto all'abitare dei rifugiati, con importanti convergenze tra la comunità migrante e solidale (Sossich, 2020: 127). Infine, l'Asilo Occupato di via Alessandria, sgomberato nel 2019, ha mantenuto una storia di 24 anni di occupazione e lotta, concentrata sul diritto all'abitare e contro le detenzioni nei Centri di Identificazione ed

[13] Sebbene i murales non rientrino nella definizione desunta da Guerra (2013), ho scelto di includerli nel mio studio. Essi, infatti, offrono rari e significativi esempi di come la street art diventi un veicolo di espressione per individui di origine migrante. Questi lavori non solo documentano un percorso di evoluzione personale, ma indicano anche il loro inserimento nella vivace scena culturale underground di Torino.

Espulsione (CIE) oggi noti come Centri di Permanenza per il Rimpatrio (CPR). La collaborazione tra questi gruppi di attivisti e comunità migranti, soprattutto dell'area nord africana, a Torino ha dato vita ad un intenso dialogo interculturale che i graffiti mostrati nel corpus di questa ricerca testimoniano ampiamente.

Tabella 1. *Numero dei graffiti per ciascuna categoria tematica*

Tematica	**Sotto -tematica**	**Da - a**
Amore		1-13
Avvisi e messaggi		14-34
Calcio		35-53
Fede religiosa		54-58
Goliardici		59-72
Lotta sociale Pace e libertà	Anarchia	73-75
	Conflitto israelo-palistinese	76-78
	Guerra russo-ucraina	79-84
	Harraga	85-103
	Hong Kong	104-106
	Iran - donne	107-109
	Lotta Riderz	110-136
	Myanmar	137-138
Murales		139-142
Nomi - I was here		143-173
Parole libere		174-189
Territori	Albania	190-191
	Maghreb	192-206
	Nigeria	207
	Pakistan	208-212
	Romania	213
	Sudan	214
TRap	Mocro-Maffia	215-249

Non è un caso che i graffiti che trattano le tematiche "Lotta sociale - pace e libertà", insieme a quelli della tematica "Trap", si caratterizzino per un uso più strategico e consapevole di lingue diverse. Questo dato rivela l'intenzione di comunicare con un pubblico più vasto, che comprende sia la cittadinanza locale sia la società di origine, spesso tramite l'inclusione di traduzioni o l'uso di simboli facilmente riconoscibili. I messaggi in questione presentano contenuti di natura "globale" evidenziano un'apertura verso l'esterno, in evidente connessione con la scena internazionale. Diversa è invece l'intenzione comunicativa espressa dai graffiti relativi alle tematiche "Amore", "Nomi", "Territori", "Avvisi e messaggi", "Parole libere", "Goliardici" e "Calcio". Il contenuto di tali testi può essere classificato come "personale", in quanto le ragioni principali alla base della creazione di questi graffiti risiedono essenzialmente in due motivazioni: da un lato, la necessità di esprimere qualcosa di molto intimo e, dall'altro, la volontà di creare reti sociali informali per garantire supporto reciproco all'interno del proprio gruppo di

riferimento. Tali testi sono tipicamente caratterizzati da una comunicazione monolingue, poiché rivolti a un destinatario o a un pubblico specifico e limitato. Questa caratteristica emerge chiaramente nell'analisi del presente corpus, in linea con i risultati di una precedente indagine sui graffiti in arabo a Torino (2013-2014), dove era stata riscontrata una forte pratica di messaggi monolingui volti alla comunicazione interna alla propria comunità (Aletto, 2019). La tendenza è inoltre supportata dalla letteratura sul *linguistic landscape*: Peter Backhaus (2006), analizzando i segnali multilingui a Tokyo, osserva che per comunicazioni di natura più specifica o complessa, la lingua tende a restringersi al codice della comunità *target* principale, rendendo tali informazioni inaccessibili a chi non padroneggia quella lingua.

All'interno del corpus dei graffiti, le lingue identificate ammontano a quattordici: arabo, berbero, cinese, francese, giapponese, greco, italiano, inglese, rumeno, russo, spagnolo/ispano-americano, ucraino e urdu[14]. L'analisi dei graffiti (Tabella 2) mostra una massiccia presenza della lingua araba. Non solo l'arabo è la lingua più frequente in assoluto, ma rappresenta anche il gruppo di graffiti più numeroso in ognuna delle categorie tematiche individuate.

Come osserva Capello (2008), nel periodo compreso tra la metà degli anni Ottanta e Novanta a Torino si è registrata un'ondata di immigrazione con un notevole incremento della comunità marocchina, la più presente a Torino tra le comunità arabofone, che si è stabilita prevalentemente nelle aree che già negli anni Cinquanta/Sessanta avevano interessato la migrazione dei contadini italiani provenienti dal sud del paese. Secondo i dati demografici dei Cittadini stranieri per Cittadinanza residenti a Torino al 1° gennaio 2023[15] la presenza demografica della comunità marocchina nel contesto urbano torinese è ancor oggi ben radicata e si colloca al primo posto tra le comunità di lingua araba. Anche se è importante sottolineare che l'identificazione precisa della variante dialettale risulta complessa, poiché in tali contesti, le distinzioni tra Arabo Standard Moderno e i dialetti sono spesso sfumate o irrilevanti, in quanto mancano le costruzioni sintattiche e i vocaboli specifici che ne permetterebbero la precisa attribuzione linguistica, si ritiene altamente probabile che la maggior parte di questi graffiti siano riconducibili a soggetti che padroneggiano e si esprimono prevalentemente in arabo marocchino (Darija).

La lingua cinese, nonostante la rilevante presenza numerica della sua comunità e la sua radicata presenza a Torino sin dagli anni '90[16], sembra trovare espressione limitata nei graffiti. La tendenza a scrivere sui muri risulta essere ancora meno diffusa tra la comunità rumena, che costituisce la comunità più numerosa in termini di residenti[17]. In contrasto, si osserva l'emergere di altre lingue legate a flussi migratori più recenti, come l'urdu, le cui manifestazioni sono spesso associate a questioni politiche e sociali. Poiché la visibilità delle lingue migranti nei graffiti dipende spesso dalle esigenze specifiche delle comunità migranti stesse, anche lingue come il berbero, il giapponese, il greco, il russo e l'ucraino sono comparse associandosi a un particolare problema sociale, rendendo visibili risorse

[14] Note sul conteggio: se un graffito contiene più lingue (es. Italiano e Arabo), è stato conteggiato per ciascuna lingua presente. Per questo motivo, la somma dei graffiti per lingua è superiore al numero totale di graffiti unici (249). Arabo egiziano / arabo marocchino: sono stati conteggiati sotto la macro-categoria "Arabo". Caratteri kanji / caratteri cinesi: sono stati conteggiati rispettivamente sotto "Giapponese" e "Cinese". I graffiti di Hong Kong che usano caratteri comuni a entrambe le lingue sono stati contati sia per cinese che per giapponese.

[15] Fonte: Cittadini Stranieri per Cittadinanza - Dati Istat Torino al 1° gennaio 2023.

[16] Fonte: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. (2021). *La comunità cinese in Italia: Rapporto annuale sulla presenza dei migranti 2021*. Roma: ANPAL Servizi: https://www.lavoro.gov.it/documenti-e-norme/studi-e-statistiche/Documents/Rapporti%20annuali%20sulle%20comunit%C3%A0%20migranti%20in%20Italia%20-%20anno%202021/Cina-rapporto-2021.pdf.

[17] Cfr. nota 3.

linguistiche altrimenti "invisibili" in città. Infine, i graffiti in lingua spagnola, o meglio ispano-americano, riflettono la recente immigrazione proveniente soprattutto dal Perù.

Tabella 2. *Conteggio delle occorrenze per ciascuna lingua rilevata nei graffiti*

Lingua	**Numero occorrenze**
Arabo	114
Berbero (Tamazight)	1
Cinese	13
Ebraico	1
Francese	4
Giapponese	11
Greco	2
Inglese	54
Italiano	61
Rumeno	1
Russo	5
Spagnolo / Ispano-americano	4
Ucraino	3
Urdu	10

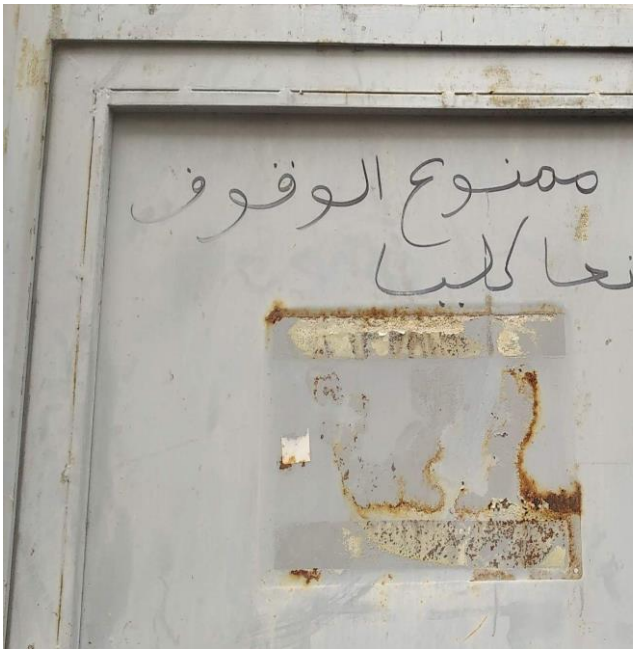
Infine, l'osservazione della mappa interattiva (Figura 1) mostra una concentrazione significativa di graffiti appartenenti alle diverse categorie lungo l'asse longitudinale di corso Giulio Cesare e intorno al perimetro di Piazza della Repubblica. Questi due luoghi rappresentano due importanti nodi di scambio all'interno del tessuto urbano di Torino. Il primo è un'arteria stradale fondamentale che collega il centro alla periferia nord e funge da principale via di accesso e uscita dalla città. Il secondo, sede del noto mercato di Porta Palazzo, è un centro nevralgico di socializzazione dove si incontrano e si mescolano persone di origini etniche e culturali diverse, contribuendo a creare un ambiente ricco di interazioni e relazioni. I graffiti presenti in tali aree rappresentano la diversità delle prospettive dei partecipanti della società, permettendo di identificare i contesti specifici da cui provengono e in cui agiscono. Attraverso le funzionalità della mappa interattiva, è possibile selezionare una categoria specifica e visualizzarla separatamente dalle altre, permettendo l'analisi dettagliata dei graffiti appartenenti a ciascuna categoria tematica. I risultati ottenuti evidenziano specifiche aree della città che manifestano una significativa coesione tematica, consentendo di interpretare le motivazioni e le strategie comunicative degli autori. Tali risultati suggeriscono inoltre che i graffiti non sono distribuiti casualmente, anzi spesso sono posizionati deliberatamente in luoghi strategici per massimizzare la visibilità o per favorire la diffusione del messaggio. Ad esempio, i graffiti che illustrano la lotta dei rider sono stati rinvenuti in aree strategiche della città caratterizzate da una notevole visibilità al pubblico, come la stazione ferroviaria di Porta Susa, le vie adiacenti al palazzo Nuvola Lavazza in Largo Emilia, il Campus universitario Luigi Einaudi e alcuni giardini pubblici come il giardino di via Saint Bon nel quartiere Aurora. Altri graffiti sono stati rinvenuti in luoghi che sostengono la lotta dei rider e che offrono loro la possibilità di aggregarsi e di organizzarsi, come il Laboratorio Culturale Autogestito Manituana. Nei paragrafi successivi, l'attenzione si sposta sull'interazione tra

la lingua, la posizione dei graffiti e le dinamiche socio-culturali emerse, per capire come le scelte linguistiche riflettano i cambiamenti dei gruppi etnici in città.

4.1. *Lingua madre, comunità transnazionali e identità*

Come anticipato, in questa ricerca sono stati inclusi anche i graffiti monolingui, in quanto essenziali per una rappresentazione autentica delle risorse linguistiche accessibili a Torino. Essi, infatti, rivelano un uso consapevole della lingua appropriata per comunicare che però, contrariamente a quanto accade con i segni multilingui, è rivolto all'esclusione o alla comunicazione limitatamente al proprio gruppo di appartenenza. Questa tendenza rivela una strategia collettiva delle comunità migranti di sviluppare una rete sociale "altra" rispetto a quella "ufficiale" della città di Torino, con l'intento di sostenere l'economia e aiutarsi a vicenda. Un esempio emblematico di tale fenomeno si riscontra nel graffito n° 21[18]: scritti in lingua araba su un cancello metallico situato nei pressi di Corso Giulio Cesare riporta il seguente avviso: "È assolutamente vietato sostare davanti a noi" (Figura 2).

Figura 2. *Avvisi e messaggi: "È assolutamente vietato sostare davanti a noi" (arabo)*



Come confermato da alcuni operai edili di origine marocchina, questa scritta è stata realizzata per garantire l'accesso libero a un cortile adibito a deposito di materiali. In altre circostanze, la comprensione dei messaggi richiede una conoscenza contestuale e culturale specifica. Ad esempio, i numeri di cellulare presenti nel graffito n° 25 sono messaggi pubblicitari di meccanici non autorizzati, una pratica comune nella comunità marocchina. Solo chi è familiare con questa consuetudine può interpretare correttamente il significato del graffito. Svolgono la stessa funzione anche i graffiti in lingua cinese n° 29 e 30, riportano, rispettivamente, le scritte "Parrucchiere *freccia* Dong Fang" (Figura 3) e "Riparazione (elettrica) di computer".

[18] Per facilitare il confronto, ogni graffito mantiene il numero che gli è stato assegnato sulla mappa interattiva.

Figura 3. *Avvisi e messaggi: "Parrucchiere Dong Fang" (cinese)*



Nel graffito n° 30 viene omesso un ideogramma, quello per il termine "elettrica". Questa è una pratica linguistica comune in cinese in questo contesto, che allo stesso tempo rende il significato chiaro solo a chi ha una competenza madrelingua o ha le competenze necessarie, selezionando automaticamente il pubblico. Questi graffiti non sono solo espressioni linguistiche, ma costituiscono elementi di una pratica sociale consolidata. In alcuni di questi graffiti è stato osservato un utilizzo di un approccio multilingue più complesso che spesso utilizza una disposizione frammentaria, come per esempio nel graffito n° 24 dove l'autore avvisa che un negozio si è trasferito "Ci siamo trasferiti in Corso XI febbraio. 100 metri" (Figura 4).

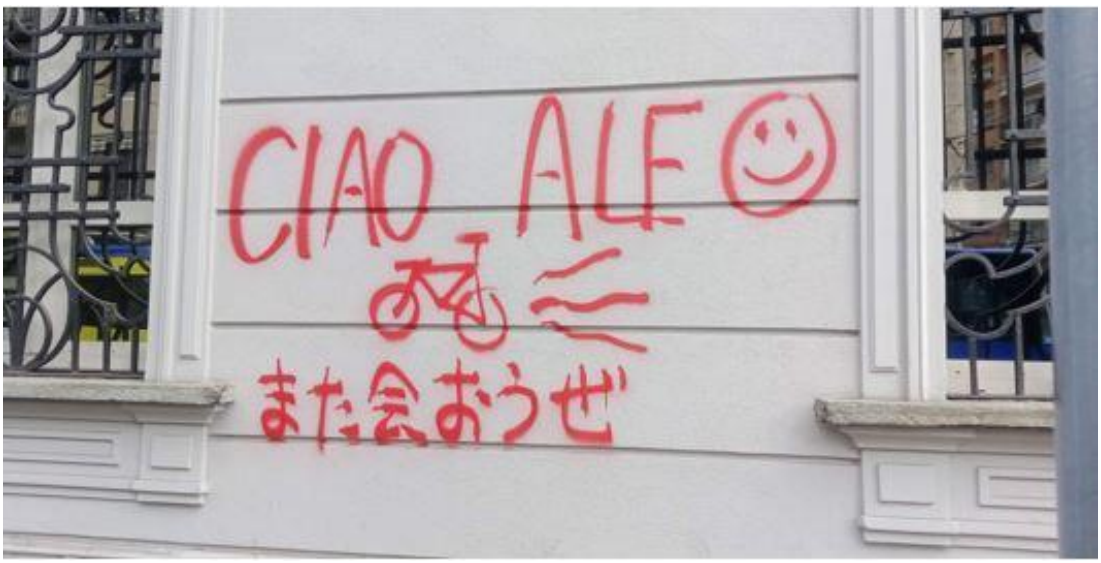
Figura 4. *Avvisi e messaggi: "Ci siamo trasferiti in Corso XI febbraio. 100 metri" (italiano e arabo)*



Sebbene il messaggio sia in italiano, con solo la parola "metri" tradotta in arabo accompagnata da una freccia direzionale, questa scelta comunica l'informazione chiave in modo efficace e visivo, senza richiedere una comprensione completa del testo. I graffiti illustrano l'uso pragmatico della lingua per la gestione delle necessità quotidiane e lavorative, creando una comunicazione efficace e mirata all'interno del gruppo. Negli spazi sociali transnazionali, che rivestono un notevole interesse per lo studio delle nuove forme di costruzione dell'identità e di comunicazione (De Fina, Perrino, 2013), le lingue d'origine spesso rappresentano il mezzo privilegiato di comunicazione. In tali contesti, le lingue subiscono alterazioni a causa del contatto con le lingue locali, dando luogo a un elevato grado di contatto linguistico e mutamento (Vertotec, 2009), che si riflette nell'introduzione di prestiti lessicali, modifiche nella grammatica, nella pronuncia o nella scrittura. I migranti transnazionali costruiscono reti solide e durature all'interno della propria comunità, sia essa formata da amici o parenti nel paese d'origine o nel paese di immigrazione, oppure da membri della comunità che si sono trasferiti in altre regioni del mondo. In questo modo le minoranze immigrate mantengono le loro lingue e le proprie pratiche culturali, da un lato, e dall'altro si integrano nel nuovo quartiere.

La scelta di una lingua nei graffiti non è sempre dettata da ragioni puramente pratiche. A volte, essa riflette una motivazione più profonda, legata all'identità e all'espressione personale. Questo fenomeno si basa sul "principio del valore simbolico" (Spolsky, Cooper, 1991: 81-84), secondo il quale è preferibile scrivere in una lingua con cui ci si vuole identificare. Questa dinamica emerge chiaramente nei graffiti di natura molto personale. Messaggi esistenziali come il graffito n° 27 contenente la frase "Partiremo e loro ricorderanno l'importanza di riempire i nostri vuoti..." comunica stati d'animo universali, ma la scelta di usare l'arabo ne delimita il pubblico creando un senso di comunità anche nella condivisione di sentimenti intimi o di angoscia. Un esempio particolarmente toccante di questa scelta è l'uso del giapponese in graffiti dedicati a un rider deceduto. I graffiti n° 119 e 128 mostrano rispettivamente le scritte in giapponese "Ci vediamo" (Figura 5) e "Sayonara" le quali sono rivolte direttamente ad Alessandro, un collega morto in circostanze tragiche.

Figura 5. *Lotta Riderz: "Ciao Ale. Ci vediamo" (italiano e giapponese*)



L'autore, un ciclo fattorino attivo nel movimento dei diritti dei rider, ha spiegato in un'intervista che il giapponese, sua lingua madre, è l'unico modo per esprimersi

pienamente. La sua dichiarazione chiarisce la differenza tra la scelta linguistica per la lotta sociale, che richiede l'uso di traduzioni in lingue diverse per essere compresa dal vasto pubblico, e la scelta per un messaggio di tipo personale, che invece richiede la lingua d'origine per la sua profondità emotiva.

4.2. *La lingua italiana come processo di integrazione culturale*

All'interno del panorama delle lingue migranti l'italiano trova la sua collocazione se pensata come lingua di apprendimento e pertanto è ragionevole supporre che sia compresa dalla maggioranza dei cittadini immigrati. La descrizione di questi specifici graffiti, realizzati in lingua italiana, va oltre la mera funzione documentaria, fungendo da indicatori contestuali. La loro analisi, infatti, permette di comprendere le dinamiche di frequentazione dello spazio e di partecipazione culturale (integrazione), offrendo una più accurata rappresentazione del multilinguismo di Torino. L'uso della lingua italiana è stato riscontrato sia in composizioni multilingui che in graffiti monolingui: l'italiano appare sia in sovrapposizione all'arabo, come nel graffito n° 46 (Figura 7) dove la scritta "Vai via" si riferisce direttamente al testo in arabo che riporta il nome di Fouzi Lekjaa, uomo politico marocchino coinvolto in scandali di corruzione calcistica, sia come unica lingua presente, come nel graffito n° 45 (Figura 6).

Figura 6. *Calcio: "Lekjaa vattene. Vai via" (arabo e italiano)*

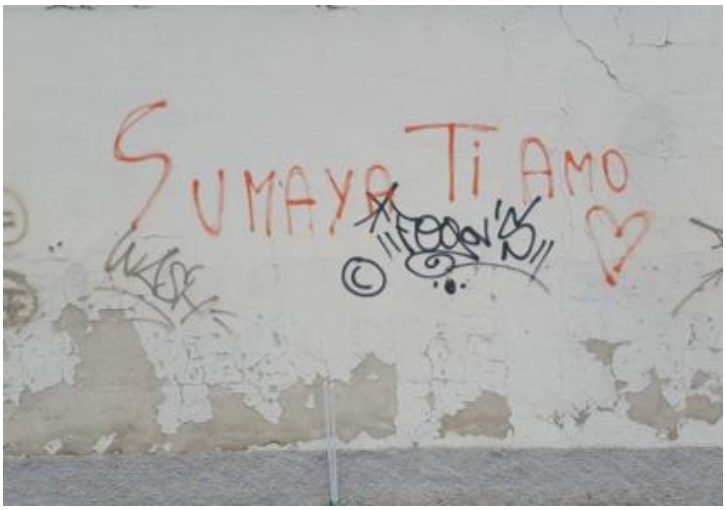


Mentre i graffiti che presentano traduzioni in lingua italiana evidenziano l'intento dell'autore di rendere visibile e comprensibile a una pluralità di cittadini, italiani e stranieri, il contenuto semantico specifico, la scelta di utilizzare solo l'italiano, invece, potrebbe riflettere l'intenzione di adottare questa lingua come straniera, anche nei confronti dei connazionali, sottintendendo così una competenza in una lingua franca e una familiarità con l'italiano come parte del processo di integrazione culturale.

Un'ulteriore dimostrazione del processo di integrazione culturale si rinviene nei graffiti della categoria tematica "Amore". I graffiti analizzati, con il loro contenuto personale, suggeriscono che gli autori siano prevalentemente giovani di seconda o terza generazione, nati in Italia e cresciuti in un ambiente bilingue, dove l'italiano si affianca alla loro lingua materna. Sebbene non sia possibile determinare con certezza gli autori di ciascun graffito, la coerenza dei fenomeni linguistici osservati sostiene l'ipotesi proposta, in parte anche confermata dalle interviste condotte sul campo con alcuni ragazzi di origine cinese, le cui

testimonianze confermano il profilo generazionale. In tale contesto, si osserva la presenza di parole e frasi italiane, come evidenziato nei graffiti n° 2 e n° 12 (Figura 7), che recitano rispettivamente "Amin + Imen per sempre insieme" e "Sumaya ti amo ♥".

Figura 7. *Amore: "Sumaya ti amo ♥"*



Nonostante questi nomi di persona conservino la loro origine etnica e culturale, quando utilizzati in contesti italiani e associati a frasi in italiano, evidenziano un processo di integrazione e fusione di elementi culturali e mostrano come il contatto culturale abbia generato una nuova identità ibrida. In tali circostanze, la lingua italiana non rappresenta esclusivamente uno strumento, ma si trasforma in un elemento costitutivo dell'espressione di sentimenti personali e intensi[19].

4.3. *La lingua inglese come ponte tra locale e globale*

Se la lingua italiana rappresenta un veicolo di integrazione culturale e di integrazione nel contesto locale, la lingua inglese emerge come uno strategico strumento di connessione con il mondo globale. La sua presenza nei graffiti di Torino non si limita a un uso strumentale, ma riflette l'ambizione di comunicare al di là dei confini nazionali, assumendo diverse funzioni a seconda della categoria tematica. In alcune circostanze, l'uso dell'inglese può essere attribuibile alla natura stessa del testo, che assume la forma di uno slogan o di un grido durante le manifestazioni di protesta come nei graffiti n° 87 e 96 (Figura 8 e 9) . Questi graffiti fanno riferimento alla micro-tematica "Harraga"[20].

[19] Ritengo necessario precisare in questa sede che, nell'ambito della tematica "Amore", ho incluso deliberatamente i graffiti contenenti esclusivamente nomi di persona, sebbene l'identificazione di una lingua specifica possa sembrare irrilevante. Questi testi, infatti, sono emblematici di individui con identità linguistiche ibride. Stabilire se un nome come 'Amin' sia arabo o 'Luca' sia italiano solleva interrogativi più ampi sulla stessa definizione di 'italianità' e sulla sua applicazione nel contesto sociale globale contemporaneo, rendendo questi graffiti un elemento cruciale della mia ricerca.

[20] La scelta di utilizzare il termine "harraga" deriva dal fatto che, a seguito di un'analisi approfondita, è emerso che i graffiti di questo gruppo, oltre a condividere l'uso della lingua araba, erano caratterizzati da un tema comune che la parola "harraga" sintetizza efficacemente. Inoltre, nel corso di una precedente ricerca condotta dalla sottoscritta tra il 2012 e il 2014 sulla produzione di graffiti da parte della comunità araba a Torino, è emerso che il termine "harraga" era spesso presente in molti graffiti disseminati per la città. Questo termine, di origine araba dialettale, a partire dal 2011, anno noto come l'inizio delle Primavere Arabe, è diventato rappresentativo di un fenomeno, quello della migrazione irregolare, che esiste da molti anni, ma

Figura 8. *Lotta sociale, pace e libertà / Harraga: "Freedom, hurriya" (inglese e arabo*)



Figura 9. *Lotta sociale, pace e libertà / Harraga: "Burn the border" (inglese e arabo*)



Infine, nella tematica "TRap" l'inglese assume un ruolo di particolare complessità. Riflette il contesto globale in cui i trapper operano e comunicano, fungendo da strumento per la diffusione del proprio nome a livello internazionale, da rivendicazione identitaria e infine da grido di protesta sociale.

4.4. *Musica Trap: emblema del multilinguismo delle nuove generazioni*

La musica trap, fenomeno esploso in Italia a partire dal 2014-2015, rappresenta l'esempio più significativo di come l'inglese si integri in un sistema multilingue e simbolico, offrendo un'opportunità unica per analizzare il multilinguismo giovanile. A Torino, questo genere musicale ha trovato ampia diffusione nei quartieri di Aurora e Barriera di Milano, e le sue manifestazioni sui muri della città riflettono le pratiche linguistiche e identitarie dei giovani che lo animano.

I trapper sono per lo più giovani di seconda o terza generazione, figli della vecchia immigrazione, e rappresentano il multilingue per eccellenza. Cresciuti in un contesto linguistico italiano, hanno sviluppato una conoscenza delle lingue dei loro genitori (come l'arabo o di un altro idioma locale) e spesso anche delle lingue dei paesi ex-colonizzatori (come il francese e l'inglese). Questa pluralità linguistica, tipica della globalizzazione e della crescente interconnessione culturale, rappresenta un chiaro esempio di come le diverse varietà linguistiche si sovrappongano. In ciascuno di questi graffiti si osserva inoltre una disposizione strategica delle informazioni, la cui decodifica non dipende solo dalla conoscenza delle lingue, ma anche da quella di codici simbolici e pratiche sociali specifiche. Come evidenziato nel graffito n° 242, riportante la scritta "Mocro blak mocro majik 10154 seguiete tutti" si osserva come le lingue, i nomi di persona, i simboli e lo slang si mescolino, creando un codice linguistico ibrido denso di significati che vanno ben oltre il contesto locale. Il riferimento al codice postale (10154) del quartiere Barriera di Milano porta immediatamente a una dimensione di appartenenza territoriale locale, mentre le prime parole "Mocro blak" e "mocro majik" sono collegate, oltre che alla musica trap, a un fenomeno internazionale noto come "Mocro Maffia". Questo termine, che si è diffuso a partire dal 2012 nella stampa olandese, indica una vasta e influente organizzazione

che è entrato di uso comune nella lingua italiana solo dopo il periodo di rivoluzioni nel sud del Mediterraneo. Nel contesto specifico, il termine "harraga" assume il significato di "migrante irregolare".

criminale operante nella città di Amsterdam altamente specializzata nel narcotraffico[21]. In contrapposizione, la locuzione "Mocro" venne coniata verso la fine degli anni '90 con l'intento di indicare gli immigrati di origine marocchina presenti sia in Belgio che nei Paesi Bassi. L'uso deliberato di tale termine e l'associazione del contesto trap di Barriera di Milano alla Mocro Maffia assume un valore extra-testuale, connettendosi a dinamiche di identità, potere e visibilità e creando una stratificazione di significati che va dal contesto locale a quello globale, dalla lingua allo slang, dove il multilinguismo è un elemento centrale nella comunicazione. Nel graffito n° 215 "Free. Kassimi Naha. Corso Giulio. BDM", dove viene coinvolta la lingua inglese per la parola "libero", compare l'acronimo BDM. Al pari del codice postale, indica il quartiere Barriera di Milano, trasformando il messaggio in un simbolo di identità territoriale ben riconoscibile nella scena internazionale dei trapper. Il multilinguismo si evidenzia anche attraverso l'uso di slang e altre parole straniere, come *khabbat* visibile nel graffito n° 245 (Figura 10) o "LA MOULA", nel graffito n° 247.

Figura 10. *Trap: "BDM (Barriera di Milano) Khabbat"*



Il termine in lingua araba *khabbat* (anche *khabat* o *khabta*) indica l'essere sotto effetto di sostanze stupefacenti o alcol. Come confermato da diverse fonti, tra cui ricerche condotte online[22] e altre indagini sulla scena trap di Torino[23], nonché da graffiti che fanno riferimento alla Mocro Mafia, la vendita di sostanze illecite rappresenta un tema

[21] Dal 2014, con la pubblicazione del libro-inchiesta da parte dei giornalisti e criminologi olandesi Marijn Schrijver e Wouter Laumans, emerse il concetto di "Mocro Maffia" in Europa. Questa terminologia, coniata dagli stessi autori, denotava inizialmente un gruppo di ladri di gioielli operanti nella città di Amsterdam, i quali, a partire dal traffico di droga, svilupparono nel tempo una vasta e influente organizzazione criminale. Cfr. Laumans, Schrijver (2014).

[22] Il termine "khabbat**"** è molto diffuso nelle canzoni dei trapper di Barriera di Milano. A titolo di esempio, si cita un estratto del testo del brano "Khabat" di Mocro Yakuza, dove il termine ricorre più volte:
Khabat, in giro per Torino
Khabat, entro in autostrada
Khabat, non so più che dico
Khabat, nascondi la targa
È la tutta la vie che rischio ma vie per fare money
E tutta la nuit, la zatla , ora.
Il testo completo della canzone è visionabile al seguente link: https://genius.com/Mocro-yakuza-khabat-lyrics.

[23] Molinari, Borreani (2021: 74).

significativo nella musica trap del quartiere. Il secondo termine menzionato, è un sostantivo femminile francese, preso in prestito dal gergo del rap anglo-americano *moolah*, che è diventato popolare in Francia a partire dal 2015. Il termine ha visto un'ampia diffusione nel 2019 tra i trapper, tanto che è entrato nel gergo degli adolescenti e dei giovani adulti con il significato di "soldi, denaro o qualsiasi mezzo di pagamento" e anche come sinonimo di cannabis[24].

La familiarità dei giovani trapper con una varietà di alfabeti e lingue si riflette anche nella tendenza a scrivere i propri nomi attraverso trascrizioni in caratteri latini e in arabish, evidenziando anche la loro capacità di adattare i codici linguistici al contesto urbano e digitale. Graffiti come il n° 240, in cui vengono riportati cinque nomi di trapper, ovvero "Copen, Faraone, Marocchino, Paw paw, Airoiman[25]", rivelano che il multilinguismo non è solo una conseguenza della storia migratoria personale, ma una risorsa linguistica attiva e consapevole, impiegata in modo strategico per costruire identità, rivendicare il proprio territorio e comunicare codici e valori sia all'interno della propria che della comunità trap internazionale.

4.5. *Lotta sociale, traduzioni e consapevolezza multilingue*

Come emerso dall'analisi dei graffiti della tematica "Trap", il multilinguismo è una risorsa linguistica attiva e consapevole, impiegata in modo strategico per costruire identità, rivendicare il proprio territorio e sfruttare la visibilità. Una certa consapevolezza linguistica si osserva anche nei graffiti legati alla tematica "Lotta sociale. Pace e Libertà", dove la scelta della lingua e la disposizione delle informazioni multilingue diventano strumenti diretti per la comunicazione politica e per raggiungere pubblici specifici. In questi casi, la decisione riguardante il tipo di multilinguismo da presentare all'interno del graffito è strettamente collegata alla consapevolezza, da parte dell'autore, della presenza di individui che parlano diverse lingue e alla necessità di rivolgersi a un pubblico esterno al proprio movimento e quindi all'intenzione di rendere il proprio messaggio il più accessibile possibile. In particolare nei graffiti associati alle micro-tematiche "Lotta Rider" e "Harraga", è stata osservata una maggiore consapevolezza sia nell'utilizzo di messaggi multilingui, con le diverse disposizioni di informazioni, sia nella decisione di realizzare i graffiti in luoghi specifici della città.

La disposizione complementare del graffito n° 102 (Figura 11) della lotta "Harraga" evidenzia l'impiego delle lingue italiana e araba. A prescindere dalla competenza linguistica dell'autore, che potrebbe essere arabofono o italofono, l'iscrizione "Contro i CPR" è chiaramente rivolta alla popolazione immigrata di lingua araba, molto presente nel luogo di realizzazione dei graffiti, la quale facilmente conosce i Centri di Permanenza per il Rimpatrio. L'uso dell'acronimo italiano "CPR" è verosimilmente dovuto alla sua diffusione e cristallizzazione nel dibattito pubblico e mediatico italiano e, in particolare, torinese. Questa sigla rappresenta l'unica o la principale denominazione con cui gli autori dei graffiti (e la comunità) conoscono tali centri di detenzione, rendendola di fatto la forma linguistica più accessibile e riconoscibile per riferirsi a tali enti. Sebbene il testo

[24] Le informazioni riguardo questo termine sono reperibili dalla risorsa online dedicata all'ortografia e alla grammatica della lingua francese al seguente link: https://dictionnaire.orthodidacte.com/article/definition-moula.

[25] Nell'ultimo nome in Arabish, *Airoiman*, il numero "3" rappresenta la lettera araba *ayn* (ع). Per traslitterare il nome in un formato leggibile, ho scelto di sostituire il numero "3" con la lettera "A". La *ayn* è infatti un suono laringeo che, pur non avendo un equivalente esatto in italiano, si avvicina al suono di una "a" gutturale.

circostante sia in arabo, l'acronimo richiama immediatamente i lettori alla dimensione di detenzione e alle politiche migratorie attuali.

Figura 11. *Lotta sociale, pace è libertà / Harraga: "Contro i CPR" (italiano e arabo)*



Altri graffiti utilizzano una disposizione parallela come strumento politico per scuotere le coscienze, esporre le tensioni sociali e invitare a un dialogo che va oltre le posizioni consolidate. Il graffito n° 78 (Figura 12), della sotto-tematica "Conflitto israelo-palestinese" mostra la parola "pace" scritta prima in arabo e poi in ebraico.

Figura 12. *Lotta sociale, pace è libertà / Conflitto israelo-palestinese: stencil "Pace" (arabo e ebraico)*



L'associazione delle due lingue in un contesto così delicato può essere interpretata come una strategia provocatoria proprio per il significato intrinseco e la carica simbolica: in questo caso, le lingue non sono solo veicoli di significato, ma diventano simboli politici e culturali fortemente connotati, che rompono visivamente e simbolicamente l'idea di separazione e antagonismo delle due popolazioni. L'impiego dello stencil, inoltre, rappresenta un elemento di cruciale rilevanza, in quanto suggerisce che l'autore potrebbe non appartenere alle comunità linguistiche coinvolte. Tecnicamente, lo stencil rappresenta

la soluzione più efficiente e accurata per riprodurre caratteri complessi o non noti a un artista non madrelingua (né arabo né ebraico), rendendo probabile l'autorialità di un attivista solidale o un artista locale che interviene nel dibattito politico senza un legame linguistico diretto con l'area di conflitto. Inoltre, lo stencil rappresenta uno strumento intrinseco di anonimato e riproducibilità seriale. Questo approccio consente di passare da una logica basata sulla figura del *chi* a una focalizzazione centrata sul *cosa* del messaggio, facilitando una diffusione rapida e capillare su diverse aree della città. L'effetto della provocazione visiva risulta amplificato, indicando che l'obiettivo primario consiste nell'intervenire nel dibattito pubblico più vasto piuttosto che in un'espressione interna alle comunità.

Si nota inoltre l'utilizzo di disposizioni frammentarie per porre l'accento su specifiche parole chiave della lotta sociale a cui si prende parte. Per esempio, il testo del graffito n° 91 (Figura 13) è scritto prevalentemente in italiano, la lingua predominante nel contesto del Paese ospitante. Tuttavia, accanto al testo "via via via la polizia", viene inserita la traduzione della parola "libertà" in arabo in trascrizione con i caratteri latini (*hurriya*), in inglese (*freedom*) e in italiano contribuendo così a creare una disposizione frammentata delle informazioni multilingue. La strategia impiegata in questo graffito è finalizzata a un obiettivo specifico. In primo luogo, il termine italiano si rivolge alla comunità locale; in seguito, l'inglese si rivolge a un pubblico internazionale, composto da turisti o persone che utilizzano l'inglese come lingua franca; infine, la trascrizione della parola araba si rivolge direttamente a una comunità specifica, presumibilmente composta da migranti o rifugiati di origine araba, come suggerito dal contesto del ritrovamento. La collocazione del graffito, rinvenuto sulla parete del civico 45 di Corso Giulio Cesare, noto come "Le serrande occupate" e sgomberato nel 2019, attribuisce un significato cruciale, in quanto in passato tale luogo ha accolto individui senza fissa dimora, compresi minori.

Figura 13. *Lotta sociale - pace e libertà / Harraga: "Libertà", "Via via via la polizia" (italiano, arabo e inglese)*



Oltre a costituire una strategia comunicativa, il multilinguismo nei graffiti di lotta sociale dimostra come alcune parole possano trascendere il loro significato letterale per diventare simboli universali. In tale contesto, le lingue si cristallizzano, trasformando termini specifici in slogan efficaci e simboli distintivi, portando alla selezione e alla diffusione di parole chiave che si tramutano in veri e propri emblemi delle lotte sociali. Nel caso della lotta per i diritti dei migranti, ad esempio, due termini in particolare si sono radicati nel tessuto urbano di Torino: *hurriya* e *harraga*. Un esempio dell'utilizzo di questi due termini nei graffiti della categoria tematica è mostrato nei graffiti n° 85 e 101.

La diffusione nel contesto urbano di Torino di queste parole arabe ha origine negli anni immediatamente successivi all'esplosione delle rivolte popolari conosciute come "Primavere arabe" che hanno scosso numerosi paesi arabi a partire dal 2011. In quel periodo, Torino ha assistito all'arrivo di un considerevole flusso migratorio composto principalmente da giovani arabi che spesso giungevano in città privi di documenti. Una volta arrivati a Torino, ricevevano sostegno da numerosi militanti anarchici, con i quali collaboravano nella diffusione di numerosi graffiti di protesta che si distinguevano per l'utilizzo di parole arabe accompagnate dalla loro traduzione in italiano[26]. Oggi queste parole, vengono utilizzate come veri e propri slogan e simboli di protesta e le si possono trovare in trascrizione in caratteri latini o in caratteri arabi. La potenza di questi simboli risiede nel fatto che, anche quando sono realizzate nei caratteri originali arabi, diventano riconoscibili persino dai cittadini non arabofoni, come se si fossero trasformate più in simboli visivi che in produzioni verbali. In questo processo, la competenza linguistica cede il passo al riconoscimento visivo e all'associazione di significato. Le medesime circostanze sembrano replicarsi per quanto riguarda la diffusione del termine urdu *hartal*, che significa "sciopero". Questo termine ha fatto la sua comparsa a partire dal 2019, coincidendo con l'anno in cui il Centro Culturale Manituana ha iniziato ad accogliere la "Ciclofficina Riderz" nei propri locali. Nel prossimo paragrafo, l'attenzione sarà focalizzata su questa categoria di graffiti, che evidenziano un utilizzo di segni e parole che trascende la semplice comunicazione linguistica, assumendo un profondo valore simbolico e manifestando una chiara tendenza alla multimodalità.

4.6. *Multilinguismo, simbolismo e multimodalità nella Lotta Riderz*

Nell'ambito socio-economico contemporaneo, le manifestazioni espressive del movimento della *Lotta Riderz*[27] si esprimono in un ventaglio linguistico e semiotico

[26] Per un approfondimento, si rimanda all'articolo realizzato dalla sottoscritta "Tatuaggi urbani. Scritte spontanee e graffiti in arabo sui muri di Torino", consultabile al link: https://iris.unito.it/retrieve/handle/2318/1770185/702671/Anzaar%2C%20Sguardi%20dal%20Mediterraneo%20%283%29.pdf.

[27] Il servizio di consegna di cibo a domicilio si è affermato come una pratica diffusa. I rider sono figure professionali che operano tramite piattaforme digitali come Glovo e Just Eat, si occupano della consegna dei prodotti ordinati attraverso tali piattaforme. Il movimento della lotta rider si configura come un fenomeno sociale di portata internazionale, in quanto l'economia delle piattaforme si distingue per la sua natura globale fin dalla sua concezione, a differenza di modelli economici del passato. Le problematiche delle condizioni lavorative dei rider sono caratterizzate da una retribuzione insufficiente e discontinua, nonché da orari di lavoro flessibili che comportano l'assenza di stabilità e prevedibilità nelle entrate economiche. Inoltre, i rider spesso non godono delle protezioni sociali di cui beneficiano i lavoratori dipendenti, quali l'assicurazione sanitaria e la copertura pensionistica. A tal proposito, un rider intervistato a Torino (intervista realizzata dalla sottoscritta a un attivista rider di Torino in data 5/5/2023) ha espresso preoccupazioni riguardo alla mancanza di un contratto formale, evidenziando come l'assenza di diritti e la natura del lavoro a cottimo possano compromettere la tutela di questa categoria. Inoltre, è stato evidenziato che, data la composizione prevalentemente straniera della popolazione non avente diritto di voto, tale gruppo non rappresenta un interesse per i partiti politici. La limitata numerosità della categoria, stimata in

notevole facendo largo uso di stencil e disegni (smiles, biciclette) la cui interpretazione e valore simbolico rimandano spesso a contesti di lotta altri da quello rider, ma che lo sostengono, come il caso del graffito n° 136 (Figura 14), un simbolo che ha la sua radice nel movimento Critical Mass[28] di Torino e che è stato successivamente ripreso dalla Lotta Riderz.

Figura 14. *Lotta sociale - pace e libertà / Lotta Riderz (stencil)*

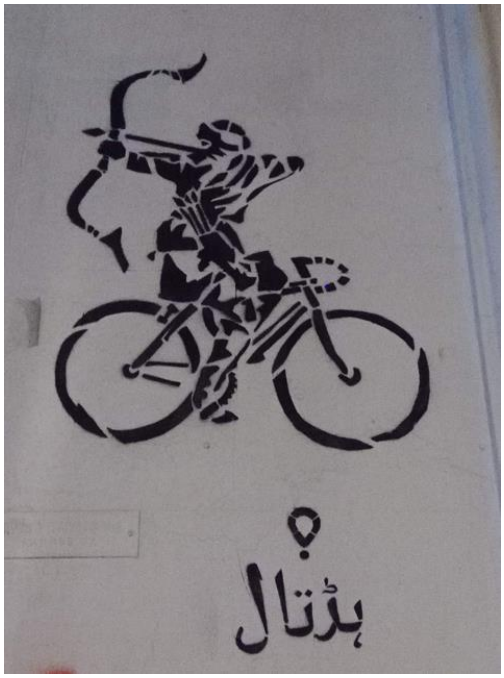


Il ricorso alla multimodalità e al multilinguismo amplifica il messaggio, creando un'efficace contro-narrazione nello spazio urbano. L'esempio più significativo di questa pratica è l'utilizzo dello stencil dell'arciere presente in numerosi graffiti, come per esempio il n° 132 (Figura 15). Questo simbolo, accompagnato dalla scritta in urdu *hartal*, che significa "sciopero", non è solo un'immagine, ma un vero e proprio simbolo extratestuale che condensa l'identità e la lotta di un intero gruppo. La stessa logica, come commentato nel paragrafo precedente, si applica alla parola *hartal*. Nonostante sia scritta in urdu, la sua funzione principale è quella di richiamare in modo immediato e potente il concetto di sciopero e la mobilitazione dei lavoratori, rendendo il messaggio comprensibile anche a chi non conosce la lingua. L'associazione tra lo stencil dell'arciere e la parola "hartal" rafforza questa strategia creando un nuovo strato di significato: il graffito n° 112 non comunica solo "sciopero", ma "sciopero ideologico", "sciopero come atto di lotta mirata" o "sciopero per una causa", arricchito da un sistema di valori e credenze che fa parte del movimento.

500-600 individui a Torino, e la mancata attenzione da parte dei principali sindacati nei confronti dei lavoratori non sindacalizzati, hanno motivato l'azione autonoma o l'affidamento a piccoli sindacati e avvocati indipendenti.

[28] Il Critical Mass, o "massa critica", è un fenomeno di mobilitazione che coinvolge ciclisti i quali sfruttando la forza del numero (massa), occupano le strade normalmente destinate al traffico automobilistico. I rider delle piattaforme di consegna hanno utilizzato la Critical Mass come strumento per esprimere il proprio malcontento riguardo alle condizioni lavorative, in particolare nel 2018, come riportato dai principali giornali nazionali. cfr. https://torino.repubblica.it/cronaca/2018/10/26/foto/torino_scatti_da_una_protesta_le_immagini_ella_manifestazione_dei_riders-210081684/1/.

Figura 15. *Lotta sociale - pace e libertà / Lotta Riderz: "Sciopero" con stencil arciere (urdu)*



In altre parole, la presenza di entrambi i segni può essere interpretata come una forma di traduzione intersemiotica, dove il simbolo visivo arricchisce il significato della parola e viceversa, innestando un secondo contenuto su una coppia di significanti e significati già esistenti (Barthes, 1988). Il contenuto veicolato è quindi legato all'ideologia, al sistema di valori e credenze del movimento.

5. CONCLUSIONI

Questa ricerca ha analizzato qualitativamente i graffiti delle comunità migranti nel LL di due quartieri dell'area nord di Torino, Aurora e Barriera di Milano, documentando 249 unità d'analisi visibili sulla mappa digitale. L'indagine, supportata da un approccio etnografico e dall'osservazione partecipata, ha permesso di categorizzare i graffiti e di far emergere le diverse narrazioni espresse, cogliendo sia le sfumature linguistiche che il contesto socio-culturale da cui essi originano. La mappa digitale si rivela uno strumento estremamente prezioso per l'analisi dei graffiti urbani. Non solo permette di visualizzare la distribuzione geografica dei graffiti, ma anche di cogliere le dinamiche sociali e tematiche che li sottendono. La mappa evidenzia come alcuni spazi, per esempio Corso Giulio Cesare e Piazza della Repubblica, costituiscano luoghi di scambio e incontro privilegiati per l'espressione delle diverse voci della città. Inoltre, la possibilità di filtrare e analizzare specifiche categorie tematiche, come ad esempio i graffiti della lotta dei rider, consente di identificare correlazioni significative tra i contenuti dei messaggi e i contesti urbani in cui essi sono inseriti. Questo permette di comprendere come i graffiti non siano distribuiti casualmente, ma posizionati in luoghi scelti per massimizzare la visibilità o per radicarsi in aree che supportano il messaggio, come ad esempio i centri di aggregazione o zone caratterizzate dal passaggio di molte persone. Sebbene immutabili e ancorati alle superfici dei luoghi come testimonianze silenziose, i graffiti sono estremamente mobili, in quanto i messaggi in essi contenuti vengono letti, interiorizzati e portati con sé da chi abita o attraversa quei luoghi, che a loro volta possono realizzarli e divulgarli su un altro muro.

Si configurano come veicolo di narrazioni, esperienze condivise e perpetuazione di messaggi, informazioni o dissenso, colmando efficacemente il divario tra immobilità fisica e realtà del movimento continuo delle persone.

L'analisi della disposizione delle informazioni multilingue applicata alle tematiche individuate rivela graffiti rivolti a pubblici interni alla comunità; graffiti, come quelli delle tematiche legate alle diverse lotte sociali, che si rivolgono invece a comunità esterne alla propria o che utilizzano l'inglese come lingua franca. Infine, come si è visto, altri graffiti utilizzano la lingua del Paese ospitante, l'italiano in questo caso, per mostrare integrazione. È evidente che il processo che porta alla creazione dei diversi graffiti, multilingue e monolingue, è correlato con la decisione circa il fruitore (o i fruitori) che l'autore vuole raggiungere. Al fine di garantire ai lettori la comprensione dei segni presentati in una lingua straniera, la traduzione emerge come la strategia principale per fornire informazioni precise soprattutto nei graffiti che hanno a che fare con tematiche di rilievo internazionale, come quelli legati alla musica Trap, alle lotte sociali ed in particolare alle sotto tematiche "Harraga" e "Lotta Riderz". Inoltre la tendenza a utilizzare simboli come disegni o parole chiave, mostra una certa consapevolezza da parte degli autori, i quali si impegnano nel creare un linguaggio visivo e testuale che sia specifico per la comunità di riferimento (come evidenziato, per esempio, dalla parola *hartal* in urdu e il simbolo dell'arciere) e al contempo universalmente comprensibile nel contesto della protesta. Questi fenomeni sono attribuibili a un notevole livello di contatto linguistico, che si manifesta in modo evidente attraverso i graffiti a tematica di lotta sociale, confermando quanto osservato da Backhaus (2006), ovvero che i segni non ufficiali spesso utilizzano lingue straniere per esprimere solidarietà e fanno quindi emergere con chiarezza la funzione di comunicazione sociale, evidenziando inoltre l'accortezza linguistica, pragmatica e persino interculturale degli autori.

I risultati di questa ricerca confermano che la lingua è il risultato di attività socialmente radicate e localizzate nella vita quotidiana (Pennycook, 2010), suggerendo l'importanza di studiare il linguaggio nei contesti sociali d'azione e di osservare tali fenomeni linguistici nell'uso quotidiano che ne fanno gli attori coinvolti. Considerando che il multilinguismo nelle società contemporanee è diventato «una delle pratiche sociali più essenziali al mondo» (Aronin, 2019), la documentazione delle sue manifestazioni nei graffiti evidenzia la complessa interazione tra dinamiche sociali ed espressione linguistica, contribuendo a una più profonda comprensione del multilinguismo urbano e, nel caso specifico, anche dei processi di integrazione dei migranti. I graffiti del corpus riflettono, infatti, con maggiore precisione l'eterogeneità sociale e linguistica rispetto agli usi ufficiali, proiettando le diverse necessità dei membri delle comunità migranti nella sfera linguistica e materializzandosi nelle rappresentazioni verbali presenti nei graffiti.

Qr-code per la Mappa digitale

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Aronin L. (2019), "What is multilingualism?", in Singleton D., Aronin L. (eds.), *Twelve lectures in multilingualism*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 3-34.

Backhaus P. (2006), "A linguistic landscape study of a Japanese city", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 1-10.

Barthes R. (1988), *The semiotic challenge*, Hill and Wang, New York.

Battisti F. M., Meglio L. (2010), "Una lettura sociologica del graffito urbano", in *Sociologia e Ricerca Sociale*, 91, pp. 75-83.

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.

Blommaert J. (2016), "From mobility to complexity in sociolinguistic theory and method", in Coupland N. (ed.), *Sociolinguistics: Theoretical debates*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 242-260.

Calvet J. L. (1994), *Les voix de la ville: Introduction à la sociolinguistique urbaine*, Payot, Paris.

Calvet J. L. (2005), "Les voix de la ville revisitées: Sociolinguistique urbaine ou linguistique de la ville", *Revue de l'Université de Moncton*, 36, 1, pp. 9-30.

Canagarajah S. (2017), "Introduction: The nexus of migration and language: The emergence of a disciplinary space", in Canagarajah S. (ed.), *The Routledge handbook of migration and language*, Routledge, New York-London.

Capello C. (2008), *Le prigioni invisibili: etnografia multisituata della migrazione marocchina*, FrancoAngeli, Milano.

Cingolani P. (2018), "È tutto etnico quel che conta? Conflitto per le risorse e narrazioni della diversità a Barriera di Milano", in Capello C., Semi G. (a cura di), *Torino, un profilo etnografico*, Meltemi, Sesto San Giovanni (MI), pp. 91-114.

Città Metropolitana di Torino, (2021), *Rapporto Città Metropolitana di Torino*: https://www.lavoro.gov.it/documenti-e-norme/studi-e-statistiche/ram-2021-torino.pdf.

Comune di Torino (2022) (a cura di SISTAN), *Gli stranieri sul territorio metropolitano 2021*: https://www.sistan.it/index.php?id=319&no_cache=1&tx_ttnews%5Btt_news%5D=10702.

Consiglio Nazionale delle Ricerche (2013, 30 ottobre), "Torino, tra ondate migratorie e crisi", in *Almanacco della Scienza*: https://almanacco.cnr.it/articolo/2436/torino-tra-ondate-migratorie-e-crisi.

Coupland N. (2010), "The sociolinguistics of globalization: An introduction", in Coupland N. (ed.), *The handbook of language and globalization*, Wiley-Blackwell, Hoboken (NJ) pp. 1-21.

Davies T., Isakjee A. (2015), "Geography, migration and abandonment in the Calais Refugee Camp", in *Political Geography*, 49, 1, pp. 93-95.

Debras C. (2019), "Political graffiti in May 2018 at Nanterre University: A linguistic ethnographic analysis", in *Discourse & Society*, 30, 5, pp. 441-464: https://doi.org/10.1177/0957926519855788.

De Fina A., Perrino S. (2013), "Transnational identities", in *Applied Linguistics* (Special Issue), 34, 5, pp. 509-551.

Gorter D. (2006), "The study of the linguistic landscape as a new approach to multilingualism", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 1-6: https://doi.org/10.1080/14790710608668382.

Gorter D. (2009), "The linguistic landscape of a multilingual city", in Blommaert J., van der Aalsvoort P. J. G., van den Eeden L. M. D. F. (eds.), *Discourse and identity:*

Approaches to discourse and identity in multilingual settings, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 1-19.
Gorter D., Marten H., van Mensel L. (2012), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, London.
Guerra N. (2012) "Il graffitismo nello spazio linguistico urbano, la città come melting pot diamesico", in *Analele Universităţii din Craiova*, pp. 89-92.
Guerra N. (2012), *Il labile discrimine tra spazio urbano e spazio linguistico. La città come dimensione spaziale costitutiva della variazione, del contatto e dell'innovazione linguistica. Il ruolo del graffitismo, del muralismo e dello stickerismo*, GRIN Verlag GmbH, Romance Languages: Italian and Sardinian Studies, München.
Guerra N. (2013), "Lingua e città: Il graffitismo, lo stickerismo e le affissioni abusive come occasioni di studio delle dinamiche evolutive della lingua italiana", in *Mediterranean Language Review*, 20, pp. 41-58.
Guerra N. (2013), "Muri puliti popoli muti: analisi tematica e dinamiche linguistiche del fenomeno del graffitismo a Roma", in *Forum Italicum. A Journal of Italian Studies*, 47, 3, pp. 570-585.
Halliday M. A. K. (1978), *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*, Edward Arnold, London.
Heller M. (1996), "Legitimate language in a multilingual school", in *Linguistics and Education*, 8, 2, pp. 139-157.
Laumans W., Schrijver M. (2014), *Mocro Maffia*, Overamstel Uitgevers, Amsterdam.
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.
Lefebvre H. (1991), *The production of space*, Blackwell, Oxford.
International Centre for Migration Policy Development, United Cities and Local Governments & United Nations Human Settlements Programme (2017), *Profilo migratorio della Città metropolitana di Torino*, Città Metropolitana di Torino: http://www.cittametropolitana.torino.it/cms/risorse/europa/dwd/cooperazione/Mc2cM/Profilo-migratorioCMTO_IT.pdf.
Madsen K. D. (2014), "Graffiti, art, and advertising: Re-scaling claims to space at the edges of the Nation-State", in *Geopolitics*, 20, 1, pp. 95-120.
Makoni S., Pennycook A. (2012), "Disinventing multilingualism: From monological multilingualism to multilingua francas", in Martin-Jones M., Blackledge A., Creese A. (eds.), *The Routledge handbook of multilingualism*, Routledge, New York-London, pp. 439-472.
Molinari N., Borreani F. (2021), "Note di ricerca sul rapporto tra musica, spazio e violenza nella scena trap di Torino Nord", in *Tracce Urbane. Rivista Italiana Transdisciplinare Di Studi Urbani*, 6, 10, pp. 58-86.
Ministero dell'Istruzione e del Merito - Ufficio Scolastico Regionale per il Piemonte (2023), a cura di Bordonaro G. *et al.*, *Anno scolastico 2022/2023. Alunni con cittadinanza non italiana nelle scuole della città metropolitana di Torino: l'azione della scuola a supporto dell'integrazione dei cittadini stranieri*: http://www.comune.torino.it/statistica/osservatorio/stranieri/2022/pdf/15_-_Introduz_AlunniStranieri_2022_2023_USR_Piemonte.pdf.
Omedè M., Procopio M. (2006), *Stranieri a Torino: dati e strumenti per un'analisi dell'andamento evolutivo dell'immigrazione internazionale nel capoluogo piemontese*, Comune di Torino - Osservatorio Socioeconomico Torinese: http://www.comune.torino.it/statistica/osservatorio/stranieri/2005/pdf/07.pdf.
Pennycook A. (2010), *Language as a local practice*, Routledge, New York-London.

Pennycook A. (2009), "Linguistic landscapes and the transgressive semiotics of graffiti", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, New York, pp.137-150.
Pennycook A. (2010), "Spatial narrations: Graffscapes and City Sowls", in *Semiotic Landscapes*, 1, pp. 137-150.
Reh M. (2004), "Multilingual writing: A reader-oriented typology - with examples from Lira Municipality (Uganda)", in *International Journal of the Sociology of Language*, 167, pp. 1-25.
Sacchi P., Viazzo P. (a cura di) (2003), *Più di un Sud: Studi antropologici sull'immigrazione a Torino*, FrancoAngeli, Milano.
Seloni L., Sarfati Y. (2017), "Linguistic landscape of Gezi Park protests in Turkey: A discourse analysis of graffiti", in *Journal of Language and Politics*, 16, 6, pp. 782-808.
Semi G. (2015), *Gentrification: Tutte le città come Disneyland*, il Mulino, Bologna.
Sossich E. (2020), "Abitare le resistenze. Il caso del quartiere Aurora a Torino tra immigrazione, lotta per la casa e gentrification", in *Antropologia Pubblica*, 6, 2, pp. 117-140.
Stroud C., Mpendukana S. (2009), "Towards a material ethnography of linguistic landscape: Multilingualism, mobility and space in a South African township", in *Journal of Sociolinguistics*, 13, 3, pp. 363-386.
Triandafyllidou A. (2022), "Temporary migration: category of analysis or category of practice?", in *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 48, 16, pp. 3847-3859: https://doi.org/10.1080/1369183X.2022.2028350.
Tsoni I. W., Franck A. K. (2019), "Writings on the wall: textual traces of transit in the aegean borderscape", in *Borders in Globalization Review*, 1, 1, pp. 7-21.
Uzureau O., Rota M., Lietaert I., Derluyn I. (2022), "Transient lives and lasting messages: graffiti analysis as a methodological tool to capture migrants' experiences while on the move", in Grabska K. (ed.), *Documenting displacement: Questioning methodological boundaries in forced migration research*, McGill-Queen's University Press, Montreal, pp. 173-200.
Vertovec S. (2009), *Transnationalism*, Routledge, London.

IL *WRITING* IN (PSEUDO)FRANCESE NEL CENTRO STORICO DI NAPOLI

Daniela Puolato[1]

1. INTRODUZIONE

Il presente contributo si inserisce in una prospettiva di ricerca volta a documentare e analizzare il multilinguismo visivo della città di Napoli, resa sempre più superdiversa[2] dai recenti flussi migratori. L'attenzione si concentra sulla presenza della lingua francese, esaminata attraverso una forma specifica di scrittura pubblica: il *graffiti writing* (d'ora in poi *writing*), in particolare nella sua espressione più essenziale, la tag o firma del *writer*.

Il francese è scelto come oggetto di studio per il suo ruolo di lingua immigrata (Vedovelli, 2015), pluricentrica, internazionale, insegnata come L2, legata a valori di eleganza e raffinatezza. A Napoli, tali caratteristiche, che ne alimentano l'attrattività[3] nel mercato globale delle lingue (De Mauro *et al.*, 2002; Calvet, 2002), si intrecciano con un radicamento storico profondo, che si riflette nei gallicismi ancora presenti nel dialetto locale (Mignone, 2005; De Blasi, 2012; Minervini, 2015). La vicinanza strutturale al napoletano e la somiglianza grafica accidentale, derivante dalle «nuove grafie spontanee» del napoletano (Maturi, 2023a: 337), favoriscono processi di commistione fra le due lingue. Nei contesti di contatto, le lingue «si presentano […] con valori sociali distinti e gerarchizzati» (Cambi, 2024: 772) e la loro dimensione valoriale e simbolica, oltre che funzionale, si configura in modo dinamico (Vedovelli, 2018). In questo quadro, si delinea la possibilità di esplorare in che modo la pluralità dei significati che il francese veicola si articoli in forme di espressione simbolica situate nello spazio urbano, generando usi creativi.

L'analisi delle tag in (pseudo)francese a Napoli si colloca nell'ambito del *linguistic landscape (o panorama/paesaggio linguistico)*. Allo stesso tempo campo di ricerca e oggetto di indagine, il *linguistic landscape* rinvia, in senso stretto, all'insieme di segni scritti visibili nello spazio pubblico, prevalentemente urbano e multilingue (Gorter, 2006: 83). Tuttavia, in un'accezione più ampia, maturata con l'evoluzione teorico-metodologica del campo[4],

[1] Università di Napoli "Federico II".

[2] Il concetto di *superdiversità* descrive la complessità crescente dei contesti migratori contemporanei, caratterizzati da una diversità multidimensionale e in continua evoluzione (Vertovec, 2019: 126).

[3] Il francese ha una presenza limitata nei paesaggi linguistici urbani globali (Bagna, Barni, 2006: 27) e viene poco valorizzato nelle strategie di marketing etnico e di mercificazione. Tuttavia, mantiene visibilità nel settore commerciale attraverso nomi legati alla moda, alla cultura e allo spettacolo presenti in insegne e manifesti (Ziegler *et al.*, 2022: 71, 125, 196, 200).

[4] Il concetto di *linguistic landscape* (Gorter, Cenoz, 2024: 3-5, 27-40) viene formalizzato da Landry e Bourhis (1997: 25), che identificano come oggetto di studio «[t]he language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings». In seguito, il campo si è esteso fino a includere «images, photos, sounds (*soundscapes*), movements, music, smells (*smellscapes*), graffiti, clothes, food, buildings, history, as well as people who are immersed and absorbed in spaces by interacting with LL [Linguistic Landscape] in different ways» (Shohamy, 2015: 153-154). Per una panoramica ampia e recente degli studi sul paesaggio linguistico, si rinvia a Gorter, Cenoz (2024).

comprende anche elementi sonori, mobili[5] e olfattivi, configurandosi come un repertorio multilingue e multimodale destinato ad attirare l'attenzione dei passanti (Gorter, Cenoz, 2015: 63). Il *linguistic landscape,* «luogo di pratiche sociali, di rappresentazioni simboliche, di schermaglie identitarie» (Uberti-Bona, 2021: 558), *si è consolidato, nel suo progressivo perfezionamento concettuale e analitico, come una lente sensibile e dinamica per cogliere le trasformazioni sociolinguistiche di spazi urbani multilingui e superdiversi. In questo quadro, i* graffiti[6]*,* oggi riconosciuti come parte integrante del paesaggio semiotico, sono stati interpretati come espressioni artistiche o strumenti di posizionamento ideologico (Pennycook, 2010: 140; 2009), che esprimono o contestano identità, appartenenze, dinamiche di potere e processi di gentrificazione (Debras, 2019; Gonçalves, 2018; Machetti, Pizzorusso, 2020), nonché come risorse didattiche (Gorter, Cenoz, 2024: 373-374). La «central position of language in graffiti – embodied in its preoccupation with writing, names and letters –» (Karlander, 2023: 277) ne sottolinea la rilevanza sociolinguistica, valorizzata negli ultimi due decenni dagli studi sulla semiotica nello spazio pubblico, in particolare nell'ambito del *linguistic landscape* (Karlander, 2023: 285).

Questo studio analizza le tag come segni sociolinguisticamente rilevanti all'interno del paesaggio urbano: marcano lo spazio, riflettono sistemi grafici e culturali (Wachendorff *et al.*, 2017) e si integrano alla tipografia urbana, anch'essa portatrice di significati sociali e identitari (Wachendorff, 2021). In quanto leggibili come parole francesi, le tag sono qui interpretate come manifestazioni di multilinguismo visivo. L'analisi si articola su tre livelli: linguistico, per la connessione con il francese, ma anche per coglierne la dimensione multilingue; grafostilistico (Spillner, 2009; Wachendorff *et al.*, 2017), per descriverne le caratteristiche formali; spaziale, per individuarne le modalità di localizzazione ed eventuali forme di radicamento territoriale, legate alla loro presenza diffusa nello spazio urbano.

L'obiettivo è indagare in che misura il *writing* in (pseudo)francese si iscriva come pratica simbolica e situata, capace di articolare dimensioni locali e translocali nella costruzione della diversità linguistica visibile nel paesaggio urbano di Napoli.

L'articolo si struttura come segue: una breve introduzione al *writing*, la descrizione della metodologia, l'analisi delle tag, articolata sul richiamo al francese, sugli aspetti grafostilistici e sulla distribuzione spaziale, e, infine, le conclusioni, che sintetizzano le tendenze emerse e indicano possibili sviluppi futuri.

2. TRA VANDALISMO GRAFICO E RICONOSCIMENTO CULTURALE: IL *GRAFFITI WRITING*

«Nomi di persona, di battaglia, cognomi, soprannomi, epiteti, nickname, incisi con una punta, o tracciati a lapis, penna, gesso, marker, evidenziatore, pennarello, o, nei casi più "monumentali", a bomboletta spray, se non a pennello e vernice. L'Italia sui muri è soprattutto […] *Graffiti-Writing*» (Ciancabilla, 2020: 257).

Il *writing*[7] è una forma contemporanea di scrittura urbana, caratterizzata da trasgressione e visibilità, che condivide con la tradizione epigrafica la ricerca di adrenalina, l'indifferenza per i confini della proprietà privata, la tendenza a generare accumulo di scritte a partire da un segno iniziale e la spinta a imprimere una presenza nello spazio pubblico; ma si caratterizza per la progettazione grafica, l'uso creativo dello spazio urbano,

[5] Segnaletica stradale e toponomastica, insegne, ecc., rientrano tra i *fixed signs*; giornali, banconote, magliette, tatuaggi o testi su schermi digitali sono esempi di *non-fixed* o *moving signs* (Gorter, Cenoz, 2024: 115-116, 142).

[6] Il termine è usato oggi per riferirsi a scritte, immagini e simboli eseguiti in spazi pubblici con diverse tecniche, dunque non solo "a sgraffio", cioè incise su una superficie dura con uno strumento appuntito.

[7] Sebbene ne costituisca l'origine, il *graffiti writing* non va confuso con la *street art* che, secondo uno dei suoi pionieri, John Fekner, include tutte le forme di arte di strada che si differenziano dal *graffiti writing* per tecnica e soggetto (Lewisohn, 2008: 23, cit. in Blanché, 2015: 33).

la scelta strategica dei luoghi e una costante sperimentazione estetica (Ciancabilla, 2020: 258-260).

Le «criptiche firme arabescate» (Dogheria, 2015: 56), o tag, ne sono «la struttura portante» (Mininno, 2008: 8): nate nei ghetti urbani della *East Coast* alla fine degli anni Sessanta, diffusesi negli anni Settanta, sono «pseudonimi grafici […] ad uso egopubblicitario e ricostruttivo della propria identità» (Borriello, 2008: 106), adottati da giovani legati alla sottocultura hip hop e provenienti da contesti multiculturali delle comunità afro-, latino- e greco-americane (Mininno, 2008: 16-17). Con l'introduzione della bomboletta spray, questa pratica di scrittura urbana si è globalizzata, diventando «an integral part of the fabric of late-modern cities» (Karlander, 2023: 279). Il *writing*, che si distingue dal più ampio graffitismo, si basa sul *lettering*, ovvero lo studio grafico ed estetico dei caratteri, attraverso cui il *writer* trasforma le lettere in un alfabeto distintivo, con diversi livelli di leggibilità. Anche i "pezzi"[8] più complessi restano riconducibili alla tag. La complessità del *lettering* definisce il confine, fluido[9], tra vandalismo grafico e arte urbana. La tag permette di «farsi un nome, letteralmente» e «procurarsi una fama di strada mediante l'impatto visivo su tutti gli utenti cittadini» (Borriello, 2008: 106), ma è innanzitutto «una questione di stile»[10] (Bianco, Hoppe, 2023). La scelta del nome-pseudonimo è spesso guidata dal potenziale grafico delle lettere che lo compongono (curve, simmetrie, possibilità di variazione dello stile)[11] più che dal significato lessicale della parola, seguendo vari «step approprianti» che vanno «dal nome allo pseudonimo e dall'anagrafico al grafico», «dalla leggibilità assoluta a quella parziale, e fino all'incomprensibile» (Borriello, 2008: 106-107). Se troppo elaborata, la tag diventa illeggibile e viene percepita come una «cacografia»[12] (Garcia, 2019: 18).

La tag comunica visivamente stili, appartenenze, ruoli, fungendo da codice interno alla comunità dei *writer*. Il muro diventa un «palcoscenico» per «soddisfare la propria voglia di esibirsi» (Ciancabilla, 2002: 259) e «sono grazie, ascendenti o discendenti, spaziature e ornamenti a decretare chi è il più forte» (Mininno, 2008: 8), chi merita il "titolo" di *king*.

Scrivere una tag è anche un «gesto-segno», una pratica gestuale e ritmica che assume i tratti di una performance (Pellicari, 2014: 37).

Dalla stigmatizzazione come atto vandalico alla legittimazione del post-graffitismo[13], i graffiti sono oggi considerati un linguaggio visivo urbano capace di veicolare significati culturali, politici e simbolici, in relazione alle superfici, ai quartieri, alla città. La diffusione del fenomeno e il suo riconoscimento culturale hanno favorito l'ingresso dello stile dei graffiti in vari ambiti della cultura visiva contemporanea: «[g]raffiti-style is now part of the

[8] Il *piece* designa qualsiasi graffito distinto dalla tag. Se esibisce maestria tecnica e originalità stilistica diventa un *masterpiece*. Tra la tag e il *piece* si colloca il *throw up*, composto da poche lettere grandi e leggibili, spesso dal contorno spreciso, in *bubble* o *block style*. Gli stili di *lettering*, in continua evoluzione, vanno dal *wildstyle*, in cui il «modello alfabetico [è] sottoposto a contorsione creativa» (Borriello, 2008: 116) e le lettere sono riconoscibili solo a un occhio esperto, al *3D style*, caratterizzato da effetti di profondità realistici.

[9] La continua dialettica tra vandalismo e arte è dimostrata, ad esempio, dal percorso di artisti come Banksy e Blu, le cui radici affondano nel *tagging*. Emblematico è anche il caso di Urto, *street artist* calabrese ed ex *writer*, che "sfregia" le proprie opere sovrapponendovi la sua tag (https://urbanlives.it/interviste/gli-sfregi-di-urto-writing-su-pittura-la-rivincita-delle-tag/).

[10] Lo stile distingue il singolo *writer*, ma riflette anche l'identità dei quartieri: a New York, Manhattan è legata al *bombing*, Brooklyn a tag complesse e il Bronx a influenze latino-americane (Lennon, 2009; Stewart, 2009).

[11] Le lettere maiuscole con bracci, aste oblique, curve aperte, gambe (C, E, K, S, R) sono molto più flessibili di quelle senza gambe e con curve chiuse (come O o B) (Wachendorff *et al.*, 2017: 171-172).

[12] Garcia definisce la *cacografia* come l'opposto della calligrafia. Spesso indotta dai vincoli della scrittura in strada (tempo, superfici, luce, clima, strumenti), può essere anche una scelta stilistica consapevole, volta a enfatizzare l'espressività del gesto grafico.

[13] Il *post-graffitismo*, pur mantenendo il legame con la cultura urbana, si apre a nuove forme espressive: va oltre la scrittura, sperimenta superfici e tecniche diverse, adotta linguaggi comunicativi vari, valorizza motivazioni estetiche, culturali e sociali, trova spazio nelle gallerie e sfrutta le innovazioni digitali.

clothes we buy, the art we examine and the advertising lettering of products from cars to juice» (Ross *et al.*, 2020: 10).

3. METODOLOGIA

Pur tendendo all'autoreferenzialità, il *writing* merita attenzione sociolinguistica per due motivi principali. Anzitutto, è una pratica che si colloca tra globale e locale: appartiene a flussi transculturali internazionali, ma prende forma e significato nei contesti specifici in cui viene realizzata. Come osserva Borriello (2008: 103), si tratta di una «scrittura e pittura di pseudonimi fortemente localizzata ogni volta, però plasmabile in diffusione mondiale». In quest'ottica, è interessante indagare come nelle tag si intreccino e si ridefiniscano elementi culturali locali e globali, tenendo conto che «[e]very signature is the result of a particular national and local culture» (Garcia, 2019: 18). In secondo luogo, le tag rappresentano una componente del paesaggio linguistico urbano – nello specifico, lo strato di *lettering* – e contribuiscono a costruire l'identità dei luoghi, con la particolarità di essere scritture manuali. Secondo Garcia (2019: 19), il *tagging* «pays a tribute to handwriting, giving back its pictorial thickness».

Le tag incluse nel campione di analisi si distinguono per due tratti ricorrenti: la personalizzazione grafica e la leggibilità. Pur nelle stilizzazioni personali, le lettere delle tag restano per lo più entro i canoni dei grafemi latini – modellati sulla capitale romana o sulla minuscola umanistica[14] – interiorizzati dagli utenti dei sistemi alfabetici occidentali (Wachendorff *et al.*, 2017: 181). Ne deriva una leggibilità generalmente elevata e una riconducibilità prevalente a parole francesi o pseudofrancesi, con occasionali omografie rispetto ad altre lingue (inglese, italiano, tedesco, napoletano, ecc.). Benché ascrivibili al *writing* "vandalico", queste produzioni si caratterizzano per una marcata sperimentazione formale sulla lettera, che le distingue dalle scritte orientate alla trasmissione di contenuti sentimentali, provocatori o ideologici.

Sul piano empirico, l'analisi si fonda su un corpus frutto di una rilevazione esplorativa e non sistematica: l'attenzione dei rilevatori era selettivamente rivolta alle tag e, più in generale, alle scritture murali in lingua francese. Le attestazioni sono state individuate sia casualmente – durante la frequentazione quotidiana dello spazio urbano – sia tramite osservazione mirata (ricognizione visiva ravvicinata di muri, saracinesche, portoni e altri supporti).

Il corpus analizzato comprende 203 tag, raccolte dalla fine del 2018 fino ad aprile 2025, con esclusione del 2020. Ogni variante stilistica di una stessa tag è stata considerata come un *item*, poiché ogni variazione nel disegno del carattere rappresenta il «riflesso della personalità dell'autore» (Giordani, 2018: 55), diventando un elemento che lo distingue dagli altri *writer*[15]. Alcune delle tag raccolte compaiono come occorrenze isolate. Ciò non consente, tuttavia, di escludere *a priori* che si tratti di esempi di *writing*, sia perché le lettere presentano sempre un certo grado di elaborazione stilistica, sia perché, in alcuni casi, la stessa combinazione di lettere è stata individuata anche a distanza di tempo.

La continuità osservativa ha fornito indizi qualitativi sulla natura dinamica del fenomeno, pur in assenza di un disegno diacronico: alcune tag sono risultate più

[14] La *capitale romana* (o *capitalis monumentalis*) è la maiuscola delle iscrizioni ufficiali dell'antica Roma, riconoscibile per le proporzioni armoniche, il contrasto di spessore dei tratti, le grazie terminali e l'assenza di legature. È il modello formale di riferimento per le lettere maiuscole in tipografia e calligrafia. La *minuscola umanistica*, sviluppata nel Quattrocento dagli umanisti italiani a partire dalla minuscola carolina, è alla base dei caratteri tipografici romani moderni. Con le sue forme rotonde e aperte, si distingue per leggibilità ed eleganza, e nel tempo ha prodotto numerose varianti. Entrambe rappresentano le forme canoniche dell'alfabeto latino.

[15] Escludendo le varianti stilistiche di ciascuna tag, il corpus comprende 84 tag distinte.

persistenti, altre effimere o circoscritte a specifici momenti e contesti. La permanenza e la cancellazione delle tag dipendono da fattori naturali, da sovrascritture e da interventi di pulizia delle superfici urbane. Poiché i luoghi, i tempi e le modalità di tali interventi non sono sempre tracciabili, non è possibile stabilire un nesso causale diretto tra questi e i processi di comparsa e scomparsa delle tag; è tuttavia plausibile che le operazioni di ripristino e restauro effettuate tra il 2018-2025[16] abbiano inciso, almeno in parte, sulla loro permanenza. Alcune delle aree interessate – ad esempio piazza Municipio – ricadono nell'area di rilevazione. D'altra parte, conversazioni informali con autori locali segnalano una sorveglianza poco incisiva, che renderebbe Napoli attrattiva per *writer* internazionali: ciò potrebbe aver favorito, da un lato, un aumento di tag in lingue straniere e una maggiore rotazione dei segni nello spazio urbano e, dall'altro, la persistenza di alcune tag nel tempo, per la minore incidenza di interventi di cancellazione da parte delle autorità.

La pandemia da Covid-19 ha segnato una pausa nelle pratiche urbane, vissuta in modo diverso da *street artist* e *writer*. Mentre la *street art* ha spesso reagito con immagini e messaggi espliciti legati all'emergenza (Tapies, 2020), il *writing* ha metabolizzato il lockdown in modo più latente. Come osserva Mininno in un'intervista rilasciata a Raheem (2021), molti *writer* avrebbero approfittato del periodo per riorganizzare archivi, sperimentare materiali e alimentare il desiderio di tornare a scrivere sui muri; nei mesi successivi si è osservata una ripresa intensa delle attività, insieme all'emergere di archivi digitali e iniziative editoriali. Dal 2022, il ritorno del turismo internazionale ha ulteriormente rafforzato questa dinamica. A Napoli, i flussi hanno superato i livelli pre-pandemici, con una forte presenza di visitatori delle generazioni Y e Z provenienti soprattutto da Stati Uniti, Regno Unito, Germania e Francia (SRM, 2024: 7, 8, 13). Il centro storico è diventato non solo un polo turistico, ma anche un nodo della scrittura urbana, con produzione grafica intensa e regolamentazione limitata. Diversamente da molti centri storici italiani, spesso segnati da svuotamento residenziale ed estetizzazione spinta, quello di Napoli resta abitato. L'addensamento di scritte, murales, loghi, adesivi e tag può essere letto come una risposta visiva all'impatto del turismo di massa: un «caos» segnico che restituisce le tensioni sociali e simboliche quotidiane (Annarumma, 2024).

Per maggiore trasparenza metodologica, si riporta la distribuzione per anno delle tag documentate nel corpus. Nel 2018 si contano 26 occorrenze (13%). La frequenza risulta più alta nel 2019 (45 occorrenze, 22%), nel 2021 (48 occorrenze, 24%) e nei primi mesi del 2025 (42 occorrenze, 21%), in corrispondenza della fase conclusiva della raccolta (gennaio-aprile). Come già indicato, il 2020 è escluso dalla rilevazione, ad eccezione di una singola tag registrata. Gli anni intermedi – 2022 (15 occorrenze, 7%), 2023 (7 occorrenze, 3%) e 2024 (19 occorrenze, 9%) – presentano quote più basse imputabili a fattori contingenti del processo di rilevazione (intensità discontinua della raccolta, variabilità delle aree esplorate). Tali valori non sono pertanto interpretabili come indice di un calo della presenza di tag in francese nello spazio pubblico osservato.

La fotografia, scattata con smartphone e tablet, è lo strumento di raccolta dei segni (Gorter, 2019)[17]. Il corpus analizzato si fonda su contributi eterogenei, ma tutti coerenti

[16] Tra il 2018 e il 2025 si sono susseguite nel centro storico di Napoli numerose iniziative di ripristino e pulizia urbana, promosse sia dal Comune (tramite ASIA, Napoli Servizi e Polizia Municipale), sia da associazioni civiche. Oltre a campagne generali contro il degrado e i graffiti vandalici, tra il 2021 e il 2022 sono stati rimossi murales e altarini legati alla criminalità organizzata. Nel 2023 si è registrato un aumento degli episodi di vandalismo grafico su edifici storici, cui hanno fatto seguito, tra il 2024 e il 2025, iniziative e programmi di tutela/decoro urbano, come l'incontro *La tutela del patrimonio monumentale napoletano. Gli Angeli del Bello e l'attività di rimozione degli imbratti vandalici a Napoli (*Scuola di Restauro dell'Accademia di Belle Arti di Napoli) e il programma "Quartiere Pulito" del Comune di Napoli.

[17] Le fotografie delle tag, archiviate digitalmente, con indicazione di anno, luogo e autore/trice dello scatto, sono conservate nella loro forma originale (Wild *et al.*, 2022). Nel corso dell'analisi, si ricorrerà, ove necessario, a dettagli ingranditi per rendere meglio visibili le lettere e le scelte stilistiche dei *writer*.

con gli obiettivi e il metodo della ricerca: una raccolta effettuata in ambito didattico, una documentazione sviluppata progressivamente e alcuni apporti occasionali da parte di figure accademiche e non[18]. Le fotografie delle tag sono state usate anche come spunto di discussione in interviste con *writer*, esperti di creatività urbana[19] e colleghi, condotte sia in presenza (con registrazione) che via WhatsApp, al fine di approfondire e interpretare meglio i diversi aspetti delle tag.

Le tag hanno una permanenza più o meno "effimera" (alcune tag fotografate nel 2018 risultano però ancora ben visibili). Si tratta di segni di tipo *bottom up* (Ben-Rafael *et al.*, 2006), rappresentativi del «discorso trasgressivo» (Scollon, Scollon, 2003: 167)[20], che comprende una vasta gamma di elementi, «from graffiti to printed and posted notes», spesso collocati in spazi marginali o, al contrario, molto esposti (Scollon, Scollon, 2003: 188-189). Il carattere trasgressivo di un segno riguarda sia l'assenza di autorizzazione a scrivere o affiggere nello spazio pubblico, sia la sua collocazione (posizione, dimensioni, rapporto con altri segni) (Scollon, Scollon, 2003: 145 ss.). I segni trasgressivi offrono uno sguardo prezioso su forme spontanee di espressione, inclusa la presenza di lingue poco rappresentate nel *linguistic landscape* ufficiale (Fiorentini, Forlano, 2024). Come altri segni trasgressivi, anche i graffiti riflettono il processo di formazione di comunità etniche all'interno di un quartiere (Cindark, Ziegler, 2016).

Sul piano metodologico, il principale riferimento è il progetto *Metropolenzeichen: Visuelle Mehrsprachigkeit in der Metropole Ruhr*[21], all'interno del quale il concetto di «*graffitiscape*»[22] (Wachendorff *et al.*, 2017: 154) designa una specifica configurazione di *linguistic landscape*, legata alla densità, alla diffusione e alle caratteristiche dei graffiti in un'area urbana. Il progetto, grazie a un approccio multi-metodologico e interdisciplinare, mostra come la visibilità delle lingue nello spazio urbano differisca tra i vari quartieri, rivelando sia tendenze generali sia dinamiche locali (Ziegler *et al.*, 2022: 13). I segni urbani, da quelli istituzionali a quelli trasgressivi, contribuiscono in modo significativo alla definizione dell'identità dei luoghi (Ziegler *et al.*, 2022: 78). Ad esempio, segni commerciali e trasgressivi, che sono anche i più frequenti, mostrano una distribuzione inversa nei diversi quartieri (Ziegler *et al.*, 2022: 80). In particolare, rispetto alle tag, presenti ovunque ma in modo disomogeneo, i dati indicano una maggiore concentrazione nei quartieri meno segnati dalla migrazione (Ziegler *et al.*, 2022: 48), facendo ipotizzare che siano per lo più opera di giovani tedeschi senza background migratorio, mossi da intenti espressivi o provocatori (Ziegler *et al.*, 2022: 80). La quasi totale assenza di tag in aree a prevalenza turca suggerisce, inoltre, una possibile matrice occidentale del fenomeno (Ziegler *et al.*,

[18] Nel 2021, venticinque studenti e studentesse dell'insegnamento di "Linguistica francese 2" del corso di laurea magistrale in "Lingue e Letterature per il Plurilinguismo Europeo" (Università di Napoli "Federico II") hanno partecipato a un'attività didattica sul *linguistic landscape* (Dubreil *et al.*, 2023), rilevando scritte in francese sui muri del centro storico. Gran parte del corpus si basa, però, sulle fotografie scattate da Davide Liccione, che ha maturato competenze metodologiche nell'ambito dei *linguistic landscapes* attraverso una ricerca sulle comunità francofone subsahariane di Napoli e Castel Volturno (CE) (Liccione, 2022). Un'ulteriore parte del corpus è stato raccolto dall'autrice.

[19] Tali interviste sono state condotte nell'ambito delle attività del Centro Studi sulla Creatività Urbana *Inopinatum* (Università "Suor Orsola Benincasa"), dell'associazione culturale *400ml* e dell'*Institut Français Napoli*.

[20] Nella loro analisi geosemiotica dello spazio urbano, Scollon e Scollon (2003: 181-189) distinguono i segni in base al tipo di discorso che veicolano: normativo-amministrativo (targhe pubbliche, segnaletica stradale, ecc.), infrastrutturale (avvisi di funzione pubblica), commerciale (insegne di negozi, ecc.) e trasgressivo.

[21] Il progetto, diretto da Evelyn Ziegler e frutto della collaborazione tra le Università di Duisburg-Essen e di Bochum, indaga la presenza, la distribuzione locale, la funzione, la creazione e la percezione del multilinguismo visivo in alcuni quartieri delle città di Duisburg, Essen, Bochum e Dortmund particolarmente interessati da fenomeni migratori. Per una sintesi del progetto, si veda Gorter, Cenoz (2024: 169-170).

[22] Il concetto di *graffscape* (Pennycook, 2009, 2010) evidenzia invece il legame profondo tra graffiti, spazio urbano e identità. I *graffscapes* sono descritti «as city souls» e rappresentano «alternative ways of thinking about how we interact with cities» (Pennycook, 2010: 142). Il *writing* non è solo arte o atto vandalico, ma una forma di «*counterliteracy*» che esprime appartenenze, identità e senso del luogo (Pennycook, 2010: 140-148).

2022: 109). A differenza di altri ambiti, nel discorso trasgressivo prevalgono i caratteri latini, confermando come non solo le lingue, ma anche la forma visiva dei segni (grafie, stili, scritture) contribuiscano a esprimere appartenenze culturali e identità sociali (Ziegler *et al.*, 2022: 215-218).

Dai *writer* esordienti (talvolta definiti "graffitari", "graffitisti" o "tagghisti") ai più affermati, emergono stilemi grafici e talvolta alfabeti originali, frutto di sperimentazione e ricerca formale. L'attenzione alla forma della lettera, che si impone come immagine, coniugando lettura e visione, rende il *writing* parte integrante del paesaggio grafico di un luogo. Partendo dal presupposto che la lingua nello spazio urbano si manifesta visivamente, attraverso forme grafiche e tipografiche mai neutre, ma veicolo di scelte sociali e identitarie, nel progetto *Metropolenzeichen*, le tag vengono analizzate secondo una prospettiva grafostilistica. La grafostilistica (Spillner, 2009; Androutsopoulos, Busch, 2020: 7-8) studia proprio come l'aspetto della scrittura (maiuscole, punteggiatura, font, stili) possa comunicare appartenenze culturali o intenzioni espressive. Nella misura in cui ogni variazione linguistica può avere un significato sociale (Blommaert, 2005: 68), anche la variazione (tipo)grafica può essere letta in chiave sociolinguistica. Come osserva Spitzmüller (2015: 131, 133) il «[g]raphic design is a form of communicative variation, and this implies that it might be socially meaningful»; inoltre, le varianti (tipo)grafiche «are "meaningful" to different social actors to a different degree since communicative knowledge is socially stratified». La variazione grafostilistica, quindi, non è solo decorativa, ma rivela identità e relazioni sociali, al pari della variazione fonetica e morfosintattica nel parlato. Le scelte stilistiche, oltre a riflettere gusti personali, sono pratiche sociali cariche di ideologia, perché anche la scrittura è soggetta a norme e opinioni condivise su come "dovrebbe" apparire (Spitzmüller, 2015: 127, 132). Come la scrittura anche la tipografia è percepita visivamente: entrambe rappresentano modalità multimodali di comunicazione che trasmettono significati attraverso la forma delle lettere. La tipografia, oggi, va oltre le lettere, comunicando anche tramite colore, texture, movimento ed elementi iconici che fondono testo e immagine (van Leeuwen, 2005: 141, cit. in Järlehed, Jaworski, 2015: 118).

È proprio l'incontro tra scrittura e tipografia che rende possibile applicare alla scrittura le categorie di analisi tipiche del design tipografico, distinguendo tra livelli diversi di organizzazione tipografica (Stöckl, 2004: 22): dagli aspetti globali della composizione (macrotipografia) ai dettagli formali dei singoli segni (microtipografia), fino alla disposizione del testo in blocchi, righe e spaziature (mesotipografia) e agli aspetti materiali come il tipo di supporto o gli strumenti di scrittura (paratipografia). Alla componente estetica si aggiunge una funzione comunicativa: ogni scelta grafica è un segnale, una risorsa semiotica che trasmette appartenenze, differenze, posizionamenti (Spitzmüller, 2012: 214).

Il *writing* è strettamente legato alla tipografia perché si basa sull'arte del *lettering*, che fonde l'estetica calligrafica con i principi progettuali della tipografia. *Writing* e tipografia condividono stili, materiali e una forte propensione all'ibridazione. Proprio per questo, le tag possono essere analizzate come se fossero costruite su uno "scheletro" tipografico, osservandone elementi come spessore del tratto, colore o tipo di terminazione. Questo approccio permette di creare un inventario sistematico per descrivere graficamente le scritture urbane a mano libera (Wachendorff *et al.*, 2017: 174-176). Inoltre, attraverso lo stile grafico, il *writer* si colloca in un contesto urbano, segnala l'appartenenza a un gruppo o se ne distingue. In questo senso, lo stile grafico diventa un gesto sociale e identitario (Wachendorff *et al.*, 2017: 170).

Per quanto concerne, invece, il territorio oggetto di studio, il centro storico[23] è stato scelto per la sua forte trasformazione sociale e culturale degli ultimi decenni, dovuta soprattutto all'arrivo di comunità migranti (Amato, 2020: 112). Intorno a piazza Garibaldi[24] (dove si trova anche la Stazione Centrale), area a ridosso del centro storico, alcune strade sono diventate spazi abitati e vissuti da persone di origine araba, subsahariana e cinese, con una presenza significativa di senegalesi e maghrebini[25] (Amato, 2020: 115). Questo contesto si riflette nel *linguistic landscape*: tra il 2009 e il 2019, i segni multilingui nell'area (insegne, graffiti, manifesti) sono aumentati dal 2,9% al 30,1% (Tufi, 2022: 252), mostrando numerose lingue immigrate, «with widespread translanguaging practices that include the employment of English and French as colonial and diasporic lingua francas […], but also Italian and Neapolitan» (Tufi, 2022: 255).

Nella Figura 1 le aree evidenziate in rosso (quartieri Mercato e San Lorenzo) e in arancione (quartieri Vicaria e Pendino) sono quelle in cui è più alta la concentrazione di immigrati provenienti dal Senegal, per i quali il francese è lingua veicolare e spesso anche identitaria:

Figura 1. *Centro storico di Napoli e settori con forte presenza di immigrati senegalesi*
(fonti*:* Comune di Napoli – Centro storico – Sito UNESCO e Strozza *et al*., 2024; immagine adattata)



Nella zona di piazza Garibaldi, la presenza di tag in (pseudo)francese potrebbe essere favorita dal concorso di fattori linguistici e sociali (presenza di francofoni, per lo più L2, interazioni commerciali, reti translocali). Tuttavia, la lingua adottata nelle tag non implica un nesso necessario né univoco tra appartenenza comunitaria e pratica grafica: il francese può funzionare come risorsa espressiva e simbolica anche indipendentemente da identificazioni etniche o appartenenze/competenze linguistiche effettive. Da qui l'esigenza di un'analisi integrata – linguistica, grafostilistica e spaziale – per interpretare questi segni nel paesaggio linguistico urbano, in rapporto tanto al tessuto locale quanto a traiettorie translocali (e globali).

[23] Secondo la perimetrazione UNESCO, l'area comprende i quartieri di Chiaia, S. Ferdinando, Avvocata, Montecalvario, Mercato, Pendino, Porto, S. Giuseppe, Stella, S. Carlo all'Arena, S. Lorenzo, Vicaria, nonché alcune porzioni delle colline di Posillipo e del Vomero.
[24] Piazza Garibaldi è adiacente ai quartieri Pendino, Mercato, San Lorenzo (che rientrano nell'area del centro storico) e Zona Industriale.
[25] Le cifre sulle presenze straniere a Napoli nel 2024 sono consultabili sul sito dell'ISTAT: https://www.tuttitalia.it/campania/59-napoli/statistiche/cittadini-stranieri-2024/.

3. TAG IN (PSEUDO)FRANCESE NEL CENTRO STORICO DI NAPOLI

3.1. *Profilo descrittivo delle tag in (pseudo)francese*

Un muro saturo di graffiti è il contesto tipico in cui compaiono le tag; non mancano però casi in cui, proprio perché meno addensate o del tutto isolate, le tag risultano più visibili:

Figura 2. *Contesti di apparizione delle tag*



Nei contesti mostrati in Figura 2 si notano le *tag* "OUFS"[26], "BULBe" e "NAGER" che richiamano, rispettivamente, le parole francesi *oufs* ('pazzi'), *bulbe* ('bulbo'), *nager* ('nuotare'). In particolare, *oufs* [uf] è il plurale di *ouf* [uf] sostantivato, forma di *verlan*[27] ottenuta per metatesi da *fou* [fu]. Originatosi tra i giovani delle banlieue parigine, il *verlan* ha ormai superato i confini sociali, diffondendosi attraverso musica, cinema e media. Sebbene oggi mostri una minore produttività neologica rispetto al passato, molti dei suoi termini si sono stabilizzati nell'uso quotidiano, perdendo gran parte della loro connotazione argotica.

La Figura 3 presenta un insieme più ampio di tag estratte dal corpus, caratterizzate da tratti formali e stilistici riconducibili alla pratica del *writing* e omografe di parole francesi:

[26] Nel testo, le *tag* sono riportate in maiuscolo.

[27] Il *verlan* [vɛʁ.lɑ̃] è un gergo francese nato per mascherare o criptare il significato delle parole nel parlato quotidiano. Il nome stesso deriva dalla verlanizzazione di *l'envers* [lɑ̃.vɛʁ] ('il rovescio'). Sebbene spesso venga associato al semplice scambio di sillabe (ad esempio, *métro* [me.tʁo] 'metro' → *tromé* [tʁo.me]; *bizarre* [bi.zaʁ] 'bizzarro/strano' → *zarbi* [zaʁ.bi]), il *verlan* impiega meccanismi più articolati: può agire sulla forma fonica (anche considerando le lettere mute presenti nella grafia), includere sincopi**,** inversioni parziali e perfino la creazione di nuove metafore o significati indiretti. Nel *verlan* si osservano, oltre all'inversione, inserzioni vocaliche per ottenere strutture disillabiche intermedie non sempre attestate (*femme* [fam] 'donna' → [famø] → [møfa] → *meuf* [mœf]) adattamenti/modifiche grafiche (*nez* [ne] 'naso' → ***zen*** [zɛn]) e inversioni sillabiche di intere espressioni trattate come unità lessicali (*vas-y* [va.zi] 'Vai!', 'Dai!', 'Forza!' → *ziva* [zi.va]; *comme ça* [kɔm.sa] 'così' → *sakom* [sa.kɔm]). Alcuni termini subiscono una reverlanizzazione, come, ad esempio, *arabe* 'arabo' [a.ʁab] diventato *beur* [bœʁ] e successivamente *rebeu* [ʁə.bø]. Per approfondimenti, si rinvia a Lefkowitz (1989).

Figura 3. *Tag che riproducono parole francesi*



Le forme riportate corrispondono a: *amis* ('amici'), *boire* ('bere'), *actif* ('attivo'), *nous* ('noi'), *minuit* ('mezzanotte'), *haine* ('odio'), *rouge* ('rosso'), *acte* ('atto'), *toile* ('tela'). Pur richiamando lessico di area francese, alcune tag non rispettano l'ortografia convenzionale e presentano varianti ortografiche o grafie pseudo-fonetiche:

Figura 4. Tag *in (pseudo)francese*



Le deviazioni dall'ortografia convenzionale riguardano soprattutto l'omissione di consonanti finali non pronunciate, come la ‹t› in "LESCARGO" (fr. *l'escargot* [lɛskaʁˈgo] 'la lumaca'), la ‹d› in "KAFAR" (fr. *cafard* [kafaʁ] 'scarafaggio') o la ‹e› finale in "FANTOM" (fr. *fantôme* [fɑ̃tom] 'fantasma'). Altre modifiche, esemplificate da "KoeuR" (fr. *cœur* [kœʁ]) 'cuore' e "KAFAR", riguardano la sostituzione delle grafie per l'occlusiva velare [k] con il grafema ‹k› (ad esempio, *cœur* >*kœur*, *tranquille* > *trankil*, 'tranquillo'), ‹o› al posto del digramma ‹au› [o] (*autre* > *otre*, 'altro'), ‹oe› invece di ‹œ› [œ] (*sœur* > soeur,

'sorella'), nonché la soppressione delle consonanti finali mute (*canard [kanaʁ]* > *canar*, 'anatra'). Queste strategie riflettono semplificazioni ortografiche comuni nella scrittura sui social e grafie pseudo-fonetiche che non alternano la pronuncia. In alcune tag, l'impiego di ‹k› funziona anche come marcatore di ibridismo grafico: attinge alle convenzioni del "francese digitale" (dove ‹k› sostituisce ‹qu›/‹c› per economia e stile) e a un'estetica transnazionale del *writing*, conferendo valore indessicale alla scelta ortografica. Anche la gestione dei diacritici e della punteggiatura è spesso creativa: possono essere mantenuti, spostati, omessi o stilizzati. "FANTOM" compare senza l'accento circonflesso previsto dall'ortografia standard; in "LESCARGO" appare un elemento grafico che richiama l'apostrofo di *l'escargot* senza riprodurlo esattamente; in "déj□"[28] gli accenti sono rispettati, mentre l'ultima lettera, meno riconoscibile, può essere letta come una ‹a› stilizzata che evoca graficamente anche lo *schwa* [ə]; infine, "Jé." attiva immediatamente l'associazione con il pronome di prima persona singolare *je*, ma l'accento e il punto introducono una marcatura grafica che, come altri aspetti formali delle tag, rimanda a scelte di identità e autorappresentazione del *writer*.

Alcune tag sono basate sull'uso di nomi propri, autentici o assunti come pseudonimi (Radtke, 2020), o rimandano a identificazioni legate alle origini e/o alla nazionalità:

Figura 5. *Tag con riferimenti onomastici ed etichette identitarie*



[28] □ segnala una lettera non disponibile nei caratteri digitali.

Osservando le fotografie mostrate nella Figura 5, è facile riconoscere nomi propri francesi, diffusi sia in Francia che nei paesi francofoni: *Serge*, *Benoît* e *Hugo*. Compaiono anche tag che richiamano nomi di città: *Clichy* è un nome che si ritrova in due città della regione Île-de-France (Clichy-la-Garenne, molto vicina a Parigi, e Clichy-sous-Bois). *Reims* e *Nîmes* sono i nomi di città note della Francia, ma anche delle rispettive squadre di calcio, il *Reims* è il *Nîmes Olympique*. I nomi francesi *Dior* e *Peugeot*, rispettivamente un marchio di lusso e un marchio automobilistico, sono facilmente riconoscibili. L'ultima serie di fotografie include tag che evocano più direttamente elementi legati al mondo africano francofono: *Bousouf* è un cognome comune nei Paesi nord-africani, ma anche in Francia e in altri Paesi europei[29]. Sono presenti inoltre due etichette identitarie: *beur*, *verlan* di *arabe*[30] 'arabo' (usato in Francia soprattutto per riferirsi, anche in auto-designazione, a persone francesi di origine maghrebina), e *noir* 'nero' (può indicare sia il colore sia, in senso esteso, una persona di carnagione scura).

In Figura 6 le tag compaiono in gruppi di due, tre o più, talvolta collegate da un punto, da segni intermedi oppure dal simbolo di uguale e disposte in sequenza lineare o verticale. In alcuni casi, l'affiliazione tra *writer* è resa esplicita dall'uso di uno stesso colore:

Figura 6. *Affiliazioni tra* writer *(*crew *e reti translocali)*



Nel corpus si riscontrano anche tag leggibili in più lingue (italiano, spagnolo, inglese, tedesco e, naturalmente, francese), a seconda del repertorio del lettore. Alcuni esempi sono riportati nella Figura 7:

[29] Informazioni estratte dal sito: https://www.filae.com/nom-de-famille/BOUSOUF.html.
[30] Si veda la nota 27.

Figura 7. *Tag riconducibili simultaneamente a più lingue*



La *tag* "ABSUrD" è omografa di *absurd* in inglese e in tedesco, con lo stesso significato ('assurdo') e, per somiglianza grafica richiama anche l'italiano *assurdo*, il francese *absurde* e lo spagnolo *absurdo*. "VOLER" può attivare una lettura italiana (apocope dell'infinito *volere*) oppure francese (*voler*, con ambiguità lessicale tra 'volare' e 'rubare'). "SOFA" rinvia a una voce internazionale presente con significato simile in numerose lingue.

La grafia di alcune tag, inoltre, può generare sovrapposizioni tra francese e napoletano:

Figura 8. *Tag in (pseudo)francese omografe di parole del napoletano (in grafia spontanea)*



Le tag "PORT", "MORT" e "RAT"[31] (fr. *port* 'porto', *mort* ' [sost. f.], morte; morto', *rat* 'ratto') possono attivare anche letture napoletane, poiché nel napoletano è frequente l'apocope grafica della vocale finale atona [ə][32]: "PORT" → 'porta' (sost.), 'porto/a' (v., 1ª/3ª sg.), "MORT" → 'morte', "RAT" → 'dato', part. pass. di *dà* 'dare', nella forma rotacizzata (tali letture sono esemplificative e non esaustive sul piano morfologico). Di seguito alcuni esempi: *se chiur na* port *e s'arape nu purton!*[33] (proverbio 'si chiude una porta e si apre un portone'), *Te* port *ngopp' a luna* 'ti porto sulla luna' (Rocco Hunt, *Ngopp' a luna*); *E agg sperat e vre a* mort *over* 'ho sperato di vedere la morte davvero' (Geolier, *N'ata vot (Perdono)*); *Chi ma* rat *o pan, me diventat pat* 'Chi mi ha dato il pane mi è diventato padre' (Rocco Hunt, *Il sole tra i palazzi*).

Le forme visive e scritturali delle tag danno quindi luogo a segni percepibili come parole anglo-franco-germaniche, italo-franco-ispaniche, talvolta franco-napoletane, o assimilabili a internazionalismi. Ne risulta un graffitismo urbano che si esprime attraverso

[31] Questa tag può assumere un valore simbolico per i *writer* che riconoscono il probabile rimando a Blek le Rat (pseudonimo in cui "Rat" è l'anagramma di "Art"), considerato tra i pionieri della *stencil art* sin dagli anni Ottanta, celebre per le sagome a grandezza naturale.

[32] In napoletano, in sillaba atona pretonica possono comparire [i], [u], [a] e [ə], mentre nelle sillabe atone postoniche e in posizione finale atona tutte le vocali etimologiche si centralizzano in [ə] (con possibile dileguo dello schwa finale): ad esempio *veléno* diventa [və'lenə] (Maturi, 2023b: 34). A livello grafico, lo *schwa* può essere reso con la vocale etimologica, con quella della forma italiana corrispondente oppure con ‹e›; nelle grafie spontanee contemporanee, però, viene spesso omesso, soprattutto in posizione finale (De Blasi, Montuori, 2020: 162; Maturi, 2023b: 96-97). La forma *veléno* [və'lenə] può così comparire come *velene* (Ledgeway, 2009: 337) o *velen*/*vlen*, grafie frequenti nei testi della canzone napoletana contemporanea e nella scrittura sui social (Maturi, 2023b: 87-99; 2009).

[33] Tratto dal sito: https://it.linkedin.com/pulse/cultura-dellerrore-meglio-ancora-la-dellerrare-francesco-limone.

forme grafiche capaci di rappresentare un multilinguismo visivo fluido e frammentato, ancorato alle competenze linguistiche parziali e individuali dei passanti, per lo più ignari dei codici stilistici e dei significati identitari sottesi alla costruzione di una tag. Al di fuori dell'ambito del *writing*, la difficoltà di attribuire una singola parola a una lingua specifica emerge anche in altri contesti, come ad esempio nel *brand naming* (Gorter, Cenoz, 2024: 165, 357-364). In effetti, se l'identificazione della lingua di un testo è spesso intuitiva, l'appartenenza linguistica di nomi propri o marchi non è sempre definibile con chiarezza (Gorter, Cenoz, 2024: 93). Pennycook (2009: 305-306), riflettendo sull'identificazione dei segni del *linguistic landscape* come trilingui, bilingui o monolingui, si chiede: «[i]n public, globalized spaces, is it so clear that signs are in one language or another?» e osserva che «[i]n contexts of globalization and multilingualism, it is not so clear that signs are in a specific language at all». Analogamente, le tag mettono in discussione l'assegnazione univoca a una lingua, facendo emergere confini sfumati e porosi fra i codici. Si configurano così come segni ambigui e translinguistici, capaci di riflettere e condensare la complessità dei repertori plurilingui nei contesti urbani globalizzati.

Alcune tag si presentano in più versioni. Le varianti di una stessa tag possono riflettere sia evoluzioni stilistiche individuali, sia pratiche collettive all'interno di una *crew* (Garcia, 2019: 18; Wachendorff *et al.*, 2017: 170), trasformando la firma in un marchio riconoscibile ma adattabile. In questo contesto, le realizzazioni idiografemiche sottolineano la dimensione individuale e soggettiva di ogni *writer*, dando vita a una varietà stilistica che può oscillare tra leggibilità e opacità grafica, sebbene nel corpus prevalgano quelle leggibili. La Figura 9 mostra un esempio di varianti di una medesima tag:

Figura 9. *Varianti della tag "STUC"*



Le immagini mostrano la notevole varietà di realizzazione della tag "STUC" (fr. *stuc* 'stucco'), che spazia dalla semplicità della prima fotografia alla complessità dell'ultima. Cambiano i colori, la disposizione e la relazione tra componente alfabetica e decorativa. La prima, piccola e sottile, compare a sinistra della tag verticale di colore arancione della seconda immagine ed è corredata da una sottolineatura che si chiude con il fiore, dettaglio figurativo presente in tutte le versioni. Da notare il diverso grado di leggibilità: massimo nella prima variante e minore nell'ultima, caratterizzata da uno stile ibrido che unisce essenzialità e decorazione. Qui il fiore complica la lettura. Se non si tratta di un semplice elemento decorativo, ma fa parte del *lettering*, la tag potrebbe essere letta diversamente. Le varianti raccolte orientano verso la lettura "STUC". Pur conservando un livello accettabile di leggibilità, le tag di questo tipo richiedono una maggiore attenzione per essere decifrate, ma risultano visivamente più incisive: una riduzione del 10% nella leggibilità può tradursi in un forte incremento dell'impatto visivo (Borriello, 2008: 107). Ne sono un esempio le tag mostrate nella figura che segue:

Figura 10. *Tag con minore grado di leggibilità*



"PORT", "V/NOIR", "LOUP" e "PASSER8" rimandano alle parole francesi *port* ('porto'), *noir* o *voir* ('nero' o 'vedere'), *loup* ('lupo') e *passer* ('passare', nei suoi diversi sensi). Nel corpus, queste tag meno leggibili compaiono solo sporadicamente e risultano tali non tanto per deviazione dalle forme canoniche delle lettere, quanto per l'assetto grafico complessivo: inserzione di simboli (ad esempio "8"), scelte di spaziatura e allineamento, stilizzazione delle singole lettere, integrazione iconotestuale, effetti di "mimetismo grafico" (Strandberg, 2020). Sebbene decifrabili, richiedendo al lettore urbano più attenzione percettiva e uno sforzo interpretativo aggiuntivo.

La tensione tra leggibilità e opacità apre alla considerazione della dimensione grafostilistica, centrale nella caratterizzazione delle tag.

3.2. *Caratteristiche grafostilistiche delle tag in (pseudo)francese*

Le tag del corpus contengono, complessivamente, 30 lettere (senza distinguere tra maiuscole e minuscole). La Tabella 1 riporta le frequenze di ciascuna lettera, calcolate sul totale pari a 435:

Tabella 1. *Frequenza delle lettere nelle tag in (pseudo)francese*

<E/e> 51 (11,7%)	<O/o> 42 (9,7%)	<R/r> 39 (9%)	<A/a> 34 (7,8%)	<S/s> <I/i> 30 (6,9%)		<U/u> 25 (5,7%)	<L/l> 23 (5,3%)	<T/t> 22 (5,1%)	<N/n> 18 (4,1%)
<M/m> <C/c> 15 (3,4%)		<B/b> 14 (3,2%)	<F/f> <G/g> 10 (2,3%)		<P/p> 9 (2,1%)	<H/h> <D/d> 8 (1,8%)		<V/v> 7 (1,6%)	<K/k> 6 (1,4%)
<É/é> 5 (1,1%)	<J/j> <Z/z> 3 (0,7%)		<Î/î> 2 (0,5%)	<Œ/œ> <X/x> <À/à> <Ê/ê> <Y/y> <È/è> 1 (0,2%)					

Come si può osservare, i caratteri come <Œ/œ>, <Ç/ç> e le vocali accentate sono poco o per nulla presenti. Anche la <É/é>, marcatore grafico tipico del francese scritto, ricorre solo saltuariamente nel corpus. Sebbene i diacritici si prestino a elaborazioni grafiche, nel corpus esaminato non risultano impiegati per evocare un'identità linguistica francese. Le lettere più frequenti nei graffiti parigini secondo Roth (2009) – A, E, I, K, N, O, R, S, T e U – ricorrono in larga parte anche nel nostro corpus, con qualche variazione: <T/t>, <N/n> e <K/k> sono poco frequenti. Le lettere più frequenti sono <E/e>, <O/o>, <R/r>, <A/a>, <S/s> e <I/i>; un profilo che risulta, in linea generale, coerente con la distribuzione nei testi scritti in francese, italiano e inglese[34], confermando una relativa omogeneità grafica. Emergono però alcune differenze: rispetto al francese risultano meno comuni <N/n> e <D/d>, mentre sono più frequenti <O/o> e <B/b>;

[34] Per il francese e l'italiano ci si è basati sulle frequenze indicate nella voce *Letter frequency* di Wikipedia. Per l'inglese la comparazione è basata sulla distribuzione riportata in Wachendorff *et al.* (2017: 173).

rispetto all'italiano sono meno comuni <A/a> e <D/d> e più frequenti <U/u> e <B/b>. Tali scostamenti sembrano dipendere più da esigenze stilistiche del *lettering* che da motivi linguistici (Wachendorff *et al.*, 2017: 174). Il confronto con il corpus di tag di Dortmund-Nordstadt (Wachendorff *et al.*, 2017: 173) mostra che, in entrambi i corpora, le lettere più ricorrenti sono <E/e> e <O/o>. Nel corpus di tag in (pseudo)francese raccolto a Napoli si osservano però frequenze più alte di <R/r>, <U/u> e <L/l> e più basse di <H/h>, <K/k> e della stessa <E/e>. In particolare, <R/r> sembra connotare il corpus napoletano, mentre <S/s> caratterizza quello di Dortmund. Nel corpus napoletano, <R/r> è più frequente che nei testi scritti in francese, italiano e inglese; in posizione finale è la seconda lettera più ricorrente, dopo <E/e>, seguita a breve distanza da <S/s>. In posizione iniziale prevalgono <B/b>, <P/p>, <A/a> e <R/r>. Nel complesso, le tag in (pseudo)francese tendono ad iniziare con lettere più chiuse e compatte e a terminare con lettere più aperte e dinamiche.

L'analisi che segue riprende l'inventario grafostilistico articolato su quattro livelli di progettazione proposto da Wachendorff *et al.* (2017: 183-185) [35], di cui sono mantenute le categorie generali, mentre i tratti descrittivi sono limitati a quelli effettivamente riscontrati nel corpus, quasi tutti osservabili nelle immagini presentate nel paragrafo 3.1. La Tabella che segue riassume i risultati dell'analisi[36]:

Tabella 2. *Aspetti grafostilistici delle tag (su quattro livelli di progettazione)*[37]

Parascritturale (materialità della tag e del supporto)				
Dimensione	*Strumento*	*Posizionamento e localizzazione*		*Fondo della scritta*
				diretta / su fondo
< 1 m²	spray 124 (61%) marker 70 (34%) pittura 9 (5%)	in alto / al centro / in basso 34 (17%) / 83 (41%) / 86 (42%)		muro 117 (58%) / 2 (1%) portone 22 (11%) saracin. 20 (10%) porta di negozio 19 (9%)
		contesto urbano		
		centro storico	area p.za Garibaldi	

Macroscritturale (disposizione delle parti testuali, struttura, distribuzione delle informazioni, accentuazione visiva)					
Simboli e aggiunte figurative		*Orientamento (assiale) delle lettere*		*Dialogicità*	
nessuno	181 (89%)	misto (singole lettere inclinate)	104 (51%)	assente	162 (80%)
aureola	8 (4%)	orizzontale (0 gradi)	74 (36%)	*crossing*/frecce	41 (20%)
cuore	5 (2%)	a sinistra (- 45 gradi)	20 (10%)		
altro	9 (4%)	a destra (+ 45 gradi)	5 (2%)		

[35] I parametri scritturali sono stati elaborati da Wachendorff *et al.* sulla base dell'osservazione empirica delle tag del corpus *Metropolenzeichen*. La tabella è tradotta e adattata dall'autrice.

[36] Per l'anatomia dei caratteri tipografici, si rimanda alle seguenti pagine web: https://www.gianluigicanducci.com/visual-marketing/anatomia-dei-caratteri-tipografici-impariamo-a-conoscerli.html e https://www.canva.com/learn/typography-terms/.

[37] Per sintesi espositiva e leggibilità della tabella, alcune occorrenze minori non compaiono; di conseguenza, il totale non raggiunge 203 (100%). In altri casi, è superiore per la presenza di occorrenze multiple. Gli spazi interni (aperti e chiusi) e i tratti d'attacco, d'uscita e i terminali sono conteggiati in base alla loro presenza nella parola, non rispetto al numero delle lettere.

Microscritturale (progettazione e tratti formali della scrittura)										
Maiuscole/minuscole		*Struttura scheletrica delle lettere*		*Deviazione rispetto alla forma base della lettera*		*Variazione dello spessore del tratto*				
maiuscole	mix	curvilinea	rettilinea	nessuna/minima	media	monolineare	modulato			
145 (71%)	50 (25%)	117 (58%)	53 (26%)	173 (85%)	30 (15%)	165 (81%)	38 (19%)			
Spazi interni		*Caratteristiche della linea*		*Attacchi, uscite e terminali delle lettere*		*Colore/i della scritta*				
chiusi	aperti									
ampi 42 (21%)	ampi 34 (17%)									
stretti 98 (48%)	stretti 116 (57%)			assenti 50 (25%)	grazie 20 (10%)					
regolari 79 (39%)		interrotta 153 (75%)	mista 31 (15%)	svolazzi 36 (18%)	altro 124 (61%)	nero 88 (43%)	bianco 30 (15%)			

Le tag analizzate sono di piccole dimensioni, una scelta che bilancia visibilità e rapidità esecutiva. Sono realizzate prevalentemente a spray e posizionate al centro del supporto – spesso anche del campo visivo rispetto ad altri interventi – per renderle più salienti. La collocazione su muri che danno su strade principali ne amplifica ulteriormente l'impatto. Oltre ai muri, sono frequenti anche supporti come portoni, saracinesche (serrande) e porte di negozi. Questi supporti si presentano come "tele incorniciate", già delimitate visivamente, che attirano naturalmente lo sguardo di chi passa e assumono un valore simbolico. I portoni rappresentano un confine tra pubblico e privato. Le saracinesche e le porte dei negozi sono, invece, soglie che segnano l'accesso a luoghi di consumo. Taggarle può quindi essere un atto di appropriazione o contestazione dello spazio commerciale, fortemente esposto e competitivo. Queste superfici sono anche marcatori visivi del ciclo urbano, scandendo una ritmicità quotidiana che riflette «patterns of time and mobility as the city breathes and exhales linguistic resources», come a ricordarci che «[c]ities are rhythmic» (Pennycook, Otsuji, 2015: 56, 50). Tutte le tag sono tracciate direttamente sui supporti, eccetto due casi: uno su un adesivo[38] e uno su un manifesto strappato, forme di scrittura meno invasive, poiché non intervengono direttamente sui supporti architettonici (Wachendorff *et al.*, 2017: 178). Quasi la metà delle tag (47%, 95 occorrenze) è localizzata nel centro antico, che corrisponde pressoché all'area dell'antica *Neapolis* di età greco-romana, mentre il restante 53% (108 occorrenze) si distribuisce nel resto del centro storico, di cui il centro antico fa parte[39]. Entrambi sono fortemente turisticizzati; il centro antico, però, si caratterizza per una stratificazione storica e simbolica più marcata e per la compresenza di poli culturali, sedi universitarie e numerose attività di ristorazione.

A livello macroscritturale, le tag analizzate mostrano una preferenza per pseudonimi essenziali, privi di simboli o elementi figurativi. Quando presenti, si tratta di cuori, aureole, chiavi, stelle. Tra i casi di elementi figurativi compaiono una nuvola e una sigaretta. Alcune lettere assumono però un valore iconico: la <*T*> è spesso stilizzata come una croce ("MORT", Figura 8), la <*O*> come volto ("BENOÎT", Figura 5) o cuore ("PEUT-ÊTRE FOUS", fr. *peut-être fous* 'forse pazzi', Figura 11), mentre sottolineature ("STUC", Figura 9) e puntini sulle <*i*> diventano spesso elementi decorativi ("N/VOIR", Figura 10). Dal punto di vista visivo, prevale un orientamento assiale misto, con lettere lievemente inclinate – più spesso verso sinistra ("BOIRe", Figura 3) – che mantiene le tag

[38] A corpus chiuso, rilievi successivi hanno individuato diverse versioni adesive della tag "AROME" (fr. *arôme/arome* 'aroma'). Nel corpus compare solo in due varianti manoscritte su muro.

[39] Pur essendo spesso considerate equivalenti ai fini della perimetrazione e della tutela UNESCO, le due aree differiscono per origine, per storia urbanistica e per densità di frequentazione turistica (Castagnaro, 2019).

complessivamente vicine alle convenzioni della scrittura standard. Infine, la "dialogicità"[40] tra *writer* risulta limitata: solo nel 20% dei casi compaiono pratiche di sovrascrittura e l'uso di frecce[41] ("MINUIT 44", "ACTe", Figura 3), come segnali di conflitto o interazione. Tuttavia, anche in assenza di interventi diretti, l'accumulo di tag su una stessa superficie può dar luogo – talvolta in modo casuale – a una forma di interazione latente, una sorta di "micro-conversazione" visiva (Schmitz, Ziegler, 2016: 484).

L'analisi del livello mesoscritturale mostra tag con aggiunte grafiche, in particolare sottolineature di vario tipo (semplici, doppie, ondulate, a zigzag, spesso poste sotto lettere singole o centrali). I segni di punteggiatura sono rari, limitati a qualche punto esclamativo o finale. Le lettere sono spesso spaziate e variano per dimensioni: iniziali e finali tendono a essere più grandi, mentre le lettere centrali e le minuscole sono quasi sempre più piccole. Contrariamente a quanto riportato da Garcia (2019: 19), nel corpus prevalgono nettamente le tag scritte in orizzontale, mentre quelle verticali risultano marginali. Quando il supporto presenta una struttura grafica – mattoni, fasce delle saracinesche (circa un terzo dei casi), davanzali, porte, pilastri –, essa è di norma rispettata come griglia implicita e funge da cornice naturale alla tag (si veda *infra*). Gli effetti grafici sono pochi, limitati per lo più alla colatura (*drip*) ("BOIRe", Figura 3), tipica delle tag sporche o veloci, ma che viene anche usata volontariamente per rendere lo stile della tag più aggressivo. Altri effetti, come contorni, rigonfiamenti o accenni tridimensionali, sono rari (9,4%).

Alcune tag (9 in tutto) sono incorniciate da profili regolari o ondulati che fungono da dispositivo di isolamento visivo rispetto al contesto semiotico circostante, aumentando la visibilità della tag. In certi casi ricordano la pagina scritta (Garcia, 2019: 18), in altri evocano stilizzazioni figurative di tipo fumettistico, come sagome di animali o antropomorfe e nuvolette. Le prime due immagini della Figura 11 rientrano nel primo tipo, mentre le ultime due esemplificano il secondo:

Figura 11. *Tag con contorno grafico*



Le prime due coppie di tag mostrano contorni regolari o leggermente fluidi che richiamano il formato della pagina, organizzando lo spazio in modo ordinato con una disposizione verticale su due righe, che rafforza l'effetto di impaginazione. In entrambi i casi, il contorno è definito dall'allungamento della gamba della <R>, che fa pensare a un punto esclamativo stilizzato. Nella terza e quarta tag, il contorno crea piuttosto un effetto figurativo.

Alcuni *writer* sfruttano le superfici architettoniche come griglie tipografiche, che orientano e modulano la disposizione delle tag:

[40] Schmitz e Ziegler (2016) mostrano come forme di scrittura urbana (scritte, tag, adesivi, ecc.) generino dialoghi visivi urbani, interagendo con segni preesistenti, contestandoli o stimolando (potenziali) nuove reazioni.

[41] Le frecce sono state conteggiate all'interno della categoria "Dialogicità", pur riconoscendo che non sempre assumono una funzione dialogica in senso stretto, potendo talvolta agire solo come elementi grafici o direzionali. Data la difficoltà di distinguere con certezza i diversi usi, si è preferito includerle comunque, evidenziandone la possibile ambivalenza.

Figura 12. *Superfici urbane come griglie tipografiche*



Le griglie implicite offerte da bugnati, cornici, sporgenze murali, fasce delle saracinesche contribuiscono a dare alle tag una disposizione più strutturata, che ne facilita la percezione e le avvicina a una composizione tipografica. Quando questi elementi si collocano in alto, come nel caso della tag "VOLONTÉ" (fr. *volonté* 'volontà') della prima immagine, amplificano la portata visiva delle tag, rendendole più facilmente individuabili anche a distanza.

L'analisi microscritturale rivela una netta preferenza per le maiuscole e per profili rotondi, spesso monolineari, con deviazioni minime rispetto alle forme canoniche. Le lettere appaiono generalmente distanziate; solo nel 9% dei casi si osserva una linea continua, che rende indistinti i confini tra alcuni caratteri. Gli spazi interni tendono a essere regolari, ma non mancano varianti più chiuse o deformate, soprattutto in lettere come la <R>. Le aperture risultano per lo più regolari, ma nelle lettere <C>, <S> e <Z> possono restringersi o ampliarsi fino a modificare la forma complessiva del segno (si vedano spazi chiusi/aperti in tag quali "ACTIF", "NOUS", "MORT", "STUC" (Figure 3, 8 e 9). La maggiore varietà si riscontra negli attacchi e soprattutto nelle uscite, dove, oltre a svolazzi, riccioli e frecce, possono comparire altri elementi decorativi ed espressivi. Le grazie[42] sono rare ("ROUGE" e "TOILE", Figura 3). Nel complesso, nonostante la presenza di elementi ornamentali, prevale uno stile tendenzialmente caratterizzato da forme essenziali. I colori più usati sono, tipicamente, il nero e il bianco. Nella Figura 13 sono presentate alcune tra le numerose varianti della <R>, che mostrano come i *writer*

[42] Per *grazie* si intendono i terminali assimilabili a quelli tipografici (*serif*), ossia piccole espansioni ortogonali al tratto principale.

trasformino la lettera in un marcatore stilistico. La caratterizzazione poggia soprattutto sulla manipolazione delle linee e sulla forma dello spazio chiuso della lettera, più che su elementi ornamentali (svolazzi, riccioli):

Figura 13. *Varianti grafostilistiche della* <R> *nelle tag in (pseudo)francese*



L'analisi condotta mostra che, pur nella loro apparente semplicità, le tag rivelano un'intenzionalità stilistica riconducibile ai codici e alle convenzioni del *writing*. Le scelte formali adottate dai *writer* – maiuscole rotonde, tratti monolineari, ornamenti sobri e uso controllato dello spazio – delineano un'estetica orientata alla leggibilità. Le tag analizzate assolvono soprattutto funzioni di autoaffermazione e di traccia del passaggio del writer, più che di interazione con altri *writer*, come indica la scarsa frequenza di simboli e segni di dialogicità. Non è possibile attribuire con certezza un'origine geografica agli autori o alle loro stilizzazioni, anche per l'omogeneizzazione degli stili favorita dalla mobilità internazionale e dalla diffusione di internet. Tuttavia, l'uso di lettere distanziate e lineari richiama la tradizione grafica parigina[43], che privilegia la chiarezza visiva[44] e ha contribuito a definire lo stile dominante in Europa (Mininno, 2008: 26-28).

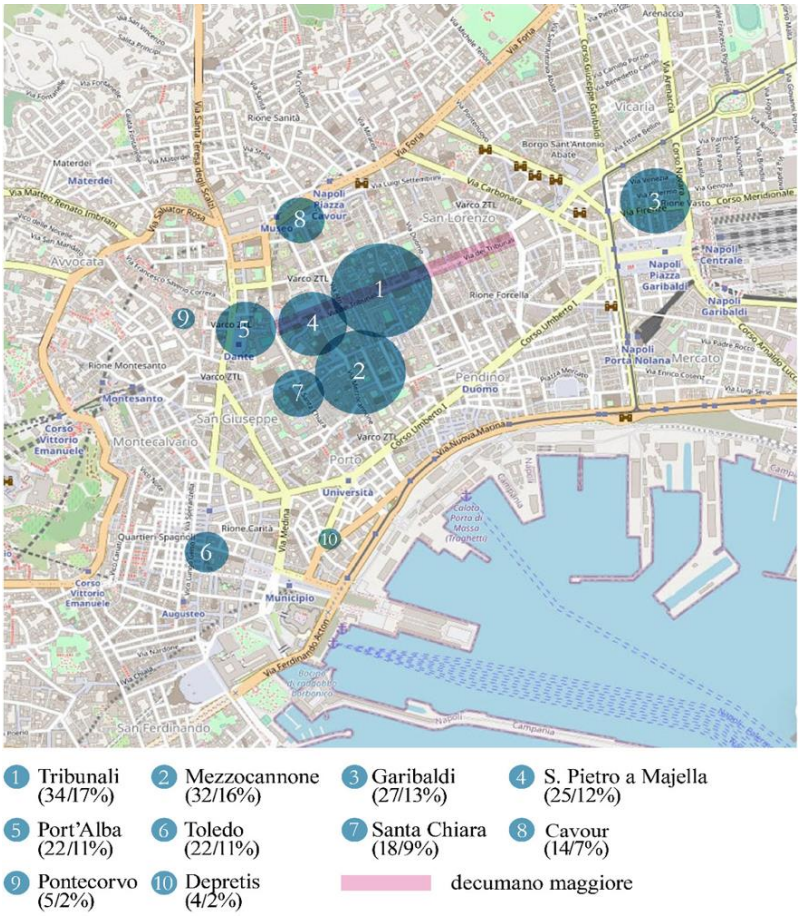
3.3. *Distribuzione spaziale delle tag in (pseudo)francese*

L'analisi della distribuzione delle *tag* in diverse aree del centro storico consente di contestualizzare con maggiore precisione la pratica di scrittura, mettendo in luce concentrazioni ricorrenti e percorsi principali e offrendo una lettura più articolata del fenomeno. I risultati sono illustrati nella Figura seguente:

[43] Come afferma Karim Boukercha – regista, sceneggiatore e fra i maggiori esperti francesi di graffiti, autore di diversi volumi sul tema – in un'intervista a *Télérama* (Chevalier, 2014), https://www.telerama.fr/sortir/dans-l-histoire-du-graffiti-le-terrain-vague-de-stalingrad-est-fondamental,118419.php.

[44] A tale proposito, si può menzionare il progetto *Tag Clouds* di Mathieu Tremblin, artista visivo francese che riscrive, ossia decifra, le firme dei *writer* rendendole pienamente leggibili. Alcune fotografie delle sue opere sono disponibili sul sito dell'artista: https://www.designboom.com/art/mathieu-tremblin-tag-clouds-graffiti-art-internet-font-07-26-2016/. Sul *writing* di area parigina, si veda anche "*Arte urbana – Parigi*", *Enciclopedia on line*, Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani: https://www.treccani.it/enciclopedia/arte-urbana-parigi_(Enciclopedia-on-line).

Figura 14. *Distribuzione spaziale delle tag in (pseudo)francese (mappa adattata da OpenStreetMap)*



Le aree evidenziate prendono il nome dalle strade o piazze assunte come riferimento in questo studio (ad esempio, via dei Tribunali, via Mezzocannone[45], piazza Garibaldi) e comprendono anche la rete di vicoli adiacenti. Se da un lato emerge una concentrazione più marcata nell'area del centro antico, in particolare lungo il segmento principale del decumano maggiore (via dei Tribunali), dall'altro la frequenza non varia in modo netto tra le diverse zone. È importante sottolineare che le aree considerate non sono comparabili per estensione, densità abitativa o attrattività turistica, fattori che inciderebbero su una stima qualitativa più precisa. L'obiettivo dello studio non è dunque individuare pattern statisticamente significativi, ma mettere in luce tendenze emergenti e concentrazioni interessanti in chiave interpretativa.

Le zone di Port'Alba, San Pietro a Majella, Santa Chiara, Mezzocannone, Tribunali, Cavour formano una macroarea che da sola raccoglie la maggior parte delle tag rilevate. La suddivisione in microaree restituisce una lettura spaziale più accurata, evitando di confondere l'alta densità di tag con la semplice ampiezza dell'area. L'analisi mostra che le aree Tribunali, Mezzocannone e Garibaldi contengono da sole il 46% delle tag. Al contrario, settori come Cavour e, soprattutto, Pontecorvo e Depretis risultano poco rappresentati, pur in prossimità di nodi culturali o universitari (Port'Alba e Mezzocannone). Le aree di Port'Alba, S. Pietro a Majella, Santa Chiara e Toledo (esclusi i Quartieri Spagnoli) si collocano in una posizione intermedia. Nel complesso, la distribuzione spaziale delle tag è disomogenea e sembra rispondere a scelte selettive

[45] In quest'area rientrano anche alcune tag rilevate lungo corso Umberto I, fino a piazza Nicola Amore, e su via Duomo, fino all'intersezione con via dei Tribunali.

orientate dalla visibilità urbana, dalla densità storico-culturale e dai processi di turistificazione, fattori che conferiscono a determinati luoghi una centralità sia simbolica che funzionale nella mappa mentale dei *writer*.

Nel centro antico si osservano concentrazioni significative anche in porzioni molto circoscritte, come via Port'Alba e vico San Pietro a Majella, a conferma che la densità delle tag dipende non solo dall'estensione spaziale, ma soprattutto dalla funzione culturale e simbolica dei luoghi. Queste zone gravitano attorno a piazza Bellini, epicentro dell'aggregazione giovanile e uno dei luoghi di riferimento dei circuiti intellettuali e informali della città.

L'area di via Toledo (che, ai fini dell'analisi, include anche via Chiaia) pur centrale e fortemente turistica, mostra una densità relativamente contenuta di tag, probabilmente per la sua vocazione commerciale: il quartiere Chiaia è associato a un'immagine di eleganza, con boutique di alta moda, gioiellerie e gallerie d'arte, mentre via Toledo offre un ventaglio più ampio, che spazia dai grandi marchi internazionali a negozi di fascia media e popolare.

L'area di piazza Garibaldi presenta un numero consistente di tag; si tratta tuttavia di una concentrazione poco diversificata: le occorrenze si riducono a numerose varianti di tre tag principali – "NAGER" (la più ricorrente), "N/VOIR" e "REIMS" –, a indicare un'elevata ripetizione piuttosto che una reale varietà.

Infine, nell'area di piazza Cavour e della zona portuale (qui rappresentata da via Depretis) le tag risultano quantitativamente meno presenti.

La collocazione delle tag in (pseudo)francese risulta quindi fortemente concentrata nel centro antico, cuore universitario e creativo della città, dove la stratificazione culturale e la presenza giovanile rendono più visibili forme di appropriazione linguistica e creatività urbana.

L'analisi delle traiettorie di diffusione mette anche in luce diverse strategie di posizionamento, sia spaziale che simbolico, adottate dalle *crew*. Tra le tag concentrate in aree specifiche della città, come "TOILE" (ricorrente in via Chiaia) e "NAGER" (soprattutto in via Venezia e corso Novara, nei pressi della Stazione Centrale), si distinguono "POUR" e "PEUT-ÊTRE FOUS", di cui si riportano alcune varianti nella Figura 15:

Figura 15. *Varianti e contesti di apparizione delle tag "POUR" e "PEUT-ÊTRE FOUS"*



La *tag* "POUR", con 20 varianti[46], risulta la più frequente del corpus. È legata a una *crew* – come suggerisce la <C> inserita nella <O> della prima immagine – e si concentra in un'area ben delimitata: vico San Pietro a Majella e via Port'Alba, con ulteriori presenze anche nei vicoli adiacenti a via dei Tribunali. Le immagini mostrano come questa tag si mescoli alle altre scritte che ricoprono i muri del centro antico.

Osservando invece la distribuzione di "PEUT-ÊTRE FOUS" (9 occorrenze), la tag compare in diversi punti della città, soprattutto in aree turistiche, lungo snodi di percorrenza e in prossimità di luoghi "scenici"[47]. È sempre collocata in modo da risultare ben visibile: per isolamento, come in alcune piazze centrali della città (piazza Municipio, piazza Cavour), per collocazione elevata lungo percorsi turistici (Pedamentina di San Martino, Petraio) o per prevalenza visiva rispetto ad altre tag. Pur mantenendo una funzione di marcatura territoriale, sembra assumere una funzione di richiamo quasi "segnaletica", orientata a massimizzare visibilità e fotografabilità. Considerazioni analoghe valgono per "VOLONTÉ" (5 occorrenze), spesso collocata in alto, su superfici relativamente libere e in punti strategici dello spazio urbano, come arterie principali e piazze (si veda la prima immagine della Figura 12).

L'analisi della distribuzione evidenzia dunque la presenza di tag in (pseudo)francese, sia come ricorrenze multiple, verosimilmente riconducibili a *crew*, sia come attestazioni isolate, con una marcata concentrazione nel centro antico. L'appartenenza a *crew* e le affiliazioni tra *writer* suggeriscono un maggiore radicamento nel contesto urbano napoletano e in specifiche microaree, mentre le occorrenze singole rimandano più probabilmente a passaggi occasionali. In entrambi i casi, il centro antico emerge come spazio ad alta visibilità simbolica, strategico per la visibilità e l'affermazione dei writer nei circuiti giovanili, artistici e di mobilità internazionale.

4. Conclusioni

Lo studio ha esaminato una serie di tag decifrabili come parole in (pseudo)francese, tenendo conto non solo del loro profilo grafico e spaziale, ma anche della loro potenziale leggibilità da parte del passante. Ricorrono sostantivi, aggettivi, verbi, pronomi, preposizioni e nomi propri usati come pseudonimi, che marcano la presenza del francese sui muri di Napoli. Alcune si prestano a una lettura interlinguistica, producendo un multilinguismo visivo fluido e aperto a diverse interpretazioni (con possibili ricadute anche per una didattica situata delle lingue). La stilizzazione delle lettere consente di ricondurle alla tradizione del *writing*, distinguendole da scritte spontanee estranee a tale pratica. Le tag si concentrano soprattutto nel centro storico, area ad alta frequentazione, e sembrano legate a traiettorie di mobilità giovanile e turistica, senza escludere scelte creative in cui il francese viene adottato come risorsa espressiva, indipendentemente dall'origine linguistica degli autori. Questa ipotesi trova conferma nelle testimonianze di alcuni *writer* napoletani e di esperti di creatività urbana, che attribuiscono tali tag soprattutto a giovani non residenti, in particolare turisti e studenti di passaggio. Meno probabile, invece, una provenienza dalle comunità francofone residenti, dato che nell'area a maggiore presenza di immigrati francofoni si riscontra una scarsa varietà di tag.

Sul piano visivo, le tag presentano una scrittura manuale leggibile ma curata nei dettagli, che le configura come microinterventi grafici distinti dalla tipografia istituzionale e

[46] La tag compare in numerose fotografie della banca dati *INGRID* (*Informationssystem Graffiti in Deutschland*), alcune risalenti già al 1998. L'archivio è consultabile online sul sito del progetto: https://media.uni-paderborn.de/search. Per approfondimenti, si rinvia a Niemann (2023).

[47] Alle attestazioni nella città partenopea si aggiungono due ulteriori occorrenze sull'isola di Procida (golfo di Napoli), in prossimità del Belvedere Elsa Morante e del Ponte di Vivara.

commerciale in italiano e, sempre più spesso, in inglese. Talvolta collocate in punti elevati, strategici o su superfici libere, le tag agiscono come richiami visivi doppiamente criptici: per la lingua utilizzata e per la loro valenza grafico-visiva. In quanto interventi autoriali, le tag non sono semplici scritte, ma micro-composizioni visive che, muovendosi tra regole del *writing* e variazioni stilistiche, tra permanenza e transitorietà, perturbano il paesaggio urbano non solo in senso negativo, ma anche creativo. Contribuiscono così a un'estetica grafico-urbana alternativa, fatta di segni manuali e forme grafiche inusuali, che aprono a modalità "altre" di comunicare nello spazio pubblico.

L'analisi e le tendenze emerse vanno lette alla luce di alcuni limiti. Anzitutto, la dimensione ridotta del corpus: pur avendo raccolto le attestazioni nell'arco di più anni, sebbene in modo non continuativo, il numero di tag in (pseudo)francese resta contenuto. Ancora più rilevante è la mancanza di dati comparativi su altre lingue (inglese, spagnolo, tedesco, arabo, ecc.), che non consente di valutare il peso relativo del francese nel contesto urbano esaminato. Ciò suggerisce l'opportunità di indagare più a fondo il multilinguismo visivo a Napoli, anche in una prospettiva comparativa. Un secondo limite riguarda l'assenza di dati sull'interpretazione delle tag da parte di chi le osserva. Questo aspetto si sviluppa su due piani distinti ma intrecciati: da un lato, la valutazione interna ai codici della scena (*writer* locali e non); dall'altro, la percezione dei passanti, che andrebbe indagata al di là della riduttiva etichetta di "vandalismo". Ci si può chiedere, ad esempio, in che misura sulle tag vengano proiettati significati esterni, come il prestigio simbolico del francese. Più in generale, un ulteriore ambito di ricerca riguarda l'uso delle lingue straniere come risorsa stilistica e simbolica, attraverso cui i *writer* esprimono appartenenze culturali e costruiscono micro-identità linguistiche nello spazio urbano: esplorare questa dimensione permetterebbe di fare luce sui meccanismi di creazione linguistica non convenzionale e sulla formazione di microlinguaggi nelle sottoculture visive. Infine, la visibilità delle tag non è uniforme: alcune restano marginali e sfuggenti, altre emergono con maggiore evidenza. Questa variabilità, che le distingue dalle forme di comunicazione urbana più riconoscibili e diffuse, le rende una chiave di lettura utile per esplorare modalità più discrete e latenti di multilinguismo urbano, soprattutto nella sua dimensione locale.

Poiché esposte nello spazio pubblico, le tag possono essere ricondotte al *linguistic landscape*, nella sua accezione più ampia e contemporanea. Tuttavia, il loro status di firme dal valore grafico-identitario, con gradi diversi di stilizzazione che incidono sulla leggibilità, ne problematizza la "visibilità", intesa come capacità di segnalare la presenza di una lingua in un territorio (Bagna, Barni, 2006: 8). La visibilità linguistica – parametro rilevante per stimare il peso relativo di una lingua – non dipende solo dalla frequenza, ma anche dalla "salienza", che è funzione sia delle proprietà visive del segno sia del suo riconoscimento semantico. Resta comunque un fenomeno relazionale e situato, dipendente dalla possibilità che il segno venga letto come lingua da pubblici diversi nei rispettivi microcontesti socio-culturali e ideologici (Shohamy, Gorter, 2009; Pennycook, Otsuji, 2015; Szabó, Troyer, 2020).

Le pratiche di scrittura urbana legate a circuiti extra-istituzionali seguono logiche proprie e contribuiscono – su scala locale e temporale – a ridefinire le condizioni di accesso alla visibilità nello spazio pubblico (Blommaert, 2013). Sul piano percettivo-semiotico, uno scarto linguistico ridisegna le gerarchie di salienza: la lingua "altra" introduce dissonanza e distinzione, contribuendo alla risemantizzazione dei luoghi (Ben-Rafael *et al.*, 2006; Peck, Stroud, Williams, 2019). Tali considerazioni offrono la cornice entro cui leggere le tag in (pseudo)francese del corpus rispetto a dinamiche, latenti o manifeste, di visibilità e appropriazione urbana dello spazio linguistico[48].

[48] La nozione di spazio linguistico (De Mauro, 1980; Vedovelli, 2011) descrive il repertorio linguistico, individuale e collettivo, e interpreta la competenza come capacità di muoversi tra codici e varietà in senso verticale**,** rispetto all'italiano standard, e come risorsa plurale in interazione – dall'italiano ai dialetti, dalle

Le tag mostrano una duplice natura: segni riconoscibili per i *writer* che condividono codici grafico-estetici e identitari, ma spesso percepite dai passanti come semplici tracce grafiche o come atti vandalici. Una tag può acquisire visibilità linguistica quando, grazie alla leggibilità, smette di essere trattata come mero nome in codice e viene interpretata come (pseudo)parola di una lingua riconosciuta da osservatori esterni alla scena; per effetto di un'"illusione" semantico-referenziale il nome in codice viene interpretato come segno linguistico, talora con aura calligrafica, talora come traccia grezza/cacografica (Garcia, 2019: 18): ne deriva una doppia evocatività – immagine e parola[49] – che rende le pratiche idiografemiche potenziali micro-atti di appropriazione dello spazio linguistico urbano, capaci di alimentare il multilinguismo visivo.

Come per altri segni del paesaggio linguistico, la visibilità delle *tag* è situata e relazionale (Scollon, Scollon, 2003): dimensione, contrasto e collocazione ne orientano la salienza, ma il riconoscimento dipende da dinamiche percettive situate – ciò che per alcuni emerge può restare invisibile per altri (Sandst, 2024: 52-53). Studi di *eye-tracking* confermano un'attenzione selettiva e intermittente, con tendenza a privilegiare i contenuti testuali rispetto alle immagini (Wei, Qin, 2023). Anche la visibilità delle *tag* è l'esito congiunto di fattori materiali e stilistico-visivi, delle condizioni di esposizione e di dimensioni percettivo-affettive.

I supporti incidono in modo diretto: muri e superfici centrali ne favoriscono il riconoscimento (Gonçalves, Milani, 2022: 436-437, sulla *street art*), mentre le caratteristiche grafiche possono rafforzarlo o attenuarlo. Tratti netti e scuri garantiscono maggiore durata e mantengono più a lungo la loro visibilità, mentre segni sottili o fragili sbiadiscono rapidamente. Nello scenario urbano, le tag competono con segnaletica, pubblicità, *street art* e altri segni (testuali e iconici), ma l'accumulo e la ripetizione possono trasformare la marginalità del singolo segno in una presenza diffusa. La loro visibilità è costantemente negoziata: esposta a cancellazioni e pratiche di controllo, mobile nello spazio (grazie a supporti in movimento) (Pennycook, 2010: 143) e nel tempo (saracinesche e portoni), ma anche estesa e rilanciata dalla circolazione digitale (Pennycook, 2010; Pennycook, Otsuji, 2015; Lou, Jaworski, 2016).

La visibilità linguistica delle tag può attivarsi in due modi principali. Da un lato, all'aumentare della leggibilità della scritta, cresce la probabilità di decodifica semantica, pur restando selettiva e dipendente da repertori, contesto e attenzione. Le tag polilessicali con valore enunciativo ellittico (ad esempio "PEUT-ÊTRE FOUS") offrono più indizi di leggibilità (spaziatura, ritmo grafico, diacritici) e, anche per questo, tendono a catturare più facilmente lo sguardo di osservatori esterni alla scena. Dall'altro lato, in assenza di ancoraggi semantici espliciti, la co-occorrenza di indizi ortografici (*é*/*è*/*ç*; più debolmente la terminazione grafica *-er*) e di marcatori grafico-stilistici ricorrenti (come una <R> stilizzata nelle tag analizzate) può orientare l'attribuzione al francese anche da parte di passanti non francofoni: in questi casi, più che di comprensione, si tratta di attribuzione di lingua per inferenza. Poiché questi meccanismi sono probabilistici e situati, indizi deboli, ambigui o condivisi da più lingue (come *-er*) possono portare a "sovra-attribuzione" (falsi positivi: si "vede" il francese dove non c'è), mentre scarsa leggibilità, assenza di diacritici o bassa familiarità col codice possono produrre "sotto-attribuzione" (falsi negativi). Le inferenze vanno quindi formulate con cautela e, se possibile, triangolate

lingue minoritarie e immigrate alle lingue straniere per la comunicazione internazionale. Questa dimensione dinamica e simbolica del repertorio linguistico si riflette nel *linguistic landscape* urbano (Gorter, 2012).

[49] Senza voler stabilire equivalenze, si può ricordare Manu Invisible, artista cagliaritano attivo dagli inizi del Duemila, che realizza interventi in cui la singola parola, in virtù del suo potere evocativo, è talvolta parte integrante dell'opera e talvolta l'opera stessa (*Tempra*, *Tolleranza*, *Perseveranza*, *Immagina*, *Horizons*, *Breath*). Le sue realizzazioni sono collocate prevalentemente in aree urbane degradate e lungo arterie a scorrimento veloce: https://manuinvisible.com.

con elementi contestuali (luogo, co-presenze), ricorrenze (ripetizioni formali e stilistiche) e riscontri indipendenti (osservazioni di altri rilevatori, interviste a residenti o a *writer*).

L'esposizione ripetuta contribuisce a stabilizzare l'abitudine a vedere (e talora a leggere) il francese nello spazio urbano, secondo ritmi differenziati – continui sui muri, intermittenti su saracinesche e portoni – se, con Lefebvre (1974), assumiamo la città come «spazio vissuto», «subjective experience, imaginings and even desire of the inhabitants of a place» (Malinowski, 2015: 108; si veda anche Shohamy, 2015: 155). L'abitudine che ne deriva rimodula le gerarchie di salienza, sia pure in misura contenuta: l'italiano cessa di essere l'unico riferimento e la lingua "altra" può acquisire rilievo simbolico.

Nel corpus napoletano, il francese agisce proprio come lingua "altra": pur senza l'«estraneità visiva» degli alfabeti non latini (Ziegler *et al.*, 2022: 241), introduce uno scarto percettivo che cattura lo sguardo e agisce più per dissonanza rispetto ai codici dominanti che per significato letterale. L'uso su muri e superfici urbane – contesti inattesi per una lingua spesso rappresentata come prestigiosa ed "elegante" – amplifica l'effetto di dissonanza e, a Napoli, può riattivare memorie e risonanze locali, rafforzando il valore estetico-simbolico della presenza del francese. Questa osservazione si inserisce in una dinamica più ampia: in quanto risorse semiotiche, le lingue veicolano significati che possono variare in relazione alla configurazione urbana. Ad esempio, in quartieri storici e artigianali possono evocare moda e raffinatezza, mentre in aree turistiche e di transito tendono a svolgere funzioni di mediazione comunicativa (Bagna, Bellinzona, Monaci, 2024: 102, 108).

A differenza di insegne e segnaletica fissa, progettate per essere visibili a distanza, le tag si leggono a livello stradale, a distanza ravvicinata e nel campo visivo del passante. L'incontro è più diretto e personale: possono essere osservate da vicino, sovrascritte o rimosse. Questa prossimità aumenta la probabilità che la tag diventi un riferimento percettivo nello spazio urbano, con esiti emotivi eterogenei, in relazione all'ambivalenza – tipica del *writing* – tra apprezzamento estetico e stigmatizzazione come segno di degrado (Evans, 2025).

Tenendo conto delle osservazioni precedenti, è possibile leggere le tag come pratiche di appropriazione semiotica (visiva e linguistica) dello spazio urbano: occupano superfici "pulite" (muri, saracinesche, insegne), deviano temporaneamente i codici ufficiali (pubblicità, segnaletica, decorazione) e, quando riconosciute come parole, diventano parte del plurilinguismo visivo urbano (Landry, Bourhis, 1997; Scollon, Scollon, 2003; Shohamy, Gorter, 2009; Ben-Rafael *et al.*, 2006; Pennycook, Otsuji, 2015). Il francese veicolato dalle tag può emergere come risorsa simbolica capace, in determinate condizioni, di rinegoziare il valore indessicale dei luoghi. Alcune tag attivano cornici interpretative diverse, orientando l'attribuzione di senso. Si può ipotizzare, ad esempio, che "NOUS" richiami l'idea di collettività; che "DIOR" generi straniamento sociosemiotico per il contrasto tra il marchio di lusso e l'estetica di strada; che "SERGE" funzioni come firma, suggerendo una presenza individuale e radicando il francese in un orizzonte più intimo; che "V/NOIR" e "NAGER", in quartieri a forte presenza di francofoni dell'Africa subsahariana, rimandino a visibilità, identità e migrazioni. Inoltre, la ripetizione tende a produrre familiarità grafica, per cui alcune *tag* possono trasformarsi in marcatori locali (ad esempio, facendo sì che una saracinesca sia identificata come "la saracinesca con *HÉLAS*"). Una saracinesca chiusa, quando è ricoperta da una *tag* di ampie dimensioni o tappezzata di firme, può smettere di segnalare soltanto la chiusura di un negozio e farsi supporto di un messaggio ambiguo, aperto all'interpretazione, diventando un possibile punto di densità simbolica.

Al di là di queste ipotesi, le interpretazioni degli studenti e le interviste basate su fotografie delle tag del corpus mostrano che il riconoscimento delle tag dipende dagli immaginari sociali, dalle esperienze e dai repertori individuali. Ad esempio, una

studentessa Erasmus francofona che ha documentato la tag "*PEUT-ÊTRE FOUS*" situata in piazza Municipio l'ha interpretata come "adatta" a Napoli, "*réputée pour son chaos, et pour une liberté qui peut passer pour de la folie*" ('rinomata per il suo caos e per una libertà che può sembrare follia') (estratto della relazione scritta della studentessa), caricandola di significati legati a rappresentazioni – anche stereotipate – della città. Due studentesse napoletane di francese L2 che hanno documentato rispettivamente le tag "PORT" e "KAFAR" le hanno interpretate come "icone" della città, ma con valenze differenti: "PORT" come emblema della Napoli portuale e "KAFAR" come emblema della stigmatizzazione del *writing*, associato al degrado urbano. Nel corso delle interviste, alcuni napoletani non francofoni hanno attribuito alcune tag al tedesco o a "lingue dell'Est" sulla base di stereotipi grafico-fonetici. Quando però le riconducevano a una lingua a loro familiare, le leggevano come parole convenzionali e non come pseudonimi di *writer*. A proposito della tag "BULBe", uno degli intervistati ha affermato: "potrebbero essere tante lingue pure l'italiano". Questi esempi mostrano il potenziale delle tag di attivare attribuzioni di lingua diverse, generando interpretazioni molteplici.

Tra polarità come visibilità/invisibilità, legalità/illegalità, persistenza/cancellazione, stilizzazione calligrafica/anti-calligrafica, le *tag* leggibili come parole – coniugando gesto grafico e scelta linguistica – possono arrivare a trasformare superfici ordinarie in spazi semiotici aperti in cui scrittura e identità si intrecciano. Si può ipotizzare che ne derivino, in misura variabile, una ridefinizione dei regimi di visibilità linguistica, l'attivazione di curiosità verso le lingue e la familiarizzazione con il francese (e con altre lingue), effetti che nel loro insieme alimentano il multilinguismo visivo nello spazio urbano. In prospettiva, indagini etnografiche e percettive potranno chiarire come le *tag* entrino nel campo visivo dei passanti, chi le intercetti e con quali processi si attivino riconoscimenti e attribuzioni di significato simbolico.

Sul piano dei rimandi culturali locali, nel corpus esaminato non emergono simboli, sigle o elementi visivi che richiamino esplicitamente l'immaginario culturale napoletano. Anche la possibile convergenza grafica tra tag in napoletano e in francese risulta marginale. Ciononostante, la distribuzione delle tag, la ricorrenza di alcuni pseudonimi e la presenza di firme riconducibili a *crew* possono costituire indizi di una pratica stabile di *writing* in francese. Tale pratica potrebbe essere legata a soggetti o gruppi locali connessi alla scena del *writing* europeo. Un ulteriore segnale di localizzazione delle tag in (pseudo)francese è il loro inserimento in un più ampio quadro di ibridazione tra francese e napoletano in ambito artistico urbano. Questa ibridazione emerge nella musica partenopea contemporanea (dove, talvolta, francese e napoletano si alternano o si fondono), nelle collaborazioni tra rapper napoletani e francesi e nella presenza di *street artist* di area francese. M. Chat reinterpreta la propria tag-logo in chiave napoletana (il celebre gatto giallo diventa Pulcinella o indossa la maglia del Napoli) e "traduce" visivamente il francese nella cultura scritta locale, scrivendo in un suo murale *chic* come *chicc*[50] (Puolato, 2022), chiaro esempio di adattamento grafemico locale, con resa finale che richiama le neografie del napoletano (Maturi, 2023b: 94-97). Ugualmente significativa è la scelta del duo di *street artist* originari di Nantes, Toqué Frères, che impiegano uno dei proverbi napoletani più celebri ('Vedi Napoli e poi muori') e il napoletano stesso in un'opera calligrafica, firmata con la variante locale *toqué frat*[51].

In definitiva, le tag si configurano come segni che integrano il tessuto linguistico-visivo della città attraverso le stilizzazioni grafiche e le valenze identitarie, la capacità di agire come prismi multilingui, la varietà degli pseudonimi, la presenza strategica nello spazio

[50] L'opera è visionabile, insieme ad altri murales realizzati a Napoli da M. Chat, al seguente link: https://napoli.repubblica.it/cronaca/2016/02/01/foto/_monsieur_chat_il_graffito_francese_del_gatto_sorridente_invade_i_vicoli_del_centro_storico-132483193/1/.

[51] L'opera è visibile sul sito: https://viaggiarecongliocchiali.com/2018/01/18/la-street-art-a-napoli/.

urbano e le possibili connessioni con traiettorie migratorie, turistiche e artistiche transnazionali. Più che semplici scritte effimere, si pongono come tracce di passaggio, appartenenza o rivendicazione, in un dialogo continuo tra identità, estetica e spazio pubblico. Tutte le attestazioni raccolte sono gesti, istintivi o pianificati, per lasciare una traccia di sé, più o meno provvisoria, ostentata o nascosta. Un gioco di superficie e profondità da leggere come parte attiva del panorama grafico e multilingue urbano, più che come semplice accumulo di «*signifiants vides*» (Baudrillard, 1974: 31) o puro rumore visivo.



RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Amato F. (2020), "Migrantes en Nápoles, un laboratorio de conflictos y oportunidades", in *Proyecto y Ciudad*, 11, pp. 105-118.

Androutsopoulos J., Busch F. (2020), "*Register des Graphischen. Skizze eines Forschungsansatzes*", in Androutsopoulos J., Busch F. (eds.), *Register des Graphischen. Variation, Interaktion und Reflexion in der digitalen Schriftlichkeit. Linguistik – Impulse & Tendenzen*, 87, De Gruyter, Berlin-Boston, pp. 1-30.

Annarumma M. T. (2024), "Napoli e il suo centro storico sommerso di graffiti, stencil e murales: effetto parossistico del boom turistico?", in *EuroNomade*: https://www.euronomade.info/napoli-e-il-suo-centro-storico-sommerso-di-graffiti-stencil-e-murales-effetto-parossistico-del-boom-turistico/.

Bagna C., Barni M. (2006), "Per una mappatura dei repertori linguistici urbani: nuovi strumenti e metodologie", in *De Blasi N., Marcato C. (a cura di), La città e le sue lingue. Repertori linguistici urbani*, *Liguori, Napoli,* pp. 1-43.

Bagna C., Bellinzona M., Monaci V. (2024), "Linguistic landscape between concrete signs and citizens' perceptions. Exploring sociolinguistic and semiotic differences in neighbourhoods of Florence", in Henricson S., Syrjälä V., Bagna C., Bellinzona M. (eds.), *Sociolinguistic variation in urban linguistic lanscapes*, *Finnish Literature Society,* Helsinki, pp. 92-114.

Baudrillard J. (1974), "Kool Killer. Les graffiti de New York. Ou l'insurrection par les signes", in *Papers: revista de sociologia*, 3, pp. 27-38: https://raco.cat/index.php/Papers/article/view/24529.

Ben-Rafael E., Shohamy E., Hasan Amara M., 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, Bristol, pp. 7-30.
Bianco E. E., Hoppe I. (ed.) (2023), *A question of style: graffiti writing between art/theory and practice*, Edifir, Firenze.
Blanché U. (2015), "Street Art and related terms – discussion and working definition", in *Street Art and Urban Creativity*, 1, pp. 32-39.
Blommaert J. (2005), *Discourse. A critical introduction*, Cambridge University Press, Cambridge.
Blommaert J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: chronicles of complexity,* Multilingual Matters, Bristol.
Borriello L. (2008), "Se la caricatura di una contorsione non è una frattura. Sui limiti estremi di leggibilità alfabetica nel wildstyle writing", in Lucchese I., Melillo R. (a cura di), *Le ragioni degli altri. Scritti in onore di Domenico Antonino Conci*, FrancoAngeli, Milano, pp. 100-118.
Calvet J.-L. (2002), *Le marché aux langues. Les effets linguistiques de la mondialisation*, Plon, Paris.
Cambi L. (2024), "Il banco delle lingue: il paesaggio linguistico del mercato di S. Lorenzo (FI) come specchio di una città-museo", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 757-778: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23874.
Castagnaro A. (2019), "Il centro Antico di Napoli", in *Nagorà*: https://www.nagora.org/il-centro-antico-di-napoli.
Chevalier F. (2014), "Karim Boukercha: Dans l'histoire du graffiti, le terrain vague de Stalingrad est fondamental", in *Telerama.fr*: https://www.telerama.fr/sortir/dans-l-histoire-du-graffiti-le-terrain-vague-de-stalingrad-est-fondamental,118419.php.
Ciancabilla L. (2020), "L'Italia sui muri. Nuove forme di scrittura-pittura fra vandalismo grafico e *graffiti-writing*", in Ciociola C., D'Achille P. (a cura di), *L'italiano tra parole e immagine: graffiti, illustrazioni, fumetti*, goWare, Accademia della Crusca, Firenze, pp. 253-263.
Cindark I., Ziegler E. (2016), "Mehrsprachigkeit im Ruhrgebiet: Zur Sichtbarkeit sprachlicher Diversität in Dortmund", in Ptashnyk S., Beckert R., Wolf-Farré P., Wolny M. (eds.), *Gegenwärtige Sprachkontakte im Kontext der Migration*, Winter, Heidelberg, pp. 133-156.
De Blasi N. (2012), "Cultura cittadina e lessico di origine francese e provenzale a Napoli in epoca angioina (1266-1442)", in *California Italian Studies*, 3, pp. 1-22: https://escholarship.org/uc/item/5t1283th.
De Blasi N., Montuori F. (2020), *Una lingua gentile. Storia e grafia del napoletano*, Cronopio, Napoli.
De Mauro T. (1980), *Guida all'uso delle parole. Parlare e scrivere semplice e preciso per capire e farsi capire*, Editori Riuniti, Roma.
De Mauro T., Vedovelli M., Barni M., Miraglia L. (2002), *Italiano 2000. I pubblici e le motivazioni dell'italiano diffuso fra stranieri*, Bulzoni, Roma.
Debras C. (2019), "Political graffiti in May 2018 at Nanterre University: A linguistic ethnographic analysis", in *Discourse and Society*, 30, 5, pp. 441-464.
Dogheria D. (2015), *Street Art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, Giunti, Firenze-Milano.
Dubreil S., Malinowski D., Maxim H. H. (eds.) (2023), *Spatializing language studies. Pedagogical approaches in the linguistic landscape*, Springer, New York.
Evans G. L. (2025), "Graffiti, Street Art and Ambivalence", in *Humanities,* 14, 90: https://doi.org/10.3390/h14040090.
Fiorentini I., Forlano M. (2024), "Il progetto 'Il paesaggio linguistico torinese'", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 803-825: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23879.

Garcia L. (2019), "Urban tags. Calligraphy and cacography", in *Lo Squaderno. Explorations in Space and Society*, 54, pp. 17-45.
Giordani L. (2018), *Graffiti, street art e diritto d'autore: un'analisi comparata*, Università degli studi di Trento, Trento.
Gonçalves K. (2018), "The semiotic paradox of gentrification: The commodification of place and linguistic fetishization of Bushwick's graffscapes", in Peck A., Stroud C., Williams Q. (eds.), *Making sense of people and place in linguistic landscapes*, Bloomsbury, London, pp. 141-158.
Gonçalves K., Milani T. M. (2022), "Street art/art in the street – semiotics, politics, economy", in *Social Semiotics*, 32, 4, pp. 425-443: https://doi.org/10.1080/10350330.2022.2114724.
Gorter D. (2006), "Further possibilities for linguistic landscape research", in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: a new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, pp. 81-89.
Gorter D. (2012), "Foreword: signposts in the linguistic landscape", in Hélot C., Barni M., Janssens R., Bagna C. (eds.), *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*, Peter Lang, Frankfurt, pp. 9-12.
Gorter D. (2019), "Methods and techniques for linguistic landscape research: about definitions, core issues and technological innovations", 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. 38-57.
Gorter D., Cenoz J. (2015), "Translanguaging and linguistic landscapes", in *Linguistic Landscape*, 1, pp. 54-74.
Gorter D., Cenoz J. (2024), *A Panorama of linguistic landscape studies*, Multilingual Matters, Bristol, Jackson.
Järlehed J., Jaworski A. (2015), "Typographic landscaping: creativity, ideology, movement", in *Social Semiotics*, 25, pp. 117-125.
Karlander D. (2023), "Graffiti", in Svendsen B. A., Jonsson R. (eds.), *The Routledge handbook of language and youth culture,* Routledge, London, *pp. 277-288*.
Landry R., Bourhis R. (1997), "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study", in *Journal of Language and Social Psychology*, 16, pp. 23-49.
Ledgeway A. (2009), *Grammatica diacronica del napoletano, Max Niemeyer, Tübingen.*
Lefebvre H. (1974), *La production de l'espace,* Anthropos, Paris.
Lefkowitz N. J. (1989), "Verlan: Talking Backwards in French", in *The French Review,* 63, 2, pp. 312-322.
Lennon J. F. (2009), "*Bombing* Brooklyn: graffiti, language and gentrification", in *Rhizomes*, 19: http://www.rhizomes.net/issue19/lennon/.
Liccione D. (2022), "Répertoire des langues et paysage linguistique : une enquête à Naples et à Castel Volturno", in Puolato D. (a cura di), *Francophonie et migration. Naples, ville hybride*, Aracne, Roma, pp. 135-163.
Lou J. J., Jaworski A. (2016), "Itineraries of protest signage: semiotic landscape and the mythologizing of the Hong Kong Umbrella Movement", *in Journal of Language and Politics*, 15, 5, pp. 612-645*:* https://doi.org/10.1075/jlp.15.5.06lou.
Machetti S., Pizzorusso C. (2020), "From graffiti to street art and back: Connections between past and present", in Malinowski D., Tufi S. (eds.), *Reterritorializing linguistic landscapes: questioning boundaries and opening spaces*, Bloomsbury, London, pp. 160-176.
Malinowski D. (2015), "Opening spaces of learning in the linguistic landscape", in *Linguistic Landscape*, 1, pp. 95-113.
Maturi P. (2009), "Grafie del napoletano dai classici a Facebook", in *Bollettino Linguistico Campano*, 15/16, pp. 227-244.
Maturi P. (2023a), "Vitalità linguistica del napoletano tra realtà e *idées reçues*", in *eHumanista/IVITRA*, 23, pp. 331-339.
Maturi P. (2023b), *Napoli e la Campania*, il Mulino, Bologna.

Mignone A., Marinucci M. (2005), *Francesismi nel dialetto napoletano,* a cura di Marinucci M., Edizioni Università di Trieste, Trieste.
Minervini L. (2015), "Il francese a Napoli (1266-1442). Elementi per una storia linguistica", in Alfano G., Grimaldi E., Martelli S., Mazzucchi A., Palumbo M., Perriccioli Saggese A., Vecce C. (a cura di), *Boccaccio e Napoli. Nuovi materiali per la storia culturale di Napoli nel Trecento*, Cesati, Firenze, pp. 151-174.
Mininno A. (2008), *Graffiti Writing. Origini, significati, tecniche e protagonisti in Italia*, Mondadori, Milano.
Niemann S. (2023), "INGRID - Archiving Graffiti in Germany", in *Document / Archive / Disseminate Graffiti-Scapes*, pp. 231-238.
Peck A., Stroud C., Williams Q. (a cura di) (2019), *Making sense of people and place in linguistic landscapes*, Bloomsbury, London.
Pellicari G. (2014), *Scrivere di writing,* Cleup, Padova.
Pennycook A. (2009), "Linguistic landscapes and the transgressive semiotics of graffiti", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: expanding the scenery*, Routledge, New York, pp. 302-312.
Pennycook A. (2010), "Spatial narrations: Graffscapes and city souls", in Jaworski A., Thurlow C. (eds.), *Semiotic landscapes. Language, image, texte*, Continuum International Publishing Group, New York, pp. 137-150.
Pennycook A., Otsuji E. (2015), *Metrolingualism. Language in the city*, Routledge, New York.
Puolato D. (2022), "Francese e napoletano: antichi legami, nuovi immaginari", in Di Bonito C., Giglio R., Maturi P., Montuori F. (a cura di), *"Parole corte, longa amistate". Saggi di lingua e letteratura per Patricia Bianchi*, Loffredo, Napoli, pp. 337-343.
Radtke J. M. (2020), *Sich einen Namen machen. Onymische Formen im Szenegraffiti*, Gunter Narr Verlag, Tübingen.
Raheem P. (2021), "*Graffiti Writing in Italy 1989 – 2021*: la nuova edizione del libro di Alessandro Mininno", in *Goldworld*: https://goldworld.it/246980/arts/writing/graffiti-writing-italy-1989-2021-nuova-edizione-libro-alessandro-mininno/.
Ross J. I., Lennon J. F., Kramer R. (2020), "Moving beyond Banksy and Fairey: Interrogating the co-optation and commodification of modern graffiti and street art", in *Visual inquiry: Learning & Teaching Art*, 9, 1-2, , pp. 5-23.
Roth E. (2009), *Graffiti Taxonomy: Paris* [Serigrafia a due colori], Museum of Modern Art (MoMA), New York, acquisito nel 2011: https://www.evan-roth.com/~/works/graffiti-taxonomy series/#hemisphere=east&strand=101.
Sandst L. (2024), "Power, language and visibility. Defining the linguistic landscape", in Henricson S., Syrjälä V., Bagna C., Bellinzona M. (eds.), *Sociolinguistic variation in urban linguistic lanscapes*, *Finnish Literature Society,* Helsinki, pp. 51-68: https://orcid.org/0000-0002-9330-0322.
Schmitz U., Ziegler E. (2016), "Sichtbare Dialoge im öffentlichen Raum. Visual Dialogues in the Public Sphere", in *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 44, pp. 469-502.
Scollon R., Scollon S. W. (2003), *Discourses in place: language in the material world*, Routledge, London.
Shohamy E. (2015), "LL research as expanding language and language policy", in *Linguistic Landscape*, 1, pp. 152-171.
Shohamy E., Gorter D. (2009), "Introduction", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: expanding the scenery*, Routledge, New York, pp. 1-10.
Spillner B. (2009), "Stilistische Phänomene der Schreibung und der Lautung", in Fix U., Gardt A., Knape J. (eds.), *Rhetorik und Stilistik. Ein internationales Handbuch historischer und systematischer Forschung*, 2, de Gruyter, Berlin-New York, pp. 1545-1562.
Spitzmüller J. (2012), "Typographie", in Dürscheid C. (ed.), *Einführung in die Schriftlinguistik*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, pp. 209-238.
Spitzmüller J. (2015), "Graphic variation and graphic ideologies: a metapragmatic approach", in *Social Semiotics*, 25, 2, pp. 126-141.

SRM – Studi e Ricerche per il Mezzogiorno (2024), *Numeri, impatti e tendenze del turismo in Campania. Il ruolo della città di Napoli*, SRM, Napoli.
Stewart J. (2009), *Graffiti Kings: New York City mass transit art of the 1970s*, Abrams, New York.
Stöckl H. (2004), "Typographie: Gewand und Körper des Textes. Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung", in *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, 41, pp. 5-48.
Strandberg J. A. (2020), "*Nordic cool* and writing system mimicry in global linguistic landscapes", in *Lingua*, 235, 102783, pp. 1-14.
Strozza S., de Filippo E., Benassi F. (2024), "Origini, caratteristiche e modelli insediativi degli stranieri nei territori del comune di Napoli", Conferenza Nazionale di Statistica: https://www.istat.it/storage/15-Conferenza-nazionale-statistica/slide/04_C_slide_strozza_salvatore_CNS15.pdf.
Szabó T. P., Troyer R. A. (2020*),* 'Parents interpreting their children's schoolscapes: building an insider's perspective", in Malinowski D., Tufi S. (eds.), *Reterritorializing linguistic landscapes: questioning boundaries and opening spaces*, Bloomsbury Academic, London-New York, pp. 387-411.
Tapies X. (2020), *Street art in the time of Corona*, Graffito Books, London.
Tufi S. (2022), "Situated spatialities and the linguistic landscape: a diachronic account of an emblematic square in Naples", in *Social Semiotics*, 32, pp. 240-261.
Uberti-Bona M. (2021), "Il progetto 'Paesaggi e Lingua': criteri, applicazione 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.
Vedovelli M. (a cura di) (2011), *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Carocci, Roma.
Vedovelli M. (2015), "Fra 40 anni, l'Italia che verrà. Lo spazio linguistico e culturale italiano fra lingue immigrate, andamento demografico, ripresa economica", in *Italienisch*, 73, pp. 78-109.
Vedovelli M. (2018), "La ricerca in Ontario: questioni e ipotesi di lavoro", in Turchetta B., Vedovelli M. (a cura di), *Lo spazio linguistico italiano globale: il caso dell'Ontario*, Pacini Editore, Pisa, pp. 21-38.
Vertovec S. (2019), "Talking around super-diversity", in *Ethnic and Racial Studies*, 42, pp. 125-139: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01419870.2017.1406128.
Wachendorff I. (2021), "Typographetics of urban spaces. The indication of discourse types and genres through letterforms and their materiality in multilingual urban spaces", in Haralambous Y. (ed.), *Grapholinguistics in the 21st Century. Proceedings grapholinguistics and its applications*, Fluxus Editions, Brest, pp. 361-415.
Wachendorff I., Ziegler E., Schmitz U. (2017), "Graffitiscape im Ruhrgebiet", in Lieb L., Müller S., Tophinke D. (eds.), *Graffiti: Deutschsprachige Auf- und Inschriften in sprach- und literaturwissenschaftlicher Perspektive*, Praesens Verlag, Wien, pp. 154-208.
Wei Z., Qin Y. (2023), "Using eye tracking to investigate what native Chinese speakers notice about linguistic landscape images", in *arXiv*:2312.08906v4.
Wild B., Verhoeven G. J., Wieser M., Ressl C., Schlegel J., Wogrin S., Otepka-Schremmer, J., Pfeifer N. (2022), "AUTOGRAF – AUTomated Orthorectification of GRAFfiti photos", in *Heritage*, 5, pp. 2987-3009.
Ziegler E., Eickmans H., Schmitz U., Uslucan H.-H., Gehne D. H., Kurtenbach S., Mühlan Meyer T., Wachendorff I. (2022), *Metropolenzeichen. Atlas zur visuellen Mehrsprachigkeit der Metropole Ruhr*, DuEPublico, Universität Duisburg Essen: https://duepublico2.uni-due.de/receive/duepublico_mods_00075242.

TRACCE DI GUERRA SUI MURI "PARLANTI": I PRINCIPALI TEMI DELLE NARRAZIONI NELLA STREET ART DELLA GUERRA RUSSO-UCRAINA

Grieta Dzergaca[1]

1. INTRODUZIONE

Per parafrasare il celebre incipit del romanzo *Anna Karenina* (2014 [1878]: 3) di Lev Tolstoj – «Tutte le famiglie felici si somigliano, ogni famiglia infelice è infelice a modo suo» – si potrebbe affermare che la pace è una, ma ogni guerra è diversa a modo suo.

La guerra, così come la pace, rappresenta un archetipo universale dell'esperienza umana. La pace, infatti, è talvolta vista come una tregua temporanea tra due guerre, suggerendo che il conflitto sia quasi una condizione permanente per l'umanità.

Partendo da Gottschall (2012), che definisce l'essere umano un «animale narrativo» incline a interpretare il mondo attraverso narrazioni spesso costruite a posteriori, non sorprende che la guerra, fenomeno antico e moderno dell'esperienza umana, sia soggetta a un processo di narrativizzazione. In guerra si attivano narrazioni che cercano di dare senso a ciò che, altrimenti, sarebbe un insensato massacro reciproco nato da un dualismo apparentemente insanabile: un "noi" contrapposto a un "loro".

Anche quando lo scontro nasce da motivi concreti, come l'ampliamento territoriale, viene spesso interpretato come una battaglia ideologica più ampia, che oppone il bene al male, democrazia ad autoritarismo, progresso a regressione. Queste narrazioni possono poi essere riscritte, adattate e riutilizzate.

La guerra ibrida non è un fenomeno esclusivamente moderno – il controllo e la manipolazione dell'informazione sono sempre esistiti – ma oggi essa assume proporzioni inedite grazie alla rivoluzione tecnologica. Le narrazioni proliferano attraverso una molteplicità di canali, trasformando gli spazi pubblici e digitali in campi di battaglia paralleli a quello fisico.

La *street art* è uno di questi campi di battaglia visibili e accessibili, un campo simbolico aperto a tutti. Essa rappresenta una componente dinamica del *linguistic landscape*, una forma di espressione visivo-verbale che si manifesta nello spazio pubblico, contribuendo a costruire il paesaggio semiotico urbano e partecipando al dibattito globale, sia in contesti analogici che digitali.

È essenziale sviluppare strumenti per la lettura della street art e riconoscere che, lungi dall'essere una rappresentazione neutra della realtà, essa veicola significati, racconta storie e contribuisce attivamente alle narrazioni del conflitto.

Anche se ci sono molte iniziative che raccolgono opere di street art relative al conflitto russo-ucraino[2], spesso si concentrano solo sull'impatto visivo, senza inserirle nel contesto

[1] Università per Stranieri di Siena.

[2] Tra le iniziative di ambito accademico che documentano la produzione artistica ucraina in tempo di guerra si segnalano *Digital PUL* – Princeton University Library (https://dpul.princeton.edu/ukrainian-art) e il progetto *Conflicted Art* (https://www.conflictedart.com/conf-art-collection). Più specificamente dedicate alla street art sono le raccolte curate da *Artland Magazine* (https://magazine.artland.com/ukraine-street-art), *Street Art Utopia* (https://streetartutopia.com/2025/02/24/street-art-standing-with-ukraine) e dal blogger

comunicativo più ampio come parte di un vero e proprio campo di battaglia narrativo. Mancano analisi che valorizzino le singole opere come elementi attivi all'interno del più ampio testo della guerra. Il presente saggio si propone di colmare questa lacuna, stimolando ulteriori approfondimenti in questa direzione.

In più, oltre a identificare un elenco di temi, la ricerca che stiamo svolgendo intende indagare l'interdipendenza tra gli elementi che contribuiscono alla costruzione del significato complessivo – alla narrazione – dell'opera, creando uno spazio in cui il pubblico assume un ruolo attivo, diventando co-autore del senso prodotto attraverso l'interpretazione, l'interazione e la condivisione.

2. IPOTESI, METODOLOGIA E APPROCCIO

Il presente lavoro si propone di analizzare la street art legata al conflitto russo-ucraino come forma di narrazione visiva situata, capace di veicolare significati che eccedono la sola dimensione estetica. Muovendo da un impianto socio-semiotico, la ricerca si fonda su alcune ipotesi principali:

- che le opere di street art costituiscano vere e proprie narrazioni, strutturate secondo schemi ricorrenti;
- che un approccio semiotico – in particolare visivo-multimodale e contestuale – consenta di far emergere tali strutture soggiacenti e di comprendere più a fondo il senso prodotto dalle opere nei rispettivi contesti socio-politici;
- che il pubblico non sia un mero spettatore, ma parte attiva nella costruzione del significato, di fatto un co-autore del significato, coinvolto attivamente nel processo di interpretazione, interazione e condivisione.

Le ipotesi formulate hanno orientato sia la definizione delle categorie tematiche, sia i criteri di lettura applicati alle singole opere, permettendo una mappatura delle strutture narrative e una riflessione sui meccanismi di produzione del senso.

L'obiettivo non è solo classificare le opere per tema, ma ricostruire le strutture concettuali e narrative che aiutano a costruire il loro significato, riconoscendo che questo è dialogico e dipende dal contesto. In quest'ottica, la street art si configura come un linguaggio polifonico, stratificato e aperto, che si sviluppa nel tessuto urbano come spazio simbolico carico di tensioni, memorie e desideri collettivi.

Per interpretare le opere, definite come "testi urbani" (Volli, 2009), serve un'analisi che vada oltre il solo livello testuale-visivo, considerando anche il rapporto con il supporto materiale (Paris, 2021) e con il contesto socio-politico e geografico. L'opera non è mai neutra: è parte di uno spazio urbano intriso di storie, conflitti e contraddizioni. Questa prospettiva si inserisce in una concezione di semiotica situata, attenta alla materialità del supporto, ai regimi di visibilità e invisibilità, e ai dispositivi di potere che regolano la circolazione dei segni nello spazio urbano.

A partire dalle ipotesi formulate, l'indagine si è articolata su due livelli: da un lato, una ricognizione teorica dei principali temi e ruoli narrativi associabili ai conflitti (vittime, eroi, patriottismo, resistenza, pace, ironia); dall'altro, un'analisi induttiva condotta su un corpus di oltre un centinaio di opere di street art, raccolte nel maggio 2024 tramite fonti digitali (social media, archivi online, siti web).

Paul Slade su *PlanetSlade* (https://www.planetslade.com/ukraine-war-street-art.html). Questi esempi offrono una panoramica rappresentativa delle iniziative di documentazione artistica nate in relazione al conflitto.

Le categorie tematiche sono state inizialmente ipotizzate come configurazioni narrative ricorrenti e successivamente verificate e raffinate attraverso un'analisi empirica.

Il corpus, tuttavia, presenta dei limiti strutturali: la sua dipendenza da materiali pubblicati online comporta il rischio di esclusione di opere non documentate in rete. Inoltre, in contesti repressivi come quello russo, molte opere sono soggette a censura, rimozione o interruzione prima del completamento. Alcuni artisti hanno riferito di progetti mai realizzati a causa dell'intervento delle forze dell'ordine[3].

L'obiettivo del presente contributo è analizzare le principali tematiche narrative veicolate attraverso la street art, intesa come canale espressivo autonomo e, al tempo stesso, in dialogo con le narrazioni ufficiali. Tale impresa si rivela particolarmente complessa in contesti di repressione del dissenso, come quello russo, dove il silenzio imposto genera strategie comunicative oblique, ambigue, stratificate.

Assegnare un tema unico a ogni opera può essere problematico e a volte riduttivo, perché i temi spesso si sovrappongono e si intrecciano, creando un sistema narrativo fluido e stratificato. L'identificazione del tema varia in base alla prospettiva interpretativa, influenzata dal bagaglio culturale dell'osservatore, dal contesto di fruizione e dal programma narrativo dominante entro cui si inscrive il conflitto. Come sottolinea Lyotard (1983), paradigmi divergenti su una medesima questione possono avere pochi – se non nessun – punto di contatto, proliferando all'infinito e sfociando talvolta in ciò che Eco (1990) definirebbe interpretazioni aberranti, in un contesto comunicativo sempre più polarizzato.

Le narrazioni veicolate dalle opere sono molteplici e spesso in contraddizione tra loro. In esse ricorrono costantemente figure riconducibili ai ruoli attanziali delineati dal modello greimasiano (Greimas, 1969, 1974): aggressore, vittima, eroe, aiutante – interpretati come attualizzazioni delle coppie soggetto / oggetto, destinante / destinatario, aiutante / opponente. Questi ruoli non sono fissi, ma si riconfigurano dinamicamente all'interno di programmi narrativi eterogenei, agendo come "mattoncini Lego" che si possono ricombinare a seconda del punto di vista.

Un personaggio celebrato come eroe in una narrazione – ad esempio la Russia che "libera" l'Ucraina dai nazisti – può essere percepito come aggressore e responsabile di crimini di guerra in un'altra, sostenuta da chi difende la sovranità ucraina.

La presenza di prospettive opposte mostra la necessità di un'analisi che consideri il significato dialogico e il posizionamento ideologico dell'opera. In molti casi, come suggerisce Foucault (1971), non è tanto la verifica dei fatti a rendere efficace una narrazione, quanto la relazione di potere che ne permette la diffusione e la legittimazione in un certo ordine del discorso.

L'analisi si fonda su un approccio socio-semiotico integrato, che coniuga strumenti della semiotica visiva, della retorica dell'immagine e della grammatica visiva (Barthes, 1964; Groupe μ, 1992; Kress, van Leeuwen, 2006). In particolare, si distinguono tre livelli di significazione: rappresentazionale (ciò che è raffigurato e i significati immediati), interattivo (il rapporto costruito con l'osservatore) e composizionale (l'organizzazione spaziale e semantica degli elementi visivi).

L'approccio multimodale è essenziale per capire come testo, immagini, colori, simboli, elementi architettonici e digitali interagiscono per costruire un messaggio stratificato. Questo schema teorico consente di cogliere come le opere non solo raccontino storie, ma costruiscano mondi, interpellino il pubblico e definiscano posizionamenti etici e politici nello spazio urbano.

[3] Il collettivo Yav (Явь) è noto per le sue opere di street art a sfondo politico. Nel 2022, durante la realizzazione di un'opera intitolata *Goolag* – un gioco di parole con il termine *Gulag*, campi di reclusione dell'Unione Sovietica – alcuni membri sono stati arrestati dalla polizia, per poi essere rilasciati e sanzionati per un reato minore di disturbo della quiete pubblica (Mel'nikova, 2022).

3. TEMI INDIVIDUATI

3.1. *Patriottismo*

Il tema del patriottismo emerge con forza nell'immaginario visivo della street art ucraina e internazionale, articolandosi attraverso simboli identitari, colori nazionali e riferimenti alla memoria collettiva. Tra gli elementi ricorrenti si trovano la bandiera ucraina giallo-blu[4], lo stemma nazionale[5], il codice UA[6], identificativo del paese, e slogan come «Слава Україні!» ('Gloria all'Ucraina!'), spesso accompagnato dalla risposta «Героям слава!» ('Gloria agli eroi!')[7]. In molte opere, l'Ucraina è personificata come una figura femminile[8], spesso vestita con abiti tradizionali, ed elevata a emblema di resilienza, dignità e continuità storica.

L'opera dell'artista Sasha Korban (Figura 1), che raffigura una bandiera ucraina lacerata in fase di ricucitura, esemplifica come la narrazione patriottica possa rafforzare lo spirito di resistenza e fungere da strumento di mobilitazione collettiva.

Figura 1. *Sasha Korban (2022):*
https://www.instagram.com/p/Cb6LFdNR7v/?utm_source=ig_web_copy_link



[4] Per questa e per altre opere di street art menzionate o descritte solo sommariamente e non analizzate nel dettaglio, l'immagine non è riportata; si rimanda invece al link della pagina web in cui l'opera è pubblicata: https://x.com/NewVoiceUkraine/status/1505197404194226178.

[5] Talvolta proposto in una forma ibrida, come nel caso dello stemma-colomba della pace visibile al seguente link:
https://www.reddit.com/r/ukraine/comments/t60rcu/newly_finished_mural_in_gda%C5%84sk_poland/.

[6] https://www.instagram.com/p/C6ssDfWInzQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==.

[7] https://mistokyia.ua/interesting-places/murals/mural-slava-ukraini-heroiam-slava.

[8] https://x.com/mattia_n/status/1507088503850553351.

A livello rappresentazionale l'immagine mostra due mani, coperte da guanti militari, intente a ricucire la bandiera. Il gesto diventa metafora visiva della ricostruzione: non un atto passivo, ma un'azione di cura attiva e partecipata da chi è coinvolto nel conflitto. Le mani non brandiscono armi, ma contribuiscono simbolicamente all'unità nazionale, narrando la guerra nei termini di riparazione, resistenza e speranza, piuttosto che di sola distruzione.

A livello composizionale l'opera è strutturata attorno al filo da cucito, che guida lo sguardo dell'osservatore.

A livello interattivo l'immagine interpella direttamente il pubblico: le mani isolate dal corpo accentuano l'universalità del gesto, offrendo un'identificazione simbolica ampia e trasversale. L'atto del ricucire si carica di valore etico, attribuendo alla partecipazione alla guerra una connotazione attiva ma non violenta: ricreare anziché distruggere, unire ciò che è stato diviso.

Anche se è un'opera singola, essa solleva questioni più ampie sulla costruzione delle narrazioni di guerra. Storicamente ogni propaganda ha cercato di nobilitare le proprie azioni come forme di protezione o di sacrificio morale. La street art di Korban in questo senso non solo consolida la narrazione patriottica, ma ne evidenzia anche la dimensione retorica e la tensione etica.

L'opera si inserisce in un contesto politico preciso, ma allo stesso tempo lo trascende, proponendosi come icona della solidarietà e della ricostruzione collettiva. Il patriottismo qui rappresentato agisce come forza coesiva, ma anche come cornice narrativa da interrogare criticamente.

3.2. *Ricordo delle vittime e delle sofferenze della popolazione ucraina*

Uno dei temi più importanti della street art legata al conflitto russo-ucraino è quello della vittima. Come osserva Giglioli (2014), la figura della vittima ha acquisito un ruolo centrale nei discorsi pubblici contemporanei, divenendo un punto di condensazione simbolico-narrativa capace di mobilitare emozioni, consenso, risorse e attenzione collettiva.

Nel contesto ucraino molte opere commemorano i luoghi dei massacri e dei bombardamenti, trasformando spazi feriti in luoghi di memoria attiva. Il lutto privato si eleva così a dimensione pubblica, contribuendo alla costruzione di un'identità collettiva.

Particolarmente emblematiche sono le opere dell'artista italiano TVBoy (Salvatore Benintende). In un campo di calcetto bombardato a Irpin, l'artista ha dipinto due bambini con magliette che riportano le scritte «Peace» e «Stop War», i cui numeri compongono insieme la cifra 2023, data dell'attacco[9].

Un'altra opera raffigura una bambina (Figura 2) con un'aureola dorata sul capo, mentre stringe tra le mani un segnale stradale "STOP" nei colori della bandiera ucraina. La scritta che accompagna l'immagine è «Kids are sacred» ('I bambini sono sacri'). A livello rappresentazionale la figura della bambina è sacralizzata: l'aureola richiama l'iconografia bizantina, ma è riattualizzata in chiave etico-politica. Il cartello "STOP", una volta decontestualizzato dalla sua funzione originaria e dal suo valore all'interno del codice della strada, si trasforma in un imperativo morale contro la violenza, rivolto a ogni spettatore.

[9] https://www.instagram.com/p/CoHMNrOjG0i/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==.

Figura 2. *TvBoy (2023), Kids are sacred:*
https://www.instagram.com/p/CoE_oeXDyX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==



Dal punto di vista interattivo l'opera interpella lo spettatore. Lo sguardo diretto della bambina stabilisce un contatto visivo che impone una responsabilità etica. Chi guarda non può rimanere neutrale: è chiamato in causa emotivamente e moralmente.

A livello composizionale la struttura verticale e centrata dell'opera, insieme alla compostezza della figura, richiama quella delle icone religiose. L'aureola e il segnale "STOP" costituiscono i centri focali che guidano la lettura dell'immagine. Questa narrazione non si limita alla denuncia, ma propone un'etica della responsabilità. La sacralità dell'infanzia è presentata come un valore assoluto, e in questo caso la street art diventa uno strumento di testimonianza e denuncia: il muro si trasforma in un altare, il segno diventa memoria attiva.

3.3. *Commemorazione di eroi e figure della resistenza*

Un altro tema ricorrente nella street art prodotta durante il conflitto russo-ucraino è la commemorazione di eroi e figure della resistenza, siano essi soldati, volontari civili o personaggi simbolici. Queste opere non solo celebrano atti di coraggio individuale, ma contribuiscono a costruire un vero e proprio pantheon della resistenza e dell'identità nazionale.

Merita attenzione anche la diffusione della frase divenuta simbolo della sfida ucraina, apparsa su numerose opere: «Русский военный корабль, иди на хуй!»[10] ('Nave da guerra

[10] Questa frase è legata alla Battaglia dell'Isola dei Serpenti, una piccola isola nel Mar Nero di grande importanza strategica per il controllo delle rotte marittime e delle comunicazioni nella regione. All'inizio dell'invasione russa dell'Ucraina, le forze russe tentarono di conquistarla. L'episodio divenne celebre grazie a un'intercettazione radio tra i soldati russi e i difensori ucraini presenti sull'isola. Quando i soldati russi

russa, vai a farti fottere!'). Questa espressione, seppur cruda e volgare, rappresenta una forma di resistenza linguistica e culturale, diventando un simbolo della forza della reazione collettiva.

Se la resistenza può manifestarsi attraverso gesti di sfida verbale, essa trova espressione anche in atti di cura verso i più fragili. Un esempio emblematico è il murale dedicato ad Anastasia Tiha[11], giovane volontaria nota per aver salvato numerosi cani disabili dalle zone devastate dal conflitto. La sua figura incarna un'umanità che si prende cura dei più fragili anche in condizioni estreme, ampliando il concetto stesso di resistenza: non solo militare, ma anche etica ed empatica, transumana e transpecie. Il messaggio è chiaro: nessuna vita è così insignificante da poter essere sacrificata alla distruzione.

Un'altra figura emblematica della resistenza è la bambina raffigurata dall'artista seth_globepainter (Julien Malland), che cammina schiacciando dei carri armati (Figura 3). Porta una corona di fiori tra i capelli e sventola la bandiera ucraina.

Figura 3. *Seth_globepainter (2022), Pour mes amis Ukrainiens: https://www.instagram.com/p/Cafin8XNiE2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==*



L'opera si presenta come una potente allegoria visiva: la fragilità dell'infanzia che trionfa sull'oppressione, l'identità culturale che si fa forza attiva e trasformatrice. I carri armati, ridotti a oggetti inerti, diventano il terreno su cui la bambina avanza: la resistenza si traduce in cammino, in un gesto quotidiano che assume un valore sovversivo.

intimarono la resa, un militare ucraino rispose con la frase in questione, destinata a diventare simbolo di resistenza e determinazione. Questo gesto di sfida, reso pubblico, si trasformò rapidamente in un emblema dell'eroismo ucraino e fu celebrato anche con l'emissione di un francobollo commemorativo. Per approfondimenti si rimanda all'articolo consultabile al seguente link: https://www.theguardian.com/world/2022/mar/12/ukraine-reveals-russian-warship-go-fuck-yourself-postage-stamp.

[11] https://x.com/NewVoiceUkraine/status/1686059397586534400.

Dal punto di vista compositivo, pur senza stabilire un contatto visivo diretto con lo spettatore, la bambina guida lo sguardo lungo la traiettoria del suo movimento, coinvolgendolo simbolicamente nella marcia della resistenza.

Un ulteriore esempio di un'opera dedicata al tema della resistenza è *Remember* di aleXsandro Palombo, che raffigura Anna Frank nell'atto di bruciare un libro con la lettera Z, simbolo della propaganda russa (Figura 4). L'accostamento crea un ponte tra la memoria dell'Olocausto e l'attuale resistenza ucraina, evocando un parallelismo tra diverse forme di oppressione accomunate dalla volontà di dominio e cancellazione.

Figura 4. *AleXsandro Palombo (2022), Remember: https://www.rainews.it/articoli/2022/03/la-street-art-racconta-la-guerra-da-anna-frank-che-brucia-la-z-a-putin-dietro-le-sbarre-70d125de-4085-42da-a163-94f7e82b6b26.html*



A livello denotativo la scena mostra una ragazza che brucia un volume con la lettera Z. A livello connotativo il fiocco dell'abito nei colori giallo e blu e le sembianze stilizzate, riconducibili all'immaginario visivo associato ad Anna Frank, stratificano il significato dell'immagine, rafforzando l'associazione simbolica tra la giovane vittima della Shoah e la resistenza di fronte all'aggressione esterna. Lo sguardo diretto della ragazza interpella l'osservatore, invitandolo a prendere posizione.

Sebbene l'autore precisi che «l'opera non è un richiamo ai tragici eventi della Shoah, ma una denuncia sull'impatto emotivo della guerra di propaganda nella diffusione di odio e mistificazione della verità»[12], l'accostamento produce comunque una contiguità simbolica tra la resistenza ucraina e quella storica al nazismo.

12 https://www.velvetmag.it/2022/04/01/alexsandro-palombo-chi-e-lartista-che-denuncia-temi-sociali-intervista/.

Viene così attivato un mito nel senso barthesiano del termine: Anna Frank diventa figura universale della memoria attiva, riattualizzata come icona contro ogni forma di manipolazione ideologica. L'opera di Palombo agisce su due livelli: da un lato richiama il trauma storico, dall'altro lo trasforma in denuncia del presente. La commemorazione non è solo un omaggio, ma un dispositivo narrativo e simbolico che riafferma valori condivisi e invita all'azione: ricordare, resistere, raccontare.

3.4. *Solidarietà e fratellanza internazionale*

Un tema importante nella street art legata alla guerra russo-ucraina è la solidarietà internazionale. Numerose opere valorizzano l'identità nazionale non come un confine che separa, ma come un'espressione culturale che, pur mantenendo la propria specificità, riconosce e valorizza l'appartenenza a una comunità umana più ampia. In questa prospettiva, l'identità nazionale non erige barriere, ma diventa un ponte che collega popoli diversi nel rispetto reciproco, superando le frontiere geografiche, culturali e linguistiche.

Tuttavia, la retorica dell'inclusività e della fratellanza può avere anche significati ambigui. In alcuni casi, essa può veicolare un senso di complicità esclusiva (*noi* contro *gli altri*), oppure mascherare ambizioni colonialiste che negano il diritto all'esistenza autonoma di un popolo. È il caso, ad esempio, della retorica della politica russa, in cui la fratellanza con il popolo ucraino viene utilizzata per veicolare una visione imperialista e negazionista dell'identità ucraina[13]. In altri casi ancora, essa può minimizzare il crimine dell'invasione e equiparare vittima e aggressore, come nell'opera di Peter Seaton[14] che ritraeva l'abbraccio tra un soldato russo e uno ucraino, successivamente rimossa dopo numerose proteste per il suo messaggio percepito come offensivo.

Come esempi di espressioni di solidarietà internazionale si possono menzionare slogan come "Stand with Ukraine"[15] e hashtag come #SlavaUkraini, che si moltiplicano in contesti globali, mostrando il potenziale virale della solidarietà visiva. Altre iniziative includono la diffusione di simboli giallo-blu – bandiere, nastri, luci proiettate su edifici pubblici – esposti su monumenti, profili social e durante manifestazioni in tutto il mondo, nonché presenti nelle opere di street art. Ricorrono frequentemente immagini che raffigurano abbracci, preghiere condivise, mani che si stringono e gesti di vicinanza tra persone di diversa provenienza.

Sono particolarmente frequenti le rappresentazioni di donne appartenenti a nazionalità differenti – russe e ucraine[16], lettoni e ucraine[17], o di altri paesi – nell'atto di abbracciarsi. Il gesto dell'abbraccio, immediatamente leggibile, diventa un simbolo dell'empatia e della possibilità di convivenza pacifica. Tuttavia, a differenza di altre rappresentazioni apparentemente simili – come il già menzionato abbraccio tra un soldato russo e uno ucraino – questi abbracci femminili non veicolano un messaggio ambiguo o revisionista,

[13] Una delle tesi fondamentali della narrazione russa è l'idea che la nazione ucraina non esista, che si tratti di una costruzione artificiale, e che l'Ucraina sia in realtà solo una parte della Russia. Questa convinzione è stata espressa con forza sia prima che dopo l'invasione del 2022. Già il 12 luglio 2021 Vladimir Putin (2021a) pubblicava il saggio *Sull'unità storica di russi e ucraini*, in cui avanzava esplicitamente questa tesi, destinata a diventare un *fil rouge* della propaganda russa. Essa è riemersa nel discorso pronunciato il 21 febbraio 2022, con cui Putin (2022b) giustificava il riconoscimento delle repubbliche secessioniste ucraine del Donbass e di Lugansk.

[14] https://news.sky.com/story/melbourne-mural-of-ukrainian-and-russian-soldiers-hugging-painted-over-after-backlash-12690496.

[15] https://x.com/a_anusauskas/status/1601586263811031040.

[16] https://www.rainews.it/articoli/2022/03/8-marzo-di-laika-dedicato-alle-donne-ucraine-e-russe-dc57f1f5-6f56-4ef7-b13b-eaa9532d050b.html.

[17] https://www.liveriga.com/en/11775-riga-street-art-guide/.

né suggeriscono una neutralizzazione del conflitto o una cancellazione delle responsabilità. Le protagoniste non incarnano ruoli militari né rappresentano governi o eserciti, ma figure civili accomunate da una sofferenza condivisa e da un desiderio di pace. L'empatia che esse comunicano non equivale all'annullamento della distinzione tra aggressore e aggredito, ma si configura come un richiamo al legame umano al di là delle appartenenze nazionali.

Dal punto di vista composizionale immagini come quella che raffigura l'abbraccio tra un'ucraina e una lettone presentano perlopiù una struttura simmetrica (Figura 5): le figure sono disposte in modo paritario senza gerarchie visive. Nessuna domina, nessuna è rappresentata come salvatrice o vittima. Anche l'uso del colore rafforza questa narrazione: i colori delle bandiere nazionali vestono le protagoniste, sottolineando le rispettive identità senza contrapporle. Al contrario, la differenza cromatica valorizza il principio del riconoscimento reciproco: la solidarietà non annulla l'identità, ma la rende visibile e condivisibile.

Figura 5. *B. Bīriņa, D. Rudens, Ē. Caune, https://www.liveriga.com/en/11775-riga-street-art-guide/*



Un caso emblematico dell'ambivalenza del tema della fratellanza è rappresentato invece dal murale dedicato a Vladimir Putin (Figura 6), apparso a Belgrado in Serbia. L'opera, rimasta intatta solo per un giorno, ritraeva inizialmente un Putin da aspetto benevolo su uno sfondo che univa i tricolori russo e serbo. La scritta "БРАТ" ('brat' – 'fratello') rafforzava l'idea di una presunta comunanza identitaria pan-slava. Il giorno dopo, però, il murale è stato imbrattato con vernice rossa simile a sangue; sul volto di

Putin sono comparsi baffi staliniani e la scritta "убийца" ("ubijca' – 'omicida'). Nei giorni seguenti, la parola 'БРАТ' è stata modificata più volte: in 'РАТ' ('guerra' in serbo), poi nuovamente corretta in 'БРАТ', e infine trasformata ancora in 'РАТ', con l'aggiunta del simbolo Z sul volto di Putin. L'opera diventa così il terreno di un acceso confronto simbolico, oscillando tra le figure del "fratello", del "dittatore", del "guerrafondaio" e del "leader forte".

Figura 6. *Eksler (2022), https://exler.ru/blog/istoriya-odnogo-murala.htm*



Nel contesto slavo, inoltre, la parola "брат" ('fratello') richiama fortemente al celebre film *Брат* (1997), blockbuster russo che ha contribuito alla costruzione dell'immaginario post-sovietico. Il protagonista Danila incarna l'anti-eroe russo in opposizione all'Occidente decadente. Le suggestioni di questo film sono presenti anche nei discorsi di Putin[18], ne è esempio la frase «Dov'è la forza?», divenuta celebre proprio grazie al film, comparsa su un carro armato russo accanto alla lettera Z (Gladshtein, 2022).

[18] Putin (2022a) nel discorso della dichiarazione della guerra il 24 febbraio 2022 ha affermato «E noi tutti sappiamo che la vera forza sta nella giustizia e nella verità, che sono dalla nostra parte» (trad. ns.). Secondo Gladshtein (2022) si tratta di una parafrasi della domanda retorica "Dov'è la forza?" ("В чём сила?") e dalla risposta proferite dal protagonista del film.

L'evoluzione del murale – visibile nella Figura 6, che ne documenta lo stato originario e una delle trasformazioni – diventa così il luogo concreto di uno scontro tra narrazioni antagoniste: un vero e proprio campo di battaglia simbolico, inscritto direttamente sulla superficie del muro. Come osserva ironicamente Eksler (2022), commentando la sovrapposizione di interventi e contro-interventi: «Tutto sommato, nessun rispetto per la vera arte» (trad. ns.). Un'osservazione che mette in discussione l'idea di neutralità dell'opera e ne rivela, invece, la profonda carica ideologica.

3.5. *Invocazione della pace*

Il tema della pace percorre la street art come un filo invisibile ma costantemente presente, intrecciandosi spesso con altri temi come l'infanzia, la speranza e la resistenza. Le immagini che veicolano messaggi pacifisti – in forma esplicita o simbolica – si moltiplicano negli spazi urbani e digitali, offrendo una narrazione alternativa alla retorica bellica.

Slogan come «Stop War»[19], «Make Art Not War» o «Нет войне» ('Net voine' – 'No alla guerra') ricorrono con frequenza, talvolta declinati in forme ironiche o allusive per aggirare la censura. In Russia, dove l'opposizione alla guerra è perseguita, molti artisti hanno sviluppato strategie di guerriglia semiotica (Eco, 2012 [1973]), usando giochi di parole, segni minimi e ambiguità visive che sfuggono alla lettura letterale ma veicolano un messaggio critico potente[20].

Le opere sono spesso realizzate in fretta, in modo effimero. La censura ha portato alla diffusione di espressioni minime ma cariche di significato, come l'equazione «Z = svastica»[21], che associa la Z, il simbolo dell'invasione russa, a quello del nazismo. Lo slogan «Нет войне» ('Net voine' – 'No alla guerra') è vietato, e per eluderne la censura sono emerse varianti creative come «Нет хуйне»[22] ('Net huijne' – 'No all'idiozia') o scritte censurate con asterischi, come «Нет в****» o «*** *****»[23]. In un caso emblematico, una donna fermata per aver esposto la scritta «Нет в****», ha dichiarato che si riferiva alla "вобла" ('vobla' – un pesce essiccato)[24]. L'episodio è diventato un aneddoto virale che mette in luce l'efficacia performativa del linguaggio allusivo, ma anche il peso pragmatico di un atto che va oltre la sua forma. In questo contesto, anche l'assenza diventa presenza: fogli bianchi[25] portati dai manifestanti, parole cancellate vengono letti come atti di protesta. La cancellazione stessa diventa messaggio.

[19] https://www.berliner-kurier.de/berlin/stop-war-mit-graffiti-und-streetart-gegen-den-krieg-li.214377.

[20] Nel 2022, l'antropologa Alexandra Arkhipova ha invitato gli iscritti al proprio canale Telegram, "Antropologia (non) interessante" (trad. nostra) (tinyurl.com/2wm7vkuk), a segnalare esempi di street art contro la guerra russo-ucraina apparsi in diverse città della Russia. La raccolta ha dato origine a una mostra online, consultabile su nowobble.net, che documenta 471 interventi visivi provenienti da 48 centri urbani. Gli stessi organizzatori hanno adottato l'espressione "guerrieri semiotici" – con un esplicito riferimento a Umberto Eco – per indicare gli autori delle opere esposte.

[21] Anche l'opera dell'artista Cristina Donati Meyer, realizzata in Italia e visibile al seguente link, ruota attorno all'equiparazione tra i due simboli e, di conseguenza, tra le due ideologie che essi rappresentano. https://www.ansa.it/lombardia/notizie/2022/04/01/ucraina-street-art-a-milano-la-z-e-una-svastica_d41694ee-1562-4f06-a7e1-bb1bd472e6d2.html.

[22] L'immagine della panchina con la scritta in cui la Z è equiparata alla svastica, insieme ad altre scritte che esemplificano variazioni sullo slogan *No alla guerra*, è consultabile al seguente link: https://streetartutopia.com/2023/05/04/in-novosibirsk-russia/.

[23] https://x.com/bad_immigrant/status/1506357842722308103.

[24] https://spektr.press/news/2022/10/13/net-voble-zhitelnica-tyumeni-smogla-ubedit-sud-v-tom-chto-ne-diskreditirovala-armiyu/.

[25] https://x.com/OvdInfo/status/1497263016387117057.

Accanto a queste forme di resistenza, nate furtivamente e in fretta, la street art propone anche opere più complesse e simbolicamente stratificate. L'opera di Laika in cui sono proprio le canne dei carri a intrecciarsi, formando il simbolo della pace (Figura 7), evoca il tema della pace in una modalità aperta a molteplici interpretazioni.

Figura 7. *Laika (2022), https://www.periferiacapitale.org/crisi-russia-ucraina-nuova-opera-di-laika-per-la-pace/*



A livello rappresentazionale l'immagine mette in tensione elementi opposti: strumenti di morte che generano un segno di pace. I colori sembrano colare dai mezzi bellici, evocando sangue o linfa vitale. La colomba – tradizionale simbolo pacifista – lascia i propri escrementi sui carri, introducendo una nota ironica che destabilizza la retorica solenne tipica delle rappresentazioni pacifiste.

Dal punto di vista interattivo lo spettatore si trova di fronte a un paradosso: una pace costruita attraverso le armi. L'intreccio delle canne dei carri armati lo obbliga a confrontarsi con la fragilità e le contraddizioni insite nella convivenza tra diplomazia e violenza. Le deiezioni della colomba possono essere interpretate come segno della futilità di questo tipo di pace, oppure – in linea con la credenza popolare secondo cui chi viene "sporcato" dagli uccelli sarà resarcito dalla fortuna – come un messaggio di buon auspicio.

A proposito della colomba, molte opere affidano a questo simbolo universale il tema della pace, declinandolo in diverse sfumature: si va da rappresentazioni di colombe vendicative[26] a quelle che esprimono sfiducia nella possibilità della pace, come nei casi in cui la colomba appare morta, decapitata da Putin[27] o uccisa dall'inazione della NATO[28].

La street art pacifista, dunque, non si limita a lanciare messaggi concilianti: mette in discussione le retoriche ufficiali e costruisce uno spazio simbolico in cui la pace non è solo una meta futura, ma anche una pratica quotidiana di resistenza visiva.

[26] https://www.instagram.com/p/CiFKa1Tu-qV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==.
[27] https://streetartutopia.com/2022/03/23/the-troll-street-art-in-lyon-by-big-ben-on-putins-war-in-ukraine/.
[28] https://www.instagram.com/p/CaehA69Mll8/?igsh=MTl6Zm13NmI3Z2s0Zg==.

3.6. *Ironia e resistenza culturale*

In un contesto dominato da immagini drammatiche e solenni, l'ironia emerge come una strategia di resistenza potente e sorprendente. Nella street art legata al conflitto russo-ucraino l'ironia non ha solo una funzione alleggerente, ma agisce come meccanismo di disarmo simbolico: ridicolizzare il nemico significa privarlo di potere, sottrargli l'aura di temibilità.

Molte opere utilizzano la caricatura per smascherare e denunciare. Il volto di Vladimir Putin diventa oggetto di deformazioni visive. Lo si vede in pannolone[29], dietro le sbarre[30], impiccato con la bandiera ucraina[31] o inserito in contesti parodici. Le sue fattezze sono talvolta accostate a quelle di Hitler, dando vita a neologismi visivi e verbali come «Putler»[32] (Putin + Hitler) o «Putlerbusters»[33] – quest'ultimo richiamando il film *Ghostbusters*, ma con un chiaro intento di esorcizzare il potere autoritario.

Anche l'uso di insulti come "хуйло" ('hujlo') nella formula «Путин – хуйло!»[34] («Putin – hujlo!» – 'Putin è un bastardo') – espressione volgare di disprezzo in russo, il cui impiego è legato ai canti dei tifosi di calcio allo stadio – rientra in questa logica di linguaggio diretto e dissacrante. L'obiettivo non è la sola provocazione, bensì la decostruzione del potere attraverso la messa in ridicolo. L'insulto si trasforma in uno strumento di protesta contro le politiche di Putin e in un simbolo di resistenza all'aggressione russa.

L'ironia nella street art ha due funzioni: da un lato denuncia e mette in luce le contraddizioni del potere, dall'altro lo svuota di autorevolezza. È un processo di desacralizzazione, che si attua tramite immagini grottesche, giochi di parole, doppi sensi. Chi guarda è invitato non solo a ridere, ma anche a riflettere su quanto sia assurdo e grottesco l'apparato ideologico che sorregge la violenza.

L'ironia si configura così come una forma di dissenso altamente elaborata: una resistenza culturale che, invece di affrontare il potere frontalmente, lo aggira e lo svilisce, aprendo spazi alternativi di senso e consapevolezza, adoperando l'arte del sabotaggio e della guerriglia semiotica.

4. LETTURE, ESITI E PROSPETTIVE

4.1. *Interpretazioni e verifica delle ipotesi*

La street art nel contesto della guerra russo-ucraina si configura come un linguaggio multimediale potente, capace di veicolare narrazioni che si affiancano – e talvolta si contrappongono – ai discorsi ufficiali. Attraverso un'ampia gamma di registri espressivi – dal patriottico al polemico, dal tragico al satirico – essa mette in scena un campo di battaglia semiotico, dove si confrontano voci istituzionali e contro-narrazioni, producendo narrazioni stratificate nello spazio urbano e digitale.

Le opere analizzate non sono immagini isolate, ma parte di narrazioni collettive che modellano la percezione pubblica del conflitto e danno forma a memorie, traumi,

[29] https://old.reddit.com/r/ArtForUkraine/comments/t50mun/local_graffiti_artists_from_iasi_romania_are/.
[30] https://www.reddit.com/r/streetartutopia/comments/t0hp3k/street_art_of_putin_behind_bars_by_pappas_parlor/?rdt=56081.
[31] https://www.instagram.com/reel/C54EI9PMcXv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==.
[32] https://www.reddit.com/r/Damnthatsinteresting/comments/tczyt5/antiputin_graffiti_in_vienna_this_week/.
[33] https://x.com/Liveuamap/status/1499335406252437507.
[34] https://x.com/hooliganscz1999/status/1629517760869875712.

ideologie e speranze. Il muro urbano diventa così una superficie attiva di significazione, capace di accogliere tensioni, soggettività e posizionamenti politici.

L'analisi delle configurazioni narrative ricorrenti – patriottismo, vittime, eroi e resistenza, solidarietà, pace, ironia – conferma le ipotesi inizialmente formulate: la street art si comporta come una narrazione strutturata, popolata da ruoli attanziali dinamici e riconfigurabili, in grado di articolare complesse strategie di senso. L'approccio semiotico – in chiave visivo-multimodale e contestuale – si è dimostrato particolarmente efficace nel far emergere tali strutture e nell'interpretare il significato delle opere nei rispettivi ambienti socio-politici. Infine, è emersa con forza la figura del pubblico come co-autore del senso, la cui partecipazione si manifesta nella fruizione, nella condivisione e nella rielaborazione delle immagini.

4.2. *Prospettive di ricerca*

L'indagine apre percorsi di approfondimento che danno continuità alle ipotesi iniziali e ne favoriscono lo sviluppo in una ricerca ancora in corso. La conferma delle ipotesi di partenza non esaurisce infatti il campo di studio, ma ne evidenzia la vitalità e la necessità di ulteriori esplorazioni.

Un primo ambito da approfondire riguarda l'individuazione di ulteriori schemi narrativi soggiacenti alle opere, al di là di quelli già mappati, con particolare attenzione alle varianti culturali, locali e diasporiche che contribuiscono a diversificare i modelli di racconto del conflitto. Le categorie tematiche emerse – patriottismo, vittime, eroi e resistenza, solidarietà, pace, ironia – non costituiscono compartimenti stagni, ma configurazioni narrative in dialogo costante. In molte opere, i confini si sovrappongono e si contaminano: l'ironia convive con il lutto, la commemorazione si intreccia con la satira, la denuncia si fonde con la speranza. È proprio in questi incroci che si manifesta la ricchezza semantica e narrativa della street art. Analizzare sistematicamente queste intersezioni tematiche potrebbe consentire di mappare nuovi livelli di complessità narrativa e di comprendere meglio i meccanismi di ibridazione dei registri comunicativi.

È inoltre necessario analizzare in modo sistematico come il pubblico riceve le opere. Capire come vengono interpretate in contesti urbani e digitali, e quali letture emergono nei commenti online o nei media, aiuta a tracciare una mappa più precisa della costruzione del significato.

Un ulteriore filone di ricerca riguarda la censura, non solo come atto repressivo ma come pratica produttiva: ciò che viene oscurato, cancellato o trasformato può diventare a sua volta un generatore di significato. In questa prospettiva, l'assenza diventa presenza semiotica, e la rimozione dell'opera si configura come un atto comunicativo che lascia tracce visibili, reinterpretate dal pubblico. A ciò si collega la questione metodologica dell'ampliamento del corpus: molte opere non sono digitalmente reperibili o non vengono documentate nei circuiti ufficiali, e per questo è fondamentale costruire archivi più inclusivi, dinamici e situati, facendo ricerca sul campo.

Infine, è importante riflettere sull'ecologia digitale della street art contemporanea: piattaforme social, algoritmi e circuiti di visibilità e invisibilità non sono strumenti neutrali, ma attori che influenzano la trasformazione del significato e la fruizione delle opere. Studiare come le immagini circolano, si amplificano o vengono rimosse, significa interrogarsi sulle nuove condizioni di esistenza dell'opera nello spazio pubblico mediatizzato.

In sintesi, queste prospettive non solo estendono il campo d'indagine, ma riconoscono la natura mutevole dell'oggetto stesso: un'arte effimera, resistente e profondamente situata, la cui vitalità risiede nella continua rinegoziazione dei suoi significati e, nel farlo,

contribuisce a immaginare possibilità di senso e di futuro là dove la distruzione sembra aver annientato ogni orizzonte.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Экслер А. Eksler A. (2022), *Istorija odnogo murala История одного мурала (La storia di un murale)*: https://exler.ru/blog/istoriya-odnogo-murala.htm.

Barthes R. (1964), "Rhétorique de l'image", Communications, 4. (Trad. it. "Retorica dell'immagine", in *L'ovvio e l'ottuso. Saggi critici*, vol. III, Einaudi, Torino, 1985, pp. 22-41).

Eco U. (1990), *I limiti dell'interpretazione*, Bompiani, Milano.

Eco U. (2012 [1973]), *Il costume di casa. Evidenze e misteri dell'ideologia italiana*, Bompiani, Milano.

Foucault M. (1971), *L'Ordre du discours. Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre*, Gallimard, Paris. (Trad. it. *L'ordine del discorso. I meccanismi sociali di controllo e di esclusione della parola*, Einaudi, Torino, 1972).

Giglioli D. (2014), *Critica della vittima. Un esperimento con l'etica*, Nottetempo, Roma.

Gladshtein I. (2022), *How Russian cinema dehumanized Ukrainians and laid the ground for today's war crimes*, nel sito di Ukraine World: https://ukraineworld.org/articles/russian-aggression/russian-cinema-dehumanized-ukrainians.

Gottschall J. (2012), *The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human*, Houghton Mifflin Harcourt, Boston.

Greimas A. J. (1974), *Del senso. Saggi semiotici*, Bompiani, Milano.

Greimas A.J. (1969), *Semantica strutturale. Ricerche di metodo*, Rizzoli, Milano.

Gruppo μ (1992), *Traité du signe visuel*, Paris, Seuil. (Trad. it. *Trattato del segno visivo*, Bruno Mondadori, Milano, 2007).

Kress G., van Leeuwen T. (2006), *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, Routledge, London.

Lyotard J. F. (1983), *La condizione postmoderna: rapporto sul sapere*, Feltrinelli, Milano.

Мельникова Д. Mel'nikova D. (2022), V Peterburge osvobodili, zaderzhannyh za graffiti uchastnikov art-gruppy «Jav'» В Петербурге освободили, задержанных за граффити участников арт-группы «Явь» (A Pietroburgo sono stati rilasciati i membri del collettivo artistico «Явь» arrestati per i graffiti): https://daily.afisha.ru/news/66957-v-peterburge-zaderzhali-uchastnikov-art-gruppy-yav-izza-graffiti-goolag/.

Paris O. (2021), "Strategie di ridefinizione semantica della città. La street art e i segni di riscrittura urbana", in *Ocula*, 22, pp. 1-20: https://www.ocula.it/files/OCULA-FluxSaggi-PARIS-Strategie-di-ridefinizione-semantica-della-citta768-la-street.pdf.

Putin V. Путин В. (2022a), *Obraščenie Prezidenta Rossijskoj Federacii Обращение Президента Российской Федерации (Discorso del Presidente della Federazione Russa)*, nel sito di Prezident Rossii Президент России: http://kremlin.ru/events/president/news/67843.

Putin V. Путин В. (2022b), *Obraščenie Prezidenta Rossijskoj Federacii Обращение Президента Российской Федерации (Discorso del Presidente della Federazione Russa)*, nel sito di Prezident Rossii Президент России: http://www.kremlin.ru/events/president/news/67828.

Putin V. Путин В. (2021), *Stat'ja Vladimira Putina «Ob istoričeskom edinstve russkih i ukraincev» Статья Владимира Путина «Об историческом единстве русских и украинцев» (L'articolo*

di Vladimir Putin «Sull'unità storica di russi e ucraini»), nel sito di Prezident Rossii, Президент России (Presidente della Russia): http://kremlin.ru/events/president/news/66181.
Tolstoj L. N. Толстой Л. Н. (2014 [1878]), *Anna Karenina Анна Каренина*, DA!Media ДА!Медиа, Mosca: https://rusneb.ru/catalog/010000_000060_ART-456646aa-282f-42dd-973e-0d51304b5076/.

GLI INSULTI SESSISTI NELLO SPAZIO LINGUISTICO URBANO

Paolo Nitti[1]

1. INTRODUZIONE

Questo contributo si propone di analizzare il fenomeno degli insulti sessisti nello spazio linguistico pubblico, a partire da una prospettiva descrittiva e semantica. L'obiettivo è di mettere in luce le caratteristiche pragmatiche e discorsive delle ingiurie a sfondo sessista che compaiono nel paesaggio linguistico urbano, con particolare riferimento ai contesti delle città di Varese e Como. A questo proposito, attraverso l'analisi di un corpus di esempi concreti, raccolti sul territorio, e il confronto con la letteratura scientifica, si intende mostrare come l'insulto sessista agisca come dispositivo linguistico di esclusione e delegittimazione, contribuendo a rafforzare gli stereotipi di genere e a riprodurre forme di disuguaglianza simbolica. L'indagine proposta, pertanto, si articola lungo più livelli – semantico, morfosintattico, pragmatico e, in parte, grafico – con l'obiettivo di cogliere la complessità del messaggio insultante e la sua funzione nella costruzione di gerarchie all'interno dello spazio sociale. Il saggio si concentra, infine, sull'intreccio tra insulto e dinamiche intersezionali, evidenziando come le ingiurie colpiscano l'identità di genere, sovrapponendosi spesso a fattori etnici, politici o sessuali e confermando la natura sistemica e multilivello della violenza verbale nello spazio urbano.

Infine, sul piano terminologico, si chiarisce che in questo saggio le etichette "spazio linguistico", "linguistic landscape" e "paesaggio linguistico" sono utilizzate come sinonimi, in funzione del territorio e non intendendo in senso più ampio i repertori linguistici o l'insieme delle varietà (De Mauro, 2018).

2. LA RICERCA SULLO SPAZIO LINGUISTICO URBANO: LINEE STORICO-METODOLOGICHE

Lo spazio linguistico urbano è definibile come l'insieme dei segni linguistici che caratterizzano lo spazio pubblico di un territorio: «the language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration» (Landry, Bourhis, 1997: 25).

Inoltre, lo spazio linguistico urbano identifica una porzione consistente dell'esperienza «quotidiana di singoli e comunità e costituisce lo sfondo imprescindibile per ogni attività sociale» (Bellinzona, 2018: 62). Più nello specifico, lo spazio linguistico, essendo parte del contesto di vita degli individui, rappresenta un fattore identitario: «linguistic landscape, indeed, constitutes the very scene – made of streets, corners, circuses, parks, buildings – where society's public life take places. As such, this scene […] serve sas the emblems of societies, communities and regions» (Ben-Rafael *et al.*, 2006: 8).

Ripercorrendo alcune delle principali ricerche sullo spazio linguistico, emerge come i primi studi si siano concentrati verso la fine del Novecento, su premesse di carattere

[1] Università degli Studi dell'Insubria.

etnolinguistico (Cardona, 2006). In primo luogo, Rosenbaum, Nadel, Cooper e Fishman (1977) hanno analizzato Gerusalemme, evidenziando l'influenza delle politiche linguistiche ufficiali sulla visibilità delle lingue. Similmente, Tulp (1978) e Wenzel (1998) hanno indagato il caso di Bruxelles, mostrando come il francese dominasse lo spazio pubblico nonostante la co-ufficialità del neerlandese. Sempre indagando le politiche linguistiche e le relazioni di potere fra le comunità linguistiche dominanti e quelle dominate, Monnier (1989) ha esaminato l'impatto della "Bill 101" in Québec, che imponeva l'uso del francese nei cartelli commerciali, evidenziando il ruolo normativo di alcune politiche linguistiche. Tuttavia, è nel 1997, attraverso le considerazioni di Landry e Bourhis, che la ricerca sullo spazio linguistico ha trovato una piena definizione a livello di quadro epistemologico e metodologico, infatti, gli studiosi hanno fornito la prima definizione sistematica di paesaggio linguistico, collegandolo al concetto di vitalità etnolinguistica. Inoltre, l'indagine sullo spazio linguistico del Québec ha mostrato come la visibilità delle lingue nello spazio pubblico rifletta la forza percepita delle comunità linguistiche.

Più tardi, nel 2006, Gorter ha curato un volume che ha segnato la prima fase della ricerca sullo spazio linguistico, caratterizzata da un approccio quantitativo e distributivo, mentre Backhaus (2007) ha pubblicato la prima monografia sul tema, analizzando Tokyo e confermando l'utilità dell'approccio distributivo per valutare la vitalità e la creatività linguistica. Verso i primi anni del Duemila, in aggiunta a quanto detto, la ricerca sullo spazio linguistico risulta di interesse anche in Europa, dove, Cenoz e Gorter (2006), hanno mostrato come le politiche linguistiche influenzino la visibilità delle lingue minoritarie nei Paesi Baschi e in Frisia. In seguito, Hornsby (2008) ha osservato che il bretone in Bretagna è usato più per fini promozionali, ovvero per l'attrazione di turisti, piuttosto che come mezzo di comunicazione.

Sempre nei primi anni del Duemila emergono le prime specializzazioni delle ricerche sullo spazio linguistico, a livello di angolatura di studio. A questo proposito, Scollon e Scollon (2003), attraverso la teoria della geosemiotica, hanno sottolineato l'importanza del posizionamento sociale e culturale dei segni. A partire da queste premesse, Shohamy e Gorter (2009) hanno curato un volume che ha segnato un'apertura della ricerca sullo spazio linguistico urbano rispetto ad approcci qualitativi e semiotici.

L'indagine sulle relazioni di potere ha caratterizzato una buona parte delle ricerche successive, coinvolgendo le lingue minoritarie. Ad esempio, Salo (2012) ha evidenziato la tensione tra valorizzazione economica e marginalizzazione simbolica delle lingue minoritarie; Leeman e Modan (2009) hanno mostrato come la lingua cinese a Washington D.C. sia stata usata come simbolo commerciale piuttosto che come riflesso di una comunità viva, mentre, Barni e Bagna (2020) hanno osservato che a Roma la lingua cinese domina visivamente anche in assenza di una corrispondente presenza demografica.

Per quanto concerne le ricerche condotte in Africa, Kasanga (2010) ha analizzato, secondo una prospettiva sociolinguistica, la Repubblica Democratica del Congo, mostrando come il francese e l'inglese si dividano i ruoli comunicativi e simbolici nei cartelli, aderendo pienamente al concetto di diglossia (Berruto, 2003). In precedenza, Stroud e Mpendukana (2009) hanno collegato la mescolanza linguistica con la stratificazione socioeconomica in Sudafrica, concentrandosi sempre sulle dimensioni di potere.

In merito alla comprensenza e al contatto di lingue diverse, Gorter e Cenoz (2015) hanno introdotto il concetto di *translanguaging* nella ricerca sullo spazio linguistico, sostenendo che la mescolanza linguistica debba essere analizzata considerando le porzioni di territorio ridotte, a livello di quartiere. In aggiunta a quanto descritto, Otsuji e Pennycook (2010) ricorrendo al concetto di metrolinguismo, e Jørgensen et al. (2011) a quello di polilinguismo, hanno descritto l'uso fluido delle lingue nei contesti urbani.

In aggiunta agli studi precedentemente riportati, Pavlenko e Mullen (2015) hanno sottolineato l'importanza della dimensione diacronica per comprendere i cambiamenti linguistici nello spazio urbano, collegando la ricerca sullo spazio linguistico a quella di taglio diacronico.

Infine, sulla relazione fra lingua, memoria e costruzione dell'identità sociale, è opportuno citare l'indagine di Bilkič (2018), che si occupa di come in Bosnia-Erzegovina, dopo la guerra del 1992-1995, gli spazi urbani e semi-pubblici vengano segnati da graffiti che veicolando messaggi etnici, partigiani o intimidatori, hanno contribuito a costruire narrazioni locali vive nella memoria collettiva.

3. SPAZIO LINGUISTICO URBANO E INSULTI SESSISTI

Nonostante la ricerca sullo spazio linguistico urbano, da un lato, abbia faticato a trovare una collocazione all'interno delle scienze del linguaggio, dall'altro è innegabile il contributo che questo tipo di indagini offre sul rapporto fra i gruppi di parlanti e la dimensione linguistica, e sulle politiche linguistiche, toccando anche la dimensione delle relazioni di potere e delle rivendicazioni sociali e professionali (Baldi, 2022). A questo proposito, Galli de' Paratesi (1969: 13) considera alcune espressioni insultanti come uno strumento potenziale di liberazione e di sfogo. Tale considerazione è particolarmente evidente rispetto alla dimensione pubblica dello spazio linguistico.

Come emerge dalla breve rassegna dei principali studi sullo spazio linguistico, il settore di ricerca pare ben inserito all'interno del panorama accademico, delle scienze del linguaggio, offrendo dati sicuri e affidabili.

Bellinzona (2018: 298) nota che i dati ottenuti attraverso questa prospettiva metodologica risultano molto economici:

> dal momento della prima concettualizzazione […], sempre più studiosi si sono interessati allo studio del *linguistic landscape* in diverse aree del mondo. Ciò è dovuto alla grande validità ed economicità di tale approccio, vantaggi questi che hanno permesso un ampliamento della disciplina sia dal punto di vista di studi descrittivi, sia sul piano teorico, sebbene in questo senso vi sia ancora molto da fare per definire in maniera univoca metodologie e tassonomie di analisi.

L'osservazione dei segni linguistici nello spazio urbano è di grande utilità, in quanto fornisce un punto di vista privilegiato in merito alla coesistenza di comunità etnolinguistiche diverse e dei rapporti fra comunità dominanti e comunità dominate. A questo proposito, Baldi (2022) afferma che il discorso del potere tende a generare, perpetuare e fissare nel tempo e nello spazio le relazioni di potere. Più nello specifico, sul piano metalettico, una scritta su un muro di una via pubblica può essere identificabile come espressione del discorso di potere, con l'obiettivo di contrastare, di delegittimare o di legittimare le relazioni fra comunità, anche rivolgendosi a singoli individui. Lo spazio linguistico urbano consente, pertanto, di manifestare il dissenso o il dileggio e di sedimentare alcune idee o di sensibilizzare l'opinione pubblica (tra gli altri, cfr. Ritchie, Goodchild, Dohle, 2016). Questa considerazione ha portato Lippmann (2004[1922]: 19) ad affermare che di frequente «ciò che l'individuo fa si fonda non su una conoscenza diretta e certa, ma su immagini che egli si forma o che gli vengono date». Un'espressione scritta su un muro di una città, dunque, trasmette un contenuto, presentando una funzione espressiva e può influenzare chi legge, secondo modalità differenti. La funzione conativa che emerge dalle scritte sui muri, in effetti, coinvolge aspetti informativi e verdittivi, unendo di frequente elementi caratteristici della creatività linguistica.

In merito alla relazione fra lo spazio linguistico urbano e il comportamento linguistico degli individui, Bellinzona (2018: 298) nota come il primo spesso sia una precondizione del secondo:

> Il LL è parte della vita di singoli e comunità, in quanto costituisce lo sfondo di ogni attività sociale. La forte presenza di una lingua nel LL rende esplicito il suo valore all'interno della società ma, contemporaneamente, è la presenza stessa della lingua sui segni a farne aumentare il prestigio agli occhi dei passanti. Risulta evidente, perciò, la capacità del LL di influenzare direttamente il comportamento linguistico degli individui: l'assenza o la presenza di una lingua sui segni può condizionare la percezione e gli atteggiamenti della gente e influenzarne l'impiego nella società.

Per quanto concerne l'assetto normativo, le scritte sui muri costituiscono reato, disciplinato dall'articolo 639 del Codice Penale, la cui pena va dal pagamento di una sanzione alla reclusione, a seconda della fattispecie e della gravità. Il caso dei graffiti artistici è diverso e la regolamentazione è affidata agli enti locali, generando spesso confusione fra i due fenomeni, soprattutto nel caso in cui si ricorra a un graffito artistico per mascherare un'espressione che in precedenza riportava linguaggio d'odio.

In merito all'asse definitorio, il linguaggio d'odio «si riferisce a una costellazione di espressioni verbali, paraverbali, comportamentali e grafiche relative all'attacco di un bersaglio» (Nitti, 2025: 137). A questo proposito, Bianchi (2021: 4-5) nota come il linguaggio d'odio provochi danni nei confronti di gruppi sociali già oggetto di discriminazione, escludendoli dalla sfera pubblica, soprattutto sul piano decisionale e rappresentativo, e costituendo una minaccia ai valori democratici e alla coesione sociale.

Una scritta presente per un certo periodo di tempo in uno spazio pubblico è disponibile per chiunque più o meno consciamente sia in grado di leggerla, condizionandone l'atteggiamento, a livello di stimolo ambientale. Più nello specifico, D'Amerio (2007) rileva che l'ambiente urbano presenta un peso notevole rispetto al condizionamento culturale degli individui e dell'immaginario collettivo. Blommaert, al pari di quanto accade per altre istituzioni quali la scuola, l'esercito e l'amministrazione, sostiene che lo spazio linguistico urbano funzioni da espediente per perpetuare il «social reproduction system» (Blommaert, 1999: 10-11), consolidandone i ruoli e le relazioni di potere. La prova tangibile di questa tendenza è relativa ai regolamenti di cui molte amministrazioni comunali si sono dotati per rimuovere prontamente le scritte sui muri contenenti elementi denigratori e pratiche di linguaggio d'odio.

Sul piano accademico l'insulto ha assunto un interesse significativo, in Europa, a partire dagli anni Ottanta del secolo Novecento e la disciplina che se ne è occupata primariamente è la lessicografia (Sottile, 2021), come si evince dalla redazione di diversi *corpora* (tra gli altri Boggione, Casalegno, 1999; Casalegno, Goffi, 2005; Baker, 2014; 2006; Roncoroni, 2017). Nel corso degli anni Novanta e dei primi anni del Duemila, inoltre, la ricerca si è concentrata sui meccanismi di tabuizzazione e di interdizione (Capuano, 2007), attraverso indagini di taglio etnolinguistico, sociolinguistico e psicolinguistico. Più di recente, invece, si registrano ricerche di carattere descrittivo, psicolinguistico e socio-pragmatico, che si occupano della descrizione dell'insulto come atto linguistico e dei suoi diversi contesti interpretativi (Colín, 2007).

A livello definitorio, un insulto descrive «un comportamento direttamente volto a ledere l'immagine pubblica dell'insultato, per mezzo di un atto ostensivo come l'uso di espressioni dal valore insultante, e a cagionargli offesa, sia esso presente o assente, in assenza di un pubblico o dinnanzi a una o più persone» (Domaneschi, 2020: 47-48).

Più nello specifico,

> prototipicamente, un insulto è un'offesa intenzionale e grave, rivolta ad una persona o ad un gruppo a cui la persona appartiene ed è attuata tramite parole/espressioni ingiuriose, oppure con gesti/azioni oltraggiosi (come il segno delle corna, quello cosiddetto dell'ombrello o lo sputo) che possono accompagnare o sostituire l'espressione linguistica (Bazzanella, 2020: 13).

Nel caso delle scritte sui muri gli elementi accompagnatori possono essere rappresentazioni iconiche che caratterizzano il gesto oltraggioso.

Una categoria specifica di espressioni insultanti rientra nel più ampio linguaggio d'odio (Bianchi, 2021) e si riferisce al sessismo (Domaneschi, 2020). La definizione di sessismo linguistico (SL) non è un'operazione semplice, dal momento che prevede una dimensione intersezionale fra la linguistica e le altre discipline collocate negli studi di genere:

> il SL identifica la costellazione di espressioni che non valorizzano e che offendono, insultano e screditano un individuo in relazione al genere e al sesso […]. In molte occasioni le persone sono ignare di utilizzare espressioni sessiste, perché frutto di tradizioni consolidate nella storia e perpetuate nei modelli e nei rituali comunicativi. Più nello specifico, è opportuno constatare che il SL comprende un ventaglio ampio di pratiche verbali che includono le espressioni linguistiche, ma anche le strategie paraverbali, impiegate per zittire o denigrare il bersaglio, sulla base del genere o del sesso (Nitti, 2025: 239).

In sintesi, l'insulto sessista non essendo un semplice atto comunicativo aggressivo, ma un dispositivo linguistico complesso, agisce sul piano semantico, pragmatico e relazionale (Alfonzetti, 2020). La sua definizione sfugge a classificazioni univoche poiché può assumere forme diverse in relazione al contesto, ai partecipanti e agli scopi comunicativi. Infatti, può essere impiegato per umiliare, escludere, ridicolizzare o per segnalare l'appartenenza a un gruppo.

Il sessismo, pertanto, partendo da una concezione del mondo gerarchica e asimmetrica, presuppone una stigmatizzazione linguistica funzionale a una concezione della realtà socioculturale stereotipata, sedimentata e impermeabile rispetto ai cambiamenti sociali e alle rivendicazioni di genere (Fusco, 2024).

Sabatini (1987) individua diverse forme di sessismo riferite alla lingua, in relazione alle strutture disponibili in una lingua, alle possibilità di scelta da parte degli individui e all'immaginario collettivo. Le soluzioni espressive non sono mai neutre, ma riflettono, di frequente in modo del tutto inconsapevole, i valori e i pregiudizi degli individui e delle loro culture (Giusti, Iannaccaro, 2020).

L'insulto sessista si distingue per la sua funzione di controllo simbolico e sociale del corpo e delle identità non conformi alla tradizione e al binarismo (Baldi, 2023). In effetti, un insulto sessista attribuisce valore negativo a tratti generalmente riferiti alla sessualità delle donne o all'omosessualità, spesso associati a debolezza, agli eccessi emotivi, soprattutto ai cambiamenti di umore e all'isteria, o alla disponibilità sessuale (Biavaschi, Bozzato, Nitti, 2020). Come sottolinea Domaneschi (2020), le espressioni insultanti soddisfano bisogni espressivi e relazionali, ma anche gerarchici, configurando veri e propri dispositivi di potere.

In merito alla presenza di insulti nello spazio linguistico, è possibile osservare come spesso siano veicolati attraverso olofrasi (*troia*, *puttana*, *cagna*) che condensano giudizi morali e stereotipi di genere. Tali espressioni funzionano come marcatori di alterità e strumenti di inferiorizzazione o di ridicolizzazione di un bersaglio. Più nello specifico, la forza perlocutoria dell'insulto è legata al suo potere di assegnare identità stigmatizzanti,

agendo sulla "faccia" dell'interlocutore (Goffman, 1967) e costruendo gerarchie simboliche all'interno della sfera pubblica. Lo spazio linguistico, a questo proposito, funziona come amplificatore per il consolidamento delle gerarchie o assume una funzione contraria, veicolando forme di protesta.

Inoltre, nello spazio pubblico urbano l'insulto sessista, scritto su un muro, agisce come forma di delegittimazione e intimidazione, soprattutto quando indirizzato verso figure femminili che rivestono ruoli di visibilità o potere (es. "Merkel TROIA Culona INKIAVABILE"). In questi casi, l'insulto non è solo personale, ma ricopre un ruolo simbolico e propagandistico, perché colpisce la donna in quanto tale, disattendendo il ruolo politico-istituzionale, dileggiandone tratti fisici ed estetici e spostando l'attenzione sull'assenza di moralità e di desiderabilità.

In linea di principio, l'attestazione di insulti sessisti nella dimensione pubblica, tanto all'interno dei mezzi di comunicazione di massa quanto nello spazio linguistico urbano, è in stretta relazione con l'aumento della violenza e dell'aggressività (Cavagnoli, Dragotto, 2021). Questo aspetto risulta ben documentato nella letteratura scientifica psicosociale (tra gli altri Bolívar, 2002; Bednarek, 2006; Lillian, 2007; Banks, 2010; Azzalini, 2016; Azzalini, Padovani, 2016). Invece, risulta meno documentata la classificazione degli insulti presenti nello spazio linguistico urbano, in riferimento ai meccanismi di potere e ai rapporti fra la comunità dominante e le microcomunità (Nitti, 2021).

Un altro aspetto poco documentato riguarda le caratteristiche degli insulti rivolti a individui LGBTQIA+, nonostante ci siano alcuni riferimenti di carattere internazionale (tra gli altri cfr. Burn, 2000; Pascoe, 2005; Worthen, 2024), per lo più basati sulla lingua inglese. Questi contributi riportano, come accade per il più ampio linguaggio d'odio di natura sessista, che ci si scaglia contro individui LGBTQIA+ mediante l'uso di etichette denigratorie che hanno un forte potenziale performativo, catalogando il soggetto in modo indesiderato e contribuendo a deumanizzarlo, con il proposito di stabilire gerarchie sociali precise. A questo proposito gli studi menzionati in precedenza rilevano che le forme discorsive spesso si basano su argomenti come la medicalizzazione o la biologizzazione, definendo le identità non binarie come devianti rispetto alla natura. Un tratto ricorrente è l'assimilazione dell'omosessualità alla pedofilia o l'alimentazione della convinzione di una "ideologia *gender*" o di un complotto ordito da una "*lobby* gay", facendo ricorso a espressioni aggressive e violente, giustificate tramite la fede religiosa e la citazione di riferimenti biblici, per legittimare la discriminazione (Nitti, 2025).

4. L'ANALISI DEI DATI

Sulla base delle premesse e dei quadri teorici illustrati nel paragrafo precedente, si è deciso di analizzare i tipi di insulti sessisti presenti nello spazio linguistico urbano e il loro ruolo, a seconda di una classificazione di tipo strutturale (Alfonzetti, 2017; Bazzanella, 2020; Domaneschi, 2020; Palermo, 2020; Nitti, 2021) e semantica (Andersson, Trudgill, 1990; Guimarães, 2003; Palermo, 2020; Nitti, 2021).

L'indagine è circoscritta ai territori delle province amministrative di Varese e Como, prendendo in esame i quartieri centrali dei capoluoghi e dei comuni che fanno parte delle province. Inoltre, per la raccolta dei dati sono stati coinvolti gli studenti e le studentesse del corso di laura triennale in Scienze della Comunicazione e del corso di laurea magistrale in Scienze e Tecniche della Comunicazione, organizzati dal Dipartimento di Scienze Umane e dell'Innovazione del Territorio, dell'Università degli Studi dell'Insubria. Gli studenti e le studentesse, che hanno frequentato gli insegnamenti di Psicolinguistica e di Linguistica cognitiva, sono stati formati rispetto all'identificazione e alle modalità di registrazione fotografica delle stringhe linguistiche. Il lavoro di reperimento delle fonti è

stato utilizzato ai fini didattici rispetto al trattamento, all'etichettamento e all'archiviazione dei dati linguistici. Più in particolare, sono state considerate valide ai fini della ricerca le scritte sui muri, sui portoni e sulle vetrate delle strade urbane, raccolte nel triennio 2021-2024, scegliendo di scartare altri messaggi, come i volantini o gli adesivi affissi sui pali della luce, le scritte sui manifesti elettorali o sulle pubblicità stampate e le scritte presenti negli spazi privati, come corti, cortili o ingressi, anche se visibili o parzialmente visibili dalle strade pubbliche.

Le scritte sono state fotografate, archiviate digitalmente e successivamente analizzate e trascritte all'interno di un corpus contenente la stringa, il luogo e la data dello scatto, con una sezione di annotazione di particolari o elementi di accompagnamento, come i disegni, gli eventuali caratteri corrotti, ecc., con l'obiettivo di definire in modo più dettagliato possibile il segno. Il processo di trascrizione è stato eseguito manualmente dall'autore del saggio, senza l'utilizzo di software e considerando anche l'oscillazione maiuscola/minuscola e gli eventuali segni di interpunzione.

Dal corpus sono state espunte tutte le stringhe che non contenevano insulti sessisti (es. "FASCI SUBUMANI", "MERDITALIA EBREA", "LEGA MERDA", ecc.), anche se contenenti turpiloquio ed espressioni ingiuriose, dal momento che questa parte della ricerca è stata circostanziata solamente sull'insulto sessista.

Su 587 stringhe sono state scartate 87 espressioni non riportanti insulti e 256 stringhe che non contenevano insulti sessisti, giungendo a un campione di 244 scritte sui muri.

Il campione è stato analizzato sulla base di una tassonomia strutturale, considerando differenti elementi (tra gli altri, cfr. Alfonzetti, 2017; Bazzanella, 2020; Domaneschi, 2020; Nitti, 2021), indicati nella tabella seguente e trascritti riportando fedelmente l'originale.

Tabella 1. *Classificazione strutturale degli insulti sessisti nello spazio linguistico urbano*

Struttura	**Esempio**	**Nr occorrenze 244**
N + Cop + Marca dispregiativa	ALE È GAY	3
N + Marca dispregiativa	MARGHERITA TROIA	165
N + Art + Marca dispregiativa	Jose il fROCIO	9
Imperativo alla II ps	SUCA	6
Imperativo alla II pp	CIUCCIATEMI IL CAZZO PUTTANE	17
Paremie, polirematiche e idiomatismi	SBIRRi TesTe Di cazzo	1
Alterati con suffissazione	MARCHETTONA	36
Alterati con prefissazione	UltrALesBiAN	1
Composizione	I PrOF SONO FROCIOCULI	1
Prestiti	SUCK	5

La Tabella 1 mostra alcuni dati significativi in merito alla produttività dell'insulto di carattere sessista. Un primo elemento che emerge in misura significativa riguarda la preferenza assoluta per i sintagmi nominali rispetto a quelli verbali e, in particolare, l'omissione della copula per qualificare il bersaglio. La struttura N+Agg è preferita a N+Cop+Agg, poiché il messaggio scritto sul muro tende a essere breve e il verbo essere non è dotato di valore semantico, attribuendo al soggetto il nome del predicato

Figura 1. *Struttura N+Marca dispregiativa*



Meno frequentemente la marca dispregiativa è preceduta da un articolo definito o indefinito. A questo proposito, Domaneschi (2020) sostiene che la presenza o l'assenza di un articolo può innescare una connotazione dispregiativa, come accade nell'esempio "Ippolito è puttaniere" vs. "Ippolito è un puttaniere", laddove nel primo caso si parlerebbe di una caratteristica di Ippolito, mentre nel secondo dell'adesione di Ippolito a uno stereotipo. L'articolo determinativo, invece, si riferisce a qualcosa di noto o che si dà per noto all'interlocutore. La funzione enfatica, quando l'articolo determinativo è unito a un aggettivo, agisce in concomitanza con la funzione dimostrativa (Serianni, 2016: 168).

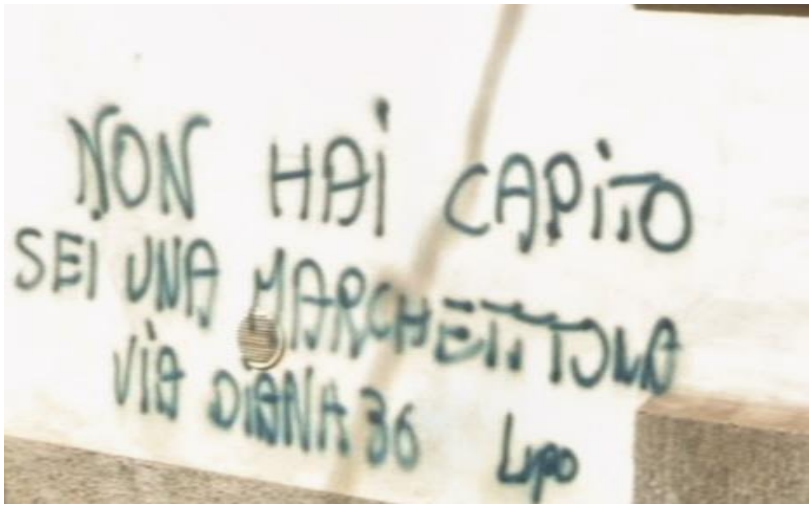
Figura 2. *Struttura N+Art+Marca dispregiativa*



Un altro dato interessante in merito alla produttività morfologica e alla creatività linguistica riguarda la presenza di elementi suffissati, generalmente attraverso alterazione per mezzo di accrescitivi o dispregiativi (14% delle occorrenze totali). L'alterazione consente di enfatizzare l'elemento insultante ("ELENA TROIONA") o di insultare direttamente il bersaglio colpendone il nome anche in riferimento al *bodyshaming* ("MANUELONA PUTTANA"). È da rilevare che in molti casi (43% delle forme

alterate), il suffisso presenta eteroclisi poiché viene flesso al maschile, pur presentando una forma regolare al femminile o viceversa, es. "VACCONE", "TROIONE", "PUTTANONE", "FROCIONA".

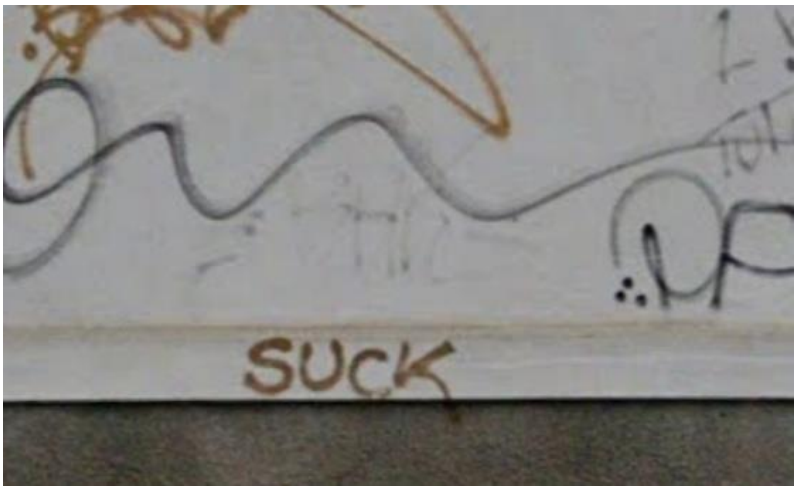
Figura 3. *Alterazione*



Al contrario di quanto accade con la suffissazione, gli alterati con prefissazione e i composti trovano scarsa applicazione rispetto alle forme registrate.

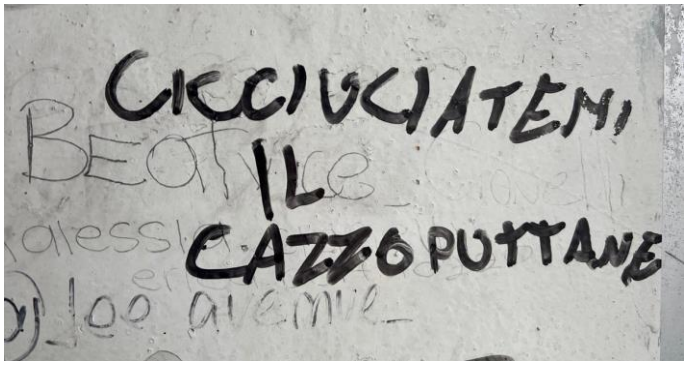
Per quanto concerne i prestiti, le stringhe analizzate sono 5 e contengono verbi e nomi derivanti dall'inglese, talvolta con imprecisioni nella grafia ("SEi uNA bicht"). I prestiti compaiono generalmente da soli, salvo un caso di *code-merging* (struttura in italiano con parte del nome del predicato in inglese).

Figura 4. *Prestiti*



Se l'apporto più consistente in merito agli insulti sessisti è garantito dalle espressioni nominali, le poche stringhe riportanti verbi (26/244) risultano coniugate all'imperativo e, più di frequente, con una seconda persona plurale, rivolgendosi alla massa.

Figura 5. *Imperativi*



Generalmente questi imperativi sono tutti connessi con la sfera sessuale (*ciucciate*, *fottete*, *trombate*, *suca*, *sucate*, ecc.) e con un'asimmetria di fondo dei ruoli, che riflette pratiche di dominio. Frequentemente all'imperativo è associato un elemento di carattere vocativo, sempre di carattere insultante, es. "CIUCCIA TROIA". Le regole sintattiche e ortografiche sono disattese frequentemente (5 violazioni su 26 forme attestate) e riguardano l'omissione dei segni di punteggiatura e la presenza di refusi (Figura 5).

Un dato significativo proveniente dall'analisi delle stringhe riguarda la presenza di insulti sessisti rivolti a personaggi della sfera politica.

Gli insulti sessisti di questo tipo sono pari al 23% del campione e il dato è sicuramente interessante per quanto concerne la funzione di lotta socio-politica delle espressioni insultanti, inserite nello spazio linguistico urbano.

Più in particolare, le funzioni di un messaggio presente nello spazio linguistico (tra gli altri, cfr. Bellinzona, 2021; Landry, Bourhis, 1997) sono tre: informativa, simbolica e mista. La prima funzione, in merito agli insulti, fa riferimento al contenuto informativo dell'elemento insultante, mentre la seconda considera il trasferimento di valori, specialmente quando questi ultimi risultano condivisi. La funzione mista, invece, si riferisce ad atti di rivendicazione o di lotta nei confronti delle autorità e al suo interno può confluire una funzione propagandistica, quando alla lotta si associa un elemento ritenuto positivo o salvifico (es. "MELONI TROIA VOTA ELLY").

Analizzando il *corpus* secondo un criterio semantico (Guimarães, 2003; Nitti, 2021), attraverso l'utilizzo di *evaluative words* (Andersson, Trudgill 1990), si nota come l'attenzione degli elementi insultanti di tipo sessista riguardi essenzialmente l'espressione di odio verso le donne (56%) e verso la comunità LGBTQIA+ (41%), soprattutto in riferimento all'omofobia e alla transfobia. In entrambi i casi, gli insulti riguardano essenzialmente le condizioni della presunta scarsa moralità o dell'anomia (Guimarães, 2003), entrambi elementi significativi in relazione al ruolo della tradizione.

Capita abbastanza di frequente (14% delle occorrenze) che le stringhe riportino elementi insultanti riferiti al sessismo e rivolti contemporaneamente contro altre minoranze (es. "GIO PUTTANA NEGRA", "ALE CAGNA EBREA"). La questione è ben attestata nella letteratura scientifica che prende in esame il linguaggio d'odio (Bianchi, 2021) ed è definita, a seconda delle angolature della ricerca, come odio intergruppale (Bilewicz, Soral, 2020) od odio intersezionale (Ghanea, 2013). Si tratta di accostare all'elemento insultante altri elementi che vadano ad attaccare bersagli differenti, identificando anche come tratti insultanti le caratteristiche stesse del bersaglio (es. "ebreo"). Così, per colpire un individuo, si utilizza un insulto e lo si accosta ad altri elementi insultanti o al semplice nome della minoranza che si vuole coinvolgere come bersaglio.

5. Conclusioni

L'analisi condotta sugli insulti sessisti nello spazio linguistico urbano delle province di Varese e Como mette in luce, da un lato, le caratteristiche delle espressioni linguistiche e, dall'altro, la pervasività e la funzione ideologica di tali manifestazioni linguistiche all'interno dello spazio pubblico. Come si è visto, benché spesso relegati a fenomeni marginali, i messaggi ingiuriosi che appaiono sui muri delle città costituiscono indicatori significativi dell'immaginario collettivo, della cultura dominante e delle dinamiche di potere che attraversano la società contemporanea. Le scritte raccolte, etichettate e analizzate non si limitano a offendere un singolo individuo, ma lo fanno colpendo spesso soggetti in quanto rappresentanti di un genere o di una minoranza, rinvigorendo le gerarchie simboliche e radicando gli stereotipi. La predominanza di espressioni sessiste e omofobe conferma quanto gli insulti sessisti nello spazio urbano riflettano ancora oggi una concezione patriarcale, binaria e stigmatizzante dell'identità, soprattutto quando l'insulto colpisce elementi legati alla sessualità, al corpo o alla moralità delle donne e delle persone LGBTQIA+.

Dal punto di vista morfosintattico, emerge la forte produttività delle strutture nominali e delle forme alterate con suffissi accrescitivi con funzione dispregiativa, oltre alla ricorrenza dell'imperativo come mezzo per veicolare l'imposizione verbale e il dominio. Lo spazio linguistico urbano, in questo senso, agisce come amplificatore del messaggio e come terreno di sedimentazione delle relazioni di potere, poiché legittima, rafforza e rende visibile una rappresentazione sedimentata e impermeabile della realtà sociale e dei ruoli di genere.

Risulta particolarmente rilevante l'aspetto intersezionale di numerosi esempi, dove l'insulto sessista si unisce ad altri marcatori d'odio, diretti verso minoranze etniche, religiose o politiche. In questi casi, il bersaglio viene colpito non solo come individuo, ma in quanto unità foriera di tratti identitari stigmatizzati veri o presunti. Il fenomeno dell'"'odio intersezionale" evidenzia la necessità di un'analisi che vada oltre la semplice classificazione linguistica per includere dimensioni sociali, storiche e culturali. A questo proposito, risulta indifferibile che le scienze del linguaggio e, più in generale, le scienze sociali si confrontino in maniera sistematica con le forme linguistiche della violenza e della discriminazione, anche nei contesti informali e apparentemente marginali. Nonostante i limiti di questa ricerca, che sono riferiti da un lato alla vastità del campo di indagine, secondo una prospettiva intersezionale, e, dall'altro, al contesto della ricerca, circostanziato nelle province di Varese e di Como, l'analisi dello spazio linguistico urbano ha permesso di ricavare dati utili per analizzare il linguaggio d'odio. A partire da queste considerazioni, si auspica anche che la formazione di taglio linguistico, rivolta a insegnanti, educatori e professionisti della parola, sia aperta verso una riflessione critica sulla funzione sociale delle parole, anche attraverso la valutazione di proposte concrete che fanno parte dello spazio linguistico nel quale si vive, costituendo un primo passo verso una collettività più rispettosa della pluralità.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Alfonzetti G. (2017), *Questioni di (s)cortesia: Complimenti e insulti*, Edizioni Sinestesie, Avellino.

Alfonzetti G. (2020), "Fuck Prof Ke lezione di merda. Insultare sui muri dell'università", in *Quaderns d'Italià*, 25, pp. 103-134.

Andersson L. G., Trudgill P. (1990), *Bad language*, Basil Blackwell, Oxford.

Azzalini M. (2016), "Discriminazioni di genere nell'informazione. Una sfida ancora aperta", in *Aggiornamenti sociali*, 67, 8-9, pp. 580-590.

Azzalini M., Padovani C. (2016), "L'informazione e le sfide dell'eguaglianza di genere", in *Global Media Monitoring Project 2015*, 65, 2, pp. 276-284.

Backhaus P. (2007), *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Clevedon (UK).

Baker P. (2014), *Using corpora to analyse gender*, Bloomsbury, London.

Baldi B. (2023), *Le parole del sessismo*, Franco Cesati Editore, Firenze.

Baldi B. (2022), "Parole violente, discriminazione di genere e inclusività nel linguaggio", in *Quaderni di Linguistica e Studi Orientali. Working Papers in Linguistics and Oriental Studies*, 8, pp. 71-96.

Banks J. (2010), "Regulating hate speech online", in *International Review of Law, Computers & Technology*, 24, 3, pp. 233-239.

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.

Bazzanella C. (2020), "Insulti e pragmatica: complessità, contesto, intensità", in *Quaderns d'Italià*, XXV, pp. 11-26.

Bednarek M. (2006), *Evaluation in media discourse: analysis of a newspaper corpus*, Continuum, New York.

Bellinzona M. (2021), *Linguistic landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.

Bellinzona M. (2018), "Linguistic landscape e contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune scuole italiane", in *Lingue Linguaggi*, 25, pp. 297-321.

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*, Clevedon, Multilingual Matters, pp. 7-30.

Berruto G. (2003), *Fondamenti di sociolinguistica*, Laterza, Roma-Bari.

Bianchi C. (2021), *Hate Speech. Il lato oscuro del linguaggio*, Laterza, Roma-Bari.

Biavaschi P., Bozzato P., Nitti P. (a cura di) (2020), *Infirmitas sexus. Ricerche sugli stereotipi di genere in prospettiva multidisciplinare*, Mimesis Edizioni, Milano-Udine.

Bilewicz M., Soral W. (2020), "Hate speech epidemic. the dynamic effects of derogatory language on intergroup relations and political radicalization", in *Political Psychology*, 41, pp. 3-33.

Bilkič M. (2018), "Emplacing hate: Turbulent graffscapes and linguistic violence in post-war Bosnia-Herzegovina", in *Linguistic Landscape*, 4, 1, pp. 1-28.

Blommaert J. (1999), "Language, asylum, and the national order", in *Current Anthropology*, 50, 4, pp. 415-441.

Boggione V., Casalegno G. (1999), *Dizionario storico del lessico erotico*, TEA, Milano.

Bolívar A. (2002), "Violencia verbal, violencia física y polarización a través de los medios", in Molero de Cabeza L., Franco A.(eds.), *El discurso político en las ciencias humanas y sociales*, Fonacit ,Caracas, pp. 125-136.

Burn S. M. (2000), "Heterosexuals' use of 'fag' and 'queer' to deride one another: A contributor to heterosexism and stigma", in *Journal of Homosexuality*, 40, 2, pp. 1-11.
Capuano R. (2007), *Turpia: sociologia del turpiloquio e della bestemmia*, Costa & Nolan, Milano.
Cardona G. R. (2006), *Introduzione all'etnolinguistica*, UTET, Torino.
Casalegno G., Goffi G. (2005), *Brutti, fessi e cattivi. Lessico della maldicenza italiana*, UTET, Torino.
Cavagnoli S., Dragotto F. (2021), *Sessismo*, Mondadori, Milano.
Cenoz J., Gorter D. (2008), "The linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition", in *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 46, pp. 257-276.
Cenoz J., Gorter D. (2007), "Knowledge about language and linguistic landscape", in Cenoz J., Hornberger N. (eds.), *Encyclopedia of language and education*, Springer, New York, pp. 343-355.
Cenoz J., Gorter D. (2006), "Linguistic landscape and minority languages", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 67-80.
Colín M. (2007), "El insulto: un fenómeno pragmático de base semántica", in *Lingüística Mexicana*, 4, 1, pp. 51-72.
Coluzzi P. (2009), "The Italian linguistic landscape: The cases of Milan and Udine", in *International Journal of Multilingualism*, 6, 3, pp. 298-312.
D'Amerio P. (2007), *Fondamenti di psicologia sociale*, il Mulino, Bologna.
De Mauro T. (2018), *L'educazione linguistica democratica*, Laterza, Roma-Bari.
Domaneschi F. (2020), *Insultare gli altri*, Einaudi, Torino.
Fairclough N. (2010), *Critical discourse analysis: the critical study of language*, Routledge, London-New York.
Fusco F., (2024), *Lingua e genere*, Carocci, Roma.
Galli de' Paratesi N. (1969), *Le brutte parole*, Mondadori, Milano.
Ghanea N. (2013), "Intersectionality and the spectrum of racist hate speech: Proposals to the UN Committee on the elimination of racial discrimination", in *Human Rights Quarterly*, 34, 4, pp. 935-954.
Giusti G., Iannàccaro G. (a cura di) (2020), *Gender, language and hate speech: A multidisciplinary approach*, Edizioni Ca' Foscari, Venezia.
Goffman E., (1967), *Interactional ritual. Essays on the face-to-face behavior*, Doubleday, New York.
Gorter D. (2006), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon-Buffalo.
Gorter D., Cenoz. J. (2015), "Translanguaging and Linguistic Landscapes", in *Linguistic Landscape: An International Journal*, 1, 1-2, pp. 54-74.
Guimarães A.S. (2003), "Racial insult in Brazil", in *Discourse & Society*, 14, 2, pp. 133-151.
Hornsby M. (2008), "The incongruence of the Breton linguistic landscape for young speakers of Breton" in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 29, 2, pp. 127-138.
Jørgensen J. N., Karrebæk M. S., Madsen L. M., Møller J. S. (2011), "Polylanguaging in superdiversity", in *Diversities*, 13, 2, pp. 23-37.
Kasanga L. A. (2010), "Streetwise English and French advertising in multilingual DR Congo: Symbolism, modernity, and cosmopolitan identity", in *International Journal of the Sociology of Language*, 206, pp. 181-205.
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.
Leeman J., Modan G. (2009), "Commodified language in Chinatown: A contextualized approach to linguistic landscape", in *Journal of Sociolinguistics*, 13, pp. 332-362.

Lillian D. L. (2007), "A thorn by any other name: Sexist discourse as hate speech", in *Discourse & Society: An International Journal for the Study of Discourse and Communication in Their Social, Political and Cultural Contexts*, 18, 6, pp. 719-740.
Lippmann, W. (2004 [1922]), *L'opinione pubblica*, Donzelli, Roma.
Monnier D. (1989), *Langue d'accueil et langue de service dans les commerces à, Conseil supérieur de la langue française*, Montréal, Québec.
Nitti P. (a cura di) (2025), *Vocabolario di studi di genere*, Franco Cesati Editore, Firenze.
Nitti P. (2022), *Linguistica popolare e ideologia linguistica*, AlboVersorio, Milano.
Nitti P. (2021), *L'insulto. La lingua dello scherzo, la lingua dell'odio*, Franco Cesati Editore, Firenze.
Otsuji E., Pennycook A. (2010), "Metrolingualism: Fixity, fluidity and language in flux", in *International Journal of Multilingualism*, 7, 3, pp. 240-254.
Palermo M. (2020), "L'insulto ai tempi dei social media: costanti e innovazioni", in *Lingue e Culture dei Media*, 4, pp. 1-15.
Pascoe C. J. (2005), "'Dude, you're a fag': Adolescent masculinity and the fag discourse", in *Sexualities*, 8, 3, pp. 329-46.
Ritchie S., Goodchild S., Dohle E. (2016), "Language landscape: supporting community-led language documentation", in Ferreira V., Bouda P. (eds.), *Language documentation and conservation, SPO9: Language documentation and conservation in Europe*, University of Hawai'i Press, Honolulu, pp. 121-132.
Roncoroni F. (2017), *Ingiurie & insulti*, Mondadori, Milano.
Rosenbaum Y., Nadel E., Cooper R. L., Fishman J. A. (1977), "English on Keren Kayemet Street", in Fishman J. A., Cooper R. L., Conrad A. W (eds.), *The spread of English*, Newbury House, Rowley (MA), pp. 179-196.
Sabatini A., (1987), *Il sessismo nella lingua italiana*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Roma.
Salo H. (2012), "Using linguistic landscape to examine the visibility of Sámi languages in the North Calotte", in Gorter D., Marten H. F., Van Mensel L. (eds.), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave-Macmillan, Basingstoke (UK), pp. 243-259.
Scollon R., Scollon S. (2003), *Discourses in place: Language in the material world*, Routledge, London-New York.
Serianni L. (2016), *Grammatica italiana. Italiano comune e lingua letteraria*, UTET, Torino.
Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, London-New York.
Sottile R. (2021), *Suca. Storia e usi di una parola*, Navarra, Palermo.
Stroud C., Mpendukana S. (2009), "Towards a material ethnography of linguistic landscape: Multilingualism, mobility and space in a South African township", in *Journal of Sociolinguistics*, 13, pp. 363-386.
Tulp S. M. (1978), "Reklame en tweetaligheid: Een onderzoek naar de geografische verspreiding van franstalige en nederlandstalige affiches in Brussel", in *Taal En Sociale Inegratie*, 1, pp. 261-288.
Worthen M. G. F. (2024), *Interrogating the use of LGBTQ slurs. Still smearing the queer?*, Routledge, London-New York.

EDUCAZIONE E DIDATTICA: IL LL COME NUOVO ATTORE

DALLA CITIZEN SCIENCE ALLA DIDATTICA DELLA (SOCIO)LINGUISTICA: IL LINGUISTIC LANDSCAPE COME RISORSA PER LA DIDATTICA UNIVERSITARIA DI PRIMO LIVELLO

Elisa Corino, Eugenio Goria, Daniela Mereu[1]

1. INTRODUZIONE

Il Linguistic Landscape (LL) è ormai riconosciuto come un ambito di ricerca consolidato, la cui nascita si fa tradizionalmenterisalire al lavoro pionieristico di Landry e Bourhis (1997). Da allora, lo studio delle tracce linguistiche nello spazio pubblico ha conosciuto un'evoluzione significativa, differenziandosi in approcci, obiettivi e contesti di applicazione. Negli ultimi decenni, infatti, il LL si è affermato come uno dei settori più dinamici della sociolinguistica e della linguistica applicata, con un incremento costante di indagini volte a esplorare la presenza e la visibilità delle lingue negli spazi urbani (Gorter, Cenoz, 2024).

In un'ottica sociolinguistica, i testi esposti al pubblico rappresentano una fonte preziosa di informazioni sui diversi gruppi linguistici che formano il tessuto urbano di una città, così come sulla configurazione assunta dai diversi codici all'interno del repertorio linguistico di una determinata comunità (Spolsky, 2009; Blommaert, 2013). Benché non esista una correlazione diretta tra la visibilità delle lingue nei contesti pubblici e la loro vitalità linguistica, come suggerito dalle prime ricerche (Landry, Bourhis, 1997; cfr. al riguardo Gorter, 2006), il paesaggio linguistico può considerarsi rivelatore sia della presenza che del valore simbolico di determinati codici all'interno della comunità (Gorter, Marten, Van Mensel, 2012), sia delle azioni di pianificazione linguistica intraprese in favore di una lingua o di un'altra. In Italia, questi studi si sono concentrati prevalentemente sui grandi centri urbani con l'obiettivo di comprendere come i diversi codici in uso nelle comunità multilingui urbane si manifestino nel LL (per una rassegna, vd. Bellinzona, 2021).

In questa prospettiva, il contesto urbano torinese è stato oggetto di attenzione in Fiorentini e Forlano (2024), una ricerca basata su un'attività svolta da un gruppo di studenti dell'insegnamento di Sociolinguistica dell'Università di Pavia. L'indagine, che ha condotto a una mappatura delle manifestazioni del paesaggio linguistico di quattro quartieri della città, ha evidenziato la diffusione dell'inglese, la presenza delle lingue delle comunità immigrate nei quartieri caratterizzati da un maggiore grado di plurilinguismo e la rilevanza del dialetto, in particolare per la sua funzione commerciale.

L'approccio del LL ha trovato inoltre diverse applicazioni anche nell'ambito della didattica delle lingue, come mostrano, per esempio, il lavoro condotto da Bagna, Gallina e Machetti (2018) in classi di studenti internazionali di italiano L2, o i volumi curati da Malinowski *et al.* (2021) o da Melo-Pfeifer (2023), che presentano il LL come risorsa pedagogica in diversi contesti educativi, favorendo la dimensione plurilingue e gli approcci critici all'apprendimento delle lingue, facendo dello spazio pubblico un vero e proprio

[1] Università degli Studi di Torino.

ambiente di apprendimento. Nella pratica didattica, gli strumenti offerti dal LL consentono di accrescere la consapevolezza nei confronti dei principali aspetti macrosociolinguistici caratterizzanti il contesto plurilingue nel quale gli studenti sono inseriti (Gorter *et al.*, 2021). Molti sono in questo senso gli esempi di ricerca applicata e ricerca-azione che esplorano e descrivono questi aspetti; tra questi ricordiamo, ad esempio, lo studio di Dagenais *et al.* (2008), che si propone di sviluppare delle attività finalizzate all'aumento della consapevolezza linguistica e della sensibilità nei confronti della diversità linguistica.

In questa sede viene presentata un'attività sperimentale avente per oggetto il LL come strumento di riflessione linguistica, rivolta a studenti e studentesse iscritti al primo e al secondo anno del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione. Nonostante la crescente attenzione verso questo approccio, il LL è stato finora utilizzato solo sporadicamente nella didattica universitaria e, in particolare, nell'insegnamento della linguistica, dove il suo potenziale formativo rimane in gran parte ancora inesplorato.

Il progetto prende le mosse dalla letteratura di riferimento e dalla convinzione del valore del LL come strumento di apprendimento induttivo che, attraverso protocolli di *noticing* guidato e mediato dal docente, può essere efficacemente integrato nella didattica della linguistica – e non solo della lingua straniera, come molti degli studi qui citati – per stimolare una riflessione sui livelli di analisi, sulla struttura delle lingue e del linguaggio, e sul ruolo sociale delle lingue nel mondo che ci circonda.

Analogamente a quanto già avvenuto per altri progetti di ricerca focalizzati sul LL che hanno condotto allo sviluppo di strumenti e risorse utili in ambito didattico – come *LoCALL-Linguistic Landscapes for global language education in the school context* (Marques *et al.*, 2023) e *Lingscape* (Purschke, 2017) – anche nel caso della ricerca qui presentata, per la raccolta delle foto rappresentanti il LL torinese, è stata impiegata una piattaforma, sviluppata nell'ambito di un precedente progetto di Citizen Science[2] (*Unight Linguistic Landscape project*)[3]. L'obiettivo di questo progetto era la rappresentazione del multilinguismo della città di Torino attraverso la raccolta di dati che, a partire dall'elemento linguistico, contribuissero a definire un quadro generale – sociopolitico, educativo, geografico ed economico – del tessuto urbano. Un primo tentativo di introdurre il LL nella didattica della linguistica è stato fatto nell'A.A. 2023-2024 con la strutturazione di un modulo il cui obiettivo era quello di elicitare osservazioni di carattere (socio)linguistico in una classe di studenti non linguisti (Modulo Teorico Applicativo-Lingua inglese I, corso di Studi in Scienze Strategiche, Università di Torino). Le attività di raccolta, osservazione e analisi dei dati condotte dalla classe durante questa sperimentazione hanno confermato come l'introduzione di un modulo di LL rappresenti una modalità didattica efficace per introdurre concetti linguistici complessi, dalla nozione di varietà linguistica alla morfologia del nome, dalla definizione di segno a elementi di comunicazione multimodale e, al contempo, per mettere in atto buone pratiche didattiche che fanno leva sul principio di *agency*, stimolando *awareness* e *critical thinking* degli studenti.

A partire da questa precedente esperienza didattica, l'intento di questo contributo è di valutare se e in quale misura l'applicazione del LL possa essere considerato uno strumento valido nella didattica della linguistica per l'introduzione di concetti disciplinari per studenti specialisti che si avvicinano per la prima volta agli insegnamenti di Linguistica generale e Sociolinguistica.

[2] Con *citizen science* intendiamo qui un insieme di pratiche che prevedono il coinvolgimento diretto della cittadinanza, e più in generale di persone non specializzate in uno specifico ambito scientifico, nella ricerca universitaria, allo scopo di rendere più democratico e inclusivo l'accesso alla conoscenza.
[3] https://unightlls.firstlife.org/wall.

2. METODOLOGIA

2.1. *Struttura della sperimentazione didattica*

La sperimentazione didattica è stata inserita in due diversi insegnamenti universitari che si tengono al primo anno del corso di studio in Scienze della Comunicazione (Dipartimento di Scienze Umanistiche, Università di Torino), ovvero Linguistica generale e Lingua e società[4] (che, per i contenuti affrontati, corrisponde a un corso di base di Sociolinguistica), e che coinvolgono tre gruppi di studenti[5], due per Linguistica generale (gruppi A-D e O-Z) e uno per Lingua e società. La sperimentazione si è svolta nelle prime due lezioni introduttive dei corsi ed è stata strutturata in tre diverse fasi:

1. introduzione generale alla disciplina e al *Linguistic Landscape*;
2. attività sul campo;
3. analisi dei dati raccolti in classe;
4. estrapolazione e formalizzazione di concetti disciplinari a partire dalle osservazioni "ingenue" elicitate attraverso l'esperienza sul campo.

Fase 1 – *Introduzione al Linguistic Landscape*

La prima fase ha previsto una lezione introduttiva di linguistica (per i due gruppi di Linguistica Generale) e una di sociolinguistica (per il gruppo di Lingua e Società).

Nella prima lezione di Linguistica generale sono stati discussi gli ambiti di studio della disciplina e i concetti di lingua e linguaggio. Nell'insegnamento di Lingua e Società, oltre all'illustrazione dei diversi argomenti trattati dalla disciplina, sono state trattate le nozioni di comunità linguistica e repertorio linguistico, con particolare riferimento al contesto italiano. In entrambi gli insegnamenti, alla lezione di linguistica e sociolinguistica, è stata aggiunta ai fini della sperimentazione un'introduzione al LL. Per questa parte della lezione i docenti dei tre gruppi hanno impiegato gli stessi materiali didattici, preparati in modo congiunto, in modo che agli studenti dei diversi gruppi venissero fornite le stesse nozioni di base. Questa parte della lezione ha introdotto alcuni concetti propri dell'analisi del LL, e in particolare del plurilinguismo nel LL, utilizzando come supporto parte delle immagini presenti nel lavoro di Fiorentini e Forlano (2024). Si è riflettuto dunque sui rapporti fra le diverse lingue presenti all'interno dello stesso segno, sulle loro funzioni e sul diverso valore socio-simbolico che esse hanno nei vari quartieri della città.

Alla fine del primo incontro sono state date le istruzioni da seguire per svolgere la successiva attività sul campo (cfr. Figura 2).

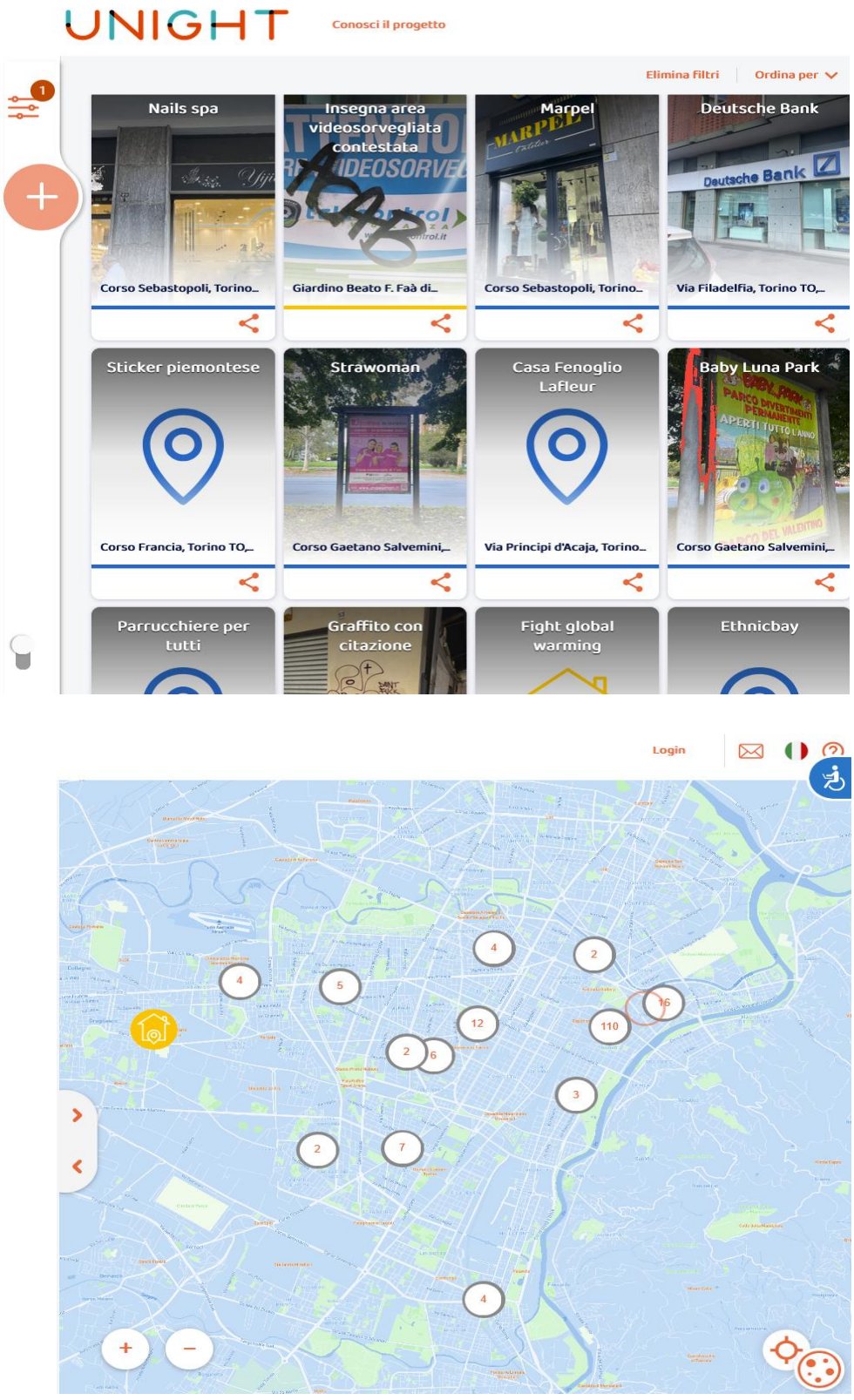
Fase 2 – *Attività sul campo*

La seconda parte della sperimentazione è stata quindi svolta in prima persona dagli studenti, che hanno esplorato il paesaggio linguistico torinese facendone una documentazione fotografica. Le foto scattate sono state caricate dagli studenti nella piattaforma *UNIGHT Linguistic Landscape* (Figura 1), secondo le indicazioni fornite in classe durante la prima lezione.

[4] Si ringraziano Beatrice Bernasconi e Massimo Cerruti per aver creduto nel progetto e aver messo a disposizione le loro classi.

[5] I due gruppi di Linguistica generale contavano circa 100 studenti ciascuno, mentre il gruppo di Lingua e società era formato da circa 80 studenti.

Figura 1. *Visualizzazione dei dati nella piattaforma UNIGHT Linguistic Landscape*



Delle foto raccolte, ogni studente ne ha selezionate due e per ognuna di queste è stata compilata una scheda dettagliata. Per ogni scheda dovevano essere inserite le seguenti informazioni: il luogo in cui la foto era stata scattata, la tipologia del segno (cartello, scritta a mano, insegna, manifesto, volantino, adesivi, graffiti, striscioni, etc.), la lingua o le lingue

usate, la funzione, le componenti multimodali del segno (se presente solo del testo, oppure anche immagini, disegni, etc.), l'emittente e i destinatari Infine, sotto la voce "Osservazioni", gli studenti potevano inserire degli ulteriori commenti riguardanti elementi considerati di particolare rilievo. Riportiamo in Figura 2 un esempio di analisi completata dagli studenti:

Figura 2. *Esempio di foto con la rispettiva scheda compilata da uno studente*



luogo di osservazione (almeno il quartiere)	via Cibrario, verso piazza Statuto
tipologia (cartello/scritta a mano/insegna/manifesto/volantino/...)	insegna di negozio
lingua/e	italiano e cinese (mandarino?)
funzione	informativa (spiegare di che negozio si tratta)
multimodalità (solo testo/ testo + immagini/ qr code/ disegni / …)	testo e disegni
emittente	esercente del negozio
destinatari	passanti
osservazioni: perché hai scelto questa immagine? Che cosa è interessante secondo te?	l'italiano è affiancato dal cinese, o per una questione identitaria o perché si presuppone che ci siano abbastanza passanti in grado di leggere il cinese

Questa attività sul campo non era finalizzata a rappresentare l'intera realtà del paesaggio linguistico torinese, né di una selezione di quartieri, ma a fornire agli studenti degli spunti attraverso i quali rielaborare le nozioni presentate durante la prima lezione degli insegnamenti di Linguistica generale e Lingua e società. Le immagini raccolte hanno inoltre fornito lo spunto per introdurre in maniera induttiva, durante la seconda lezione di Linguistica Generale, elementi di base di semiotica, come la classificazione dei diversi tipi di segno, presenti nel manuale (Berruto, Cerruti, 2022) e facilmente riscontrabili nel LL. Nel caso dell'insegnamento di Lingua e Società, la riflessione si è concentrata soprattutto sul plurilinguismo, e dunque sulla coesistenza di più lingue all'interno dello stesso segno.

Fase 3 - *Attività in classe*

La terza fase si è svolta durante la seconda lezione dedicata al LL. Nella prima parte è stato commentato e discusso, in maniera collettiva, quanto gli studenti hanno avuto modo di osservare durante l'esplorazione dei diversi quartieri, a partire dalle foto scattate e dalle schede compilate. Nella fase iniziale della lezione, gli studenti hanno condiviso e discusso collettivamente le osservazioni emerse durante l'esplorazione dei quartieri, a partire dalle fotografie scattate e dalle schede compilate. Questo momento di confronto ha favorito processi di metacognizione, stimolando la riflessione sulle proprie percezioni e il riconoscimento di analogie e differenze. Attraverso un approccio induttivo, le osservazioni spontanee sono state progressivamente rielaborate e guidate verso la costruzione di categorie concettuali più strutturate. La restituzione in plenaria e i feedback reciproci hanno permesso di consolidare le intuizioni individuali, trasformandole in conoscenze condivise.

La sperimentazione si è infine conclusa con la somministrazione di un questionario che prevedeva:

- la ricerca di tre parole chiave in grado di cogliere le caratteristiche del paesaggio linguistico torinese;
- l'analisi di due nuove fotografie che gli studenti vedevano (presumibilmente) per la prima volta (Figura 3).

Quest'ultima attività ha avuto un duplice scopo: da un lato di fornire un momento di sintesi e di formalizzazione delle conoscenze acquisite attraverso l'attività sul campo, dall'altro di fornire una valutazione oggettiva dell'efficacia dell'attività proposta come momento di supporto alla didattica nei due insegnamenti in cui è stata proposta la sperimentazione.

A partire dall'esperienza condotta sul campo, agli studenti è stato chiesto, attraverso la piattaforma Mentimeter[6], dapprima di indicare tre parole chiave che sintetizzassero il paesaggio linguistico della città e, in seguito, di commentare le due foto seguenti utilizzando i concetti formalizzati nella prima parte della lezione:

Figura 3. *Foto proposte agli studenti durante l'attività in classe (3.1: pagina Facebook Paesaggi linguistici italiano contemporaneo; 3.2: supermercati Borello, via Verdi, Torino; foto di Elisa Corino)*





[6] https://www.menti.com/.

Le risposte (cfr. § 3) hanno permesso un controllo qualitativo dell'acquisizione dei principi di linguistica generale, semiotica e sociolinguistica introdotti a lezione attraverso l'attività sul campo.

3. RISULTATI

3.1. *Immagini raccolte*

Sebbene la raccolta dati effettuata dagli studenti non avesse la finalità di rappresentare il paesaggio linguistico torinese, grazie all'estrazione delle informazioni relative alle immagini archiviate nella piattaforma è possibile fornire qualche dato di ordine generale sulle lingue identificate. Complessivamente, sono state raccolte 170 immagini raffiguranti principalmente insegne di attività commerciali (negozi, ristoranti, locali, bar) e cartelloni informativi. Solo una quantità ridotta documenta scritte di natura spontanea. In un numero limitato di casi, alcuni studenti hanno inviato anche fotografie presenti nei loro archivi, non scattate a Torino. Queste immagini sono state escluse dal corpus, ma è stato comunque possibile utilizzarle durante il lavoro in aula, ad esempio per riflettere sulle differenze fra aspetti del paesaggio torinese e quello di altre città con un maggiore afflusso di turisti.

Durante le attività in classe, gli studenti hanno rielaborato le osservazioni raccolte durante l'esplorazione dei quartieri, collegandole ai concetti introdotti nella prima lezione di Linguistica generale, come l'arbitrarietà del segno, il triangolo semiotico e la relazione significante-significato-referente e l'anisomorfismo semantico. Le immagini raccolte sono state spunto per riflessioni sui diversi gradi di motivazione del segno: ad esempio, per l'insegna *Bicierin* (Figura 4) alcuni studenti hanno notato come l'inserimento della parola *bici* crei un'associazione immediata con l'universo ciclistico, mostrando una motivazione iconica che riduce (almeno in parte) l'arbitrarietà del segno.

Figura 4. *Insegna di Bicierin Ciclofficina con Cucina. Torino, centro*



Al contrario, coppie come Biblioteca-Library (Figura 5) hanno consentito di riflettere

sull'anisomorfismo semantico e quindi sul carattere completamente arbitrario del rapporto tra significato e significante.

Figura 5. *Campus Luigi Einaudi, Università di Torino*



In altri casi, gli studenti hanno messo in luce la dimensione iconica o simbolica: ad esempio, nel logo presentato in Figura 6, caratterizzato da font delicato, colori tenui e il simbolo di una lacrima, il significante visivo rimanda immediatamente (per somiglianza) all'emozione della tristezza, mostrando un segno intenzionale e iconico.

Figura 6. *Sticker affisso su un palo dell'elettricità. Torino, quartiere Vanchiglia*



I concetti formulati in maniera pre-teorica nelle schede delle immagini sono stati quindi riformulati e approfonditi durante la lezione, nel quadro dell'approccio e della terminologia propri della linguistica.

La riflessione condotta in classe è servita a sperimentare in modo diretto che cosa siano i segni, a coglierne la pervasività nella vita quotidiana e a comprenderne le funzioni all'interno del paesaggio linguistico che ci circonda. In questo modo, concetti introdotti nei manuali, spesso in assenza di spunti visivi a supporto della spiegazione – come nell'esempio di Berruto e Cerruti (2022: 6), secondo cui un'icona è un segno motivato analogicamente e intenzionale (Figura 7a) – hanno acquisito concretezza attraverso l'osservazione. Ad esempio, il cartello riportato in Figura 7b, esposto presso una stazione ferroviaria torinese, è stato associato intuitivamente dagli studenti alla presenza di un'icona, poiché la sua forma e i suoi simboli rimandano immediatamente al referente.

Figura 7a. *Manuale Berruto, Cerruti (2011: 6)*

3. ICONE [dal gr. *eikṓn* "immagine"]: motivati analogicamente/intenzionali
(basati sulla similarità di forma o struttura, riproducono proprietà dell'oggetto designato. Es.: carte geografiche e mappe, fotografie, disegni, registrazioni su nastro, diagrammi e istogrammi, simbologie impiegate in orari dei treni e guide turistiche, onomatopee, ecc.).

Figura 7b. *Cartello esposto presso la stazione di Torino Porta*



L'analisi dei commenti forniti dagli studenti e l'esperienza della discussione collettiva dei materiali raccolti hanno mostrato come la raccolta di immagini relative al LL, oltre ad essere funzionale ad introdurre i concetti di base che caratterizzano le prime lezioni, si presti anche a una riflessione più ampia. Molte delle osservazioni forniscono infatti degli agganci utili per la discussione di svariati argomenti tipicamente inclusi nei programmi di linguistica generale, dalla riflessione sulla forma e sulla funzione del segno agli aspetti sociolinguistici legati all'uso e alla distribuzione delle lingue sul territorio.

Così, una parte delle immagini raccolte si concentra su usi dell'italiano considerati particolarmente salienti; ad esempio l'immagine in Figura 8 è associata dalla studentessa che l'ha raccolta alla funzione di formulare una richiesta. Il commento individua inoltre un'associazione fra l'uso di un font in maiuscolo e una *stance* (Du Bois, 2007) aggressiva; si veda il commento fornito dalla studentessa:

> Mi ha colpito perché il tono sembra aggressivo, nonostante sia una richiesta

assolutamente legittima e perché vengono usati caratteri differenti per evidenziare le parole chiave

Figura 8. *Indicazione esposta sulla porta di un condominio, che invita a chiudere il portone di ingresso. Torino, quartiere non indicato nella scheda*



Analogamente, la Figura 9 offre ulteriori spunti di riflessione sull'uso dell'italiano.

Figura 9. *Cartello informativo esposto in un supermercato Carrefour. Torino, quartiere Crocetta*



In questo caso la studentessa che l'ha fotografato ha attribuito a questo messaggio una funzione informativa, interpretando l'uso esclusivo dell'italiano nel modo seguente:

> È interessante come in tutto il supermercato (Carrefour) non ci fosse nessuna scritta – di avviso, di etichetta né di indicazioni – che fosse in inglese o almeno bilingue; questo, secondo me, perché Crocetta è una zona che ospita poche persone immigrate e anche poco turistica, quindi è raro trovare scritte che non siano solo in italiano, secondo me proprio perché la comunità di riferimento a cui le scritte di rivolgono è composta principalmente da parlanti italiani.

Il commento mette in relazione l'uso esclusivo dell'italiano con la composizione demografica del quartiere in cui è stata raccolta la foto, ovvero Crocetta.

La maggior parte delle schede ricevute mette in luce soprattutto aspetti del plurilinguismo di Torino. La presenza dell'inglese nel LL viene segnalata per diverse ragioni, e dunque associata implicitamente a diverse funzioni. In un primo caso, gli studenti e le studentesse identificano l'inglese come lingua globale e associano ad esso una funzione prevalentemente espressiva. Ad esempio, in corrispondenza della Figura 10 è stato raccolto il seguente commento:

> ho scelto questa immagine perché la scelta dell'italiano e dell'inglese insieme per attirare l'attenzione dei passanti mi è sembrata interessante

Figura 10. "Movie icons. Oggetti dai set di Hollywood". *Manifesto che promuove un'esposizione del Museo del Cinema di Torino*



Analogamente, nel caso della Figura 11, l'inglese assume la funzione di una sorta di "lingua speciale", e il suo uso nella comunicazione pubblicitaria, analogamente a quanto osservato per il code-switching nella lingua parlata (cfr. Auer, 1999), è associato soprattutto a un insieme di valori socio-indessicali; in questo caso il commento fa riferimento a un'idea di modernità e rottura con la tradizione; cfr. il commento:

> ho scelto questa immagine perché è stato inserito uno slogan in inglese "Only for your eyes" in inglese, forse per rendere l'idea di un punto vendita più moderno e dei nostri giorni, e diverso dai soliti negozi di ottica.

Figura 11. "Only for your eyes. Occhiali da vista e da sole. Lenti a contatto". *Manifesto pubblicitario affisso nel centro di Torino, a pochi passi dall'Università*



Un caso diverso è rappresentato dagli elementi del LL in cui l'uso dell'inglese è stato associato all'esigenza di comunicare visivamente con un pubblico internazionale che tipicamente utilizza l'inglese come lingua franca. Un primo esempio sono gli studenti e le studentesse internazionali, come in Figura 12; un altro è costituito invece dalla comunicazione, sia top-down che bottom-up, rivolta ai turisti, come in Figura 13. In questo caso è stato fornito infatti il commento:

> ho scelto questa immagine in quanto la scritta in inglese e il contrasto con il blu accesso del cartello hanno attirato la mia attenzione e ho trovato interessante l'idea di segnalare un servizio così importante per i cittadini direttamente in inglese affinché fosse comprensibile anche per eventuali turisti

Figura 12. *Manifesto di un incontro promosso da un'associazione che organizza eventi in inglese. Torino, quartiere di Porta Palazzo*



Figura 13. *Cartello top-down che indica un parcheggio a pagamento. Torino, centro storico*



Oltre all'inglese e all'italiano, è stato documentato, sebbene in misura minore, l'utilizzo di altre lingue, alcune tipicamente studiate in Italia come lingue straniere e associate perlopiù all'ambito turistico e a una funzione informativa, altre identificate come codice veicolare di comunità alloglotte particolarmente rappresentate a Torino provenienti ad esempio dall'America Latina e dalla Romania, e usate singolarmente oppure insieme ad altre lingue. Solo una piccola parte delle foto riporta l'uso di lingue extraeuropee (arabo, giapponese, cinese, persiano), presenti soprattutto in compresenza con altre lingue. Questi dati possono essere spiegati con il tipo di quartieri esplorati, prevalentemente del centro

e con una forte presenza di attività commerciali gestite da persone provenienti da paesi extraeuropei. Un esempio è rappresentato nella Figura 14, che ritrae l'insegna di un'attività commerciale.

Figura 14. *Insegna multilingue di un'attività commerciale. Torino, quartiere di Santa Rita*



Infine, è stata riscontrata la presenza del dialetto, quasi esclusivamente piemontese, anche se in una percentuale ridotta dei casi (4%). Il caso più tipico è quello delle insegne commerciali, che rimandano a una funzione soprattutto simbolica e identitaria (cfr. Goria, 2012; Fiorentini, Forlano, 2024), associata alla vendita di prodotti alimentari locali. Tuttavia, è stata riscontrata la presenza del piemontese anche in manifesti di protesta, come quello che riportiamo in Figura 15. Questo uso rappresenta una funzione, a conoscenza di chi scrive, ancora non identificata negli studi sul dialetto nel paesaggio linguistico, che si deve probabilmente all'importanza data da gruppi ecologisti come Extinction Rebellion alle dinamiche locali, di cui il dialetto è identificato come simbolo.

Figura 15. *Manifesto affisso dal movimento Extinction Rebellion. Torino centro*



In conclusione, è possibile osservare che, analogamente a quanto rilevato per il gruppo di Lingua e società, anche nei gruppi di Linguistica generale, la maggior parte dei commenti raccolti ha evidenziato soprattutto aspetti del plurilinguismo urbano, producendo spontaneamente riflessioni di natura sociolinguistica, relative al rapporto fra i codici e alla loro funzione all'interno dei repertori.

3.2. *Parole chiave e commento*

Nel lavoro in classe, il percorso ha seguito una logica scalare: si è partiti da una visione generale e da considerazioni di carattere macro, per poi restringere progressivamente l'attenzione a osservazioni più specifiche e puntuali. Questo passaggio dal livello globale a quello micro ha permesso di guidare gli studenti nella "traduzione" delle loro intuizioni spontanee in termini e concetti scientifici, trasformando le osservazioni ingenue in conoscenze disciplinari strutturate.

La conclusione dell'attività prevedeva alcune domande di controllo e verifica delle competenze di analisi. Il primo task, che prevedeva l'individuazione di tre parole chiave che definissero il paesaggio linguistico torinese, ha portato alla formazione dei tre word cloud riportati nelle Figure 16, 17 e 18.

Figura 16. *Word cloud per il gruppo 1 di Linguistica generale*



Figura 17. *Word cloud per il gruppo 2 di Linguistica generale*



Nei due gruppi di studenti dell'insegnamento di Linguistica generale, le parole chiave emerse con maggiore frequenza per descrivere il paesaggio linguistico torinese sono: *multilingue*, *multiculturale*, *piemontese*, *multietnico*, *bilinguismo*, *locale*, *internazionale*, *turistico* e *tradizione*.

Figura 18. *Word cloud per il gruppo di Lingua e società*



Nel gruppo di studenti del corso di Lingua e società, le voci più frequentemente usate sono: *multilingue*, *multiculturale*, *piemontese*, *multietnico* e *minoranze*. Associati al concetto di multilinguismo e multiculturalità troviamo poi i termini: *immigrazione*, *bilinguismo*, *multiculturalismo*, *plurilinguismo*, *multilinguistico*, *poliglossia*; anche *variegato*, *vario*, *variabile*, *eterogeneo*, *differenziato* e *Europa* fanno probabilmente riferimento alla presenza di più lingue nel paesaggio linguistico. Alla presenza del dialetto, oltre alla parola chiave più frequentemente proposta (*piemontese*), sono invece legati *dialetto*, *espressioni dialettali*, *tradizionale* e *fedele alla tradizione*. Altre risposte si sono indirizzate verso la funzione dei diversi segni linguistici, come per esempio *commerciale*, *turistico e promozionale*. In tutti i gruppi di studenti coinvolti, la caratteristica più frequentemente osservata e richiamata è la presenza di più lingue nel paesaggio linguistico torinese e quindi del multilinguismo. La sensibilità nei confronti di questi aspetti emersa durante l'esercizio della ricerca delle parole chiave può essere stata stimolata dai contenuti affrontati durante la lezione introduttiva di sociolinguistica, che ha trattato con particolare riguardo la nozione di repertorio plurilingue e la sua applicazione alla situazione sociolinguistica italiana. Durante la breve spiegazione è stato sottolineato infatti come il repertorio linguistico italiano sia composto non solo dall'italiano e dalle sue varietà, ma anche da tutti i dialetti e le lingue di minoranza, così come dalle lingue delle comunità immigrate in Italia. Oltre ai diversi codici, è stato affrontato anche il ruolo che nella configurazione dei diversi repertori hanno i rapporti che si instaurano tra le diverse lingue.

3.3. *Analisi di due segni del paesaggio linguistico*

Nel secondo task agli studenti sono state proposte le due foto riportate sopra nelle Figure 3.1 e 3.2, da commentare secondo le nozioni acquisite. Illustriamo di seguito alcuni tra i commenti riportati dagli studenti dei due corsi.

Rispetto all'immagine *Cool* & *Camisa. Bever e sbecolar* (Figura 3.1), gli studenti dei due

gruppi di Linguistica generale dimostrano di aver capito cosa significa che un segno linguistico è arbitrario (es. "il segno è arbitrario culturalmente, poiché rimanda, con un gioco di parole e un termine inglese, un detto tipicamente italiano" oppure "segno arbitrario linguistico in senso stretto, che rimanda ad un gioco di parole basato sulla lingua e cultura locale, ma anche globale") e cosa si intende per motivazione (es. "motivati (la telecamera di videosorveglianza)"); usano anche in maniera appropriata il termine tecnico *icona* (cfr. il commento "icona (telecamera di videosorveglianza)") per il cartello che informa che l'area è videosorvegliata. Si vedano sotto alcuni dei commenti raccolti:

> Iconici (area videosorvegliata)
>
> Motivati (la telecamera di videosorveglianza)
>
> Icona (telecamera di videosorveglianza)
>
> Simboli, icone e indici
>
> Il segno è arbitrario culturalmente poiché rimanda, con un gioco di parole e un termine inglese, un detto tipicamente italiano
>
> Testo + immagini, più lingue, bottom-up
>
> È un segno con motivazione intenzionale
>
> Segno arbitrario linguistico in senso stretto, che rimanda ad un gioco di parole basato su lingua e cultura locale, ma anche globale
>
> Segni di tipo informativo, scritte in dialetto ma facilmente comprensibili visto l'interno dell'attività e disegni vari, le lucine indicano l'apertura del locale e la telecamera l'area videosorvegli[ata]
>
> Ha un gioco di parole che fa riferimento a un modo di dire italiano. C'è il significante in inglese e spagnolo.

Tra gli studenti di Lingua e società (Figura 19), alcuni hanno messo l'accento sulla marcatezza del messaggio linguistico in senso sociolinguistico:

> L'insegna, a fini di marketing, veicola un'espressione diatopicamente marcata insieme a un forestierismo, grazie all'omofonia cool-cul.
>
> Il dialetto locale è unito all'inglese per creare un gioco di parole su un'espressione idiomatica. Il dialetto evoca autenticità, l'inglese modernizzza: questa è l'immagine che il locale vuole dare.
>
> Linguaggio informale, gioco di parole rivolto alle persone locali.

Per esempio, nel commento "l'insegna, a fini di marketing, veicola un'espressione diatopicamente marcata insieme a un forestierismo, grazie all'omofonia cool-cul", emerge la nozione della dimensione di variazione diatopica.

Altri commenti sottolineano invece i valori simbolici connessi ai diversi codici, come nel commento seguente: "Il dialetto locale è unito all'inglese per creare un gioco di parole su un'espressione idiomatica. Il dialetto evoca autenticità, l'inglese modernizza: questa è l'immagine che il locale vuole dare". Le funzioni dei codici sono richiamate anche in altri commenti all'immagine 3.2, in cui si ricorre al dialetto piemontese; cfr. gli esempi sotto riportati:

> la scritta è in dialetto piemontese e in lingua italiana. Il dialetto ricopre una funzione identitaria e l'italiano permette la comprensione anche a coloro che non comprendono il dialetto.

> Il dialetto è usato per trasmettere aderenza alla tradizione, al radicamento nel luogo, genuinità ecc. ma evidentemente non ci si aspetta che venga davvero capito perché viene poi tradotto: noveravitalità.

In questi esempi sono menzionati l'elemento dell'identità e il valore della genuinità connessi all'uso del dialetto. Nell'ultimo caso riportato è proposta anche una lettura della presenza dell'italiano, usato per tradurre il contenuto in dialetto piemontese che, secondo l'autore del commento, costituirebbe una spia della scarsa vitalità sociolinguistica di cui gode il dialetto piemontese. Emerge in questo caso quindi anche la nozione di vitalità sociolinguistica.

Infine, altri commenti all'immagine 3.2 si focalizzano sui rapporti che intercorrono tra i diversi codici usati all'interno del repertorio:

> L'insegna si avvale di un codice linguistico socialmente subordinato all'italiano, in un contesto normalmente avulso da espressioni dialettali, generando un effetto comico per scopi commerciali.

Nel caso sopra riportato, da un lato il dialetto è riconosciuto come codice linguistico subordinato socialmente all'italiano, ovvero dotato di uno status e un prestigio inferiori, e, dall'altro, viene menzionata la sua funzione ludica, connessa alla sua presenza in un contesto in cui in genere non è usato. In questo commento emerge in modo del tutto induttivo la nozione di funzione ludica-espressiva del dialetto, che predomina sul suo valore effettivo come lingua d'uso (cfr. Berruto, 2006).

4. CONCLUSIONI

La sperimentazione condotta ha mostrato il potenziale del LL come strumento didattico e, al tempo stesso, ha fatto emergere limiti e sfide che ne caratterizzano l'applicazione.

Tra gli aspetti positivi, si segnalano innanzitutto la forte partecipazione e l'interesse degli studenti, indipendentemente dal gruppo di appartenenza. L'esperienza ha reso evidente come il LL possa costituire un punto di ingresso privilegiato per avvicinare studenti e studentesse, anche privi di conoscenze preliminari, a concetti complessi della linguistica e della sociolinguistica (vd. Berruto, 2020). Attraverso l'osservazione diretta di segni e testi nello spazio urbano, gli studenti hanno potuto riconoscere la pervasività dei fenomeni linguistici nella vita quotidiana, sviluppando così una prima consapevolezza critica rispetto al funzionamento dei codici e alle loro funzioni comunicative e simboliche. L'approccio ha inoltre favorito un collegamento concreto tra didattica, ricerca e Citizen Science, trasformando gli studenti da semplici destinatari di contenuti a co-produttori di dati e osservazioni utili anche in chiave scientifica.

L'attività si è rivelata adatta a gruppi numerosi ed eterogenei, grazie alla natura collaborativa della raccolta e dell'analisi dei materiali, e ha stimolato in classe una ricca rielaborazione di temi legati al plurilinguismo e alla multimodalità. Gli studenti hanno infatti tradotto intuizioni "ingenue" in concetti disciplinari, confrontandosi con nozioni quali arbitrarietà e motivazione del segno, iconicità, variazione diatopica e funzioni del dialetto, fino a riflettere sul triangolo semiotico e sui rapporti tra significante, significato e referente.

Accanto a questi risultati, sono emerse tuttavia alcune criticità. In primo luogo, il collegamento con il resto del programma non è ancora sistematico: il modulo LL si configura come un'esperienza autonoma e non sempre integrata con gli altri contenuti dei corsi di Linguistica generale e di Sociolinguistica. Inoltre, si registra l'assenza di

rappresentazioni del LL nei manuali in uso, il che limita la possibilità di consolidare le osservazioni in percorsi di studio più tradizionali. Sul piano della valutazione, la sperimentazione ha posto problemi soprattutto per gli insegnamenti di Linguistica generale, dove non è sempre semplice misurare in termini oggettivi l'apprendimento di concetti teorici a partire da attività pratiche. Infine, l'attività ha mostrato una minore efficacia per gli aspetti di semiotica e linguistica interna, aree che richiedono un lavoro più strutturato per essere integrate efficacemente nel quadro didattico.

Nel complesso, l'esperienza conferma la validità del LL come risorsa per introdurre temi complessi della linguistica attraverso modalità induttive, esperienziali e partecipative, ma suggerisce anche la necessità di una maggiore sistematizzazione e di un ripensamento delle strategie di valutazione, così da rafforzarne l'impatto formativo e garantire una reale integrazione con i programmi disciplinari.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Auer P. (1999), "From codeswitching via language mixing to fused lects: Toward a dynamic typology of bilingual speech", in *International Journal of Bilingualism*, 3, 4, pp. 309-332.

Bagna C., Gallina F., Machetti S. (2018), "L'approccio del Linguistic Landscape applicato alla didattica dell'italiano L2 per studenti internazionali", in Coonan M., Biere A., Ballarin E. (a cura di), *La didattica delle lingue nel nuovo millennio. Le sfide dell'internazionalizzazione*, Università Ca' Foscari, Venezia, pp. 219-231.

Bellinzona M. (2021), *Linguistic landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.

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, Galatina, pp. 101-127.

Berruto G., Cerruti M. (2022), *La linguistica. Un corso introduttivo*, UTET, Torino.

Berruto G. (2020), "Riflessioni sull'insegnamento della linguistica oggi", in Sansò A. (a cura di), *Insegnare Linguistica: basi epistemologiche, metodi, applicazioni.* Atti del LIII Congresso della Società di Linguistica Italiana (Università dell'Insubria, 19-21 settembre 2019), Officinaventuno, Milano, pp. 13-29.

Blommaert J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*, Multilingual Matters, Bristol.

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.

Dagenais D., Moore D., Sabatier C., Lamarre P., Armand F. (2008), "Linguistic landscape and language awareness", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, London.

Du Bois J. W. (2007), "The stance triangle", in Englebretson R. (ed.), *Stancetaking in discourse: Subjectivity, evaluation, interaction*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam, pp. 139-182: http://dx.doi.org/10.1075/pbns.164.07du.

Fiorentini I. (2020), "Il bigliettino. Forme del parlare visibile nel paesaggio linguistico urbano", in Ascari P. (a cura di), *Oggetti contesi. Le cose nella migrazione*, Mimesis, Milano, pp. 115-129.

Fiorentini I., Forlano M. (2024), "Il progetto 'Il paesaggio linguistico torinese'", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 803-825:

https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23879.
Goria E. (2012), "Il dialetto nella comunicazione commerciale: il caso torinese", in *RID: Rivista Italiana di Dialettologia*, 36, pp. 129-149.
Gorter D. (2006), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Blue Ridge Summit: Multilingual Matters, Bristol: https://doi.org/10.21832/9781853599170.
Gorter D., Cenoz J. (2024), *A panorama of linguistic landscape studies*, Blue Ridge Summit: Multilingual Matters, Bristol: https://doi.org/10.21832/9781800417151.
Gorter D., Cenoz J., van der Worp K. (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.
Gorter D., Marten H. F., Van Mensil L. (eds.) (2012), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, New York.
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.
Marques M., Lourenço M., Pombo L., Neves A., Laranjeiro D., Martins F. (2023), "The LoCALL App: a mobile tool to promote learning from and about linguistic landscapes", in Melo-Pfeifer (ed.), *Linguistic landscapes and teacher education: multilingual teaching and learning inside and beyond the classroom*, Springer, Cham, pp. 139-164.
Malinowski D., Maximand H., Dubreil S. (eds.) (2021), *Language teaching in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Berlin.
Melo-Pfeifer S. (ed.) (2023), *Linguistic landscapes in language and teacher education: Multilingual teaching and learning inside and beyond the classroom*, Springer, Cham:
DOI:
Purschke C. (2017), "Crowdsourcing the linguistic landscape of a multilingual country. Introducing Lingscape in Luxembourg", in *Linguistik online*, 85, 6, pp. 181-202.
Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2008), *Linguistic landscape: Expanding the scen ery*, Routledge, London.
Spolsky B. (2009), *Language management*, Cambridge University Press, Cambridge.

LA PERCEZIONE DEL PLURILINGUISMO ATTRAVERSO IL LINGUISTIC LANDSCAPE DELL'ALTO ADIGE/SÜDTIROL

Gabriella Sgambati[1]

1. INTRODUZIONE

Il presente contributo si concentra sull'analisi di alcuni dati raccolti nell'ambito di una ricerca dipartimentale dell'Università di Napoli L'Orientale, il cui titolo è *Multilinguismo e variazione. Linguistic Landscapes nell'Alto-Adige/Südtirol*. All'interno di questo progetto è stata considerata la possibilità di applicazione del paesaggio linguistico al contesto glottodidattico della lingua tedesca, al fine di sollecitare una maggiore consapevolezza linguistica nel processo di apprendimento.

Il concetto di consapevolezza è stato ripreso e analizzato da parte di più studiosi (Santipolo, 2018), specie in ambito glottodidattico. Secondo l'Association for Language Awareness, essa corrisponde a una «explicit knowledge about language and conscious perception and sensitivity in language learning, language teaching and language use»[2], una conoscenza esplicita della propria capacità di riflettere sulla lingua che viene quindi raggiunta e impiegata sia in contesti didattici che negli usi linguistici quotidiani (Cfr. Grosso, 2021).

L'obiettivo di questa ricerca è mettere in luce l'importanza del Linguistic Landscape come strumento efficace per imparare a osservare con consapevolezza la diversità linguistica, culturale e semiotica dei paesaggi linguistici (Dagenais *et al*., 2009; Lourenço *et al*., 2023; Bellinzona, 2024); in particolar modo in questo contesto si intende esplorare il ruolo del tedesco, nella sua varietà e variazione, in diversi paesaggi. Il Südtirol è, infatti, il punto di partenza per un percorso didattico più ampio sulla presenza della lingua tedesca nel mondo, come verrà illustrato più avanti. Lavorare con un'ampia gamma di elementi del paesaggio linguistico nello spazio urbano moderno può offrire ai gruppi di apprendimento nelle classi di lingua straniera una visione più profonda e diversificata della rispettiva lingua e cultura straniera[3]. È importante specificare che si tratta di una *Exploratory Research*, ovvero si tratta di una ricerca che viene condotta al fine di determinare la natura del problema; l'indagine svolta non vuole fornire risposte definitive (Swedberg, 2020; Bellinzona, 2024). Swedberg, infatti, propone un modello di ricerca esplorativa che aiuta a teorizzare i dati empirici nelle fasi iniziali, lasciando che siano le osservazioni a indicare possibili direzioni di ricerca e nuove vie per successive indagini più sistematiche e approfondite.

[1] Università di Napoli L'Orientale.

[2] Definizione riportata nella home page dell'associazione ALA (Association for Language Awareness), https://languageawareness.org/.

[3] Sull'utilizzo del paesaggio linguistico nella didattica delle lingue si vedano, in particolare, Cenoz, Gorter (2008), Malinowski (2020), Androutsopoulos (2021). Sul paesaggio linguistico come risorsa nell'apprendimento della seconda lingua, si vedano, fra gli altri, i dettagliati studi sulla didattica dell'italiano L2: Barni, Bagna (2015); Bagna *et al.* (2018); gli studi presenti nel volume Badstübner-Kizik, Janikova (2018) sono dedicati alla didattica delle lingue inglese, ceca, estone, polacca e tedesca (DaF e DaZ). Sulla didattica del tedesco e il Linguistic Landscape cfr. Sgambati (2024) e Palermo, Sgambati (2024).

2. Contesto e partecipanti. Fasi dell'indagine

L'indagine si è svolta in diversi momenti all'interno del corso di lingua e linguistica tedesca III (triennale) dell'a.a. 2024/2025 e lingua tedesca (magistrale) dell'a.a. 2023/2024. e ha previsto più fasi. In una prima fase è stato somministrato tramite Forms un questionario di 16 items per ogni foto di segno, nello specifico sono state scelte 6 foto di segno dal corpus LL Südtirol (cfr. Palermo, Sgambati, 2024), presente nell'App Lingscape[4], che ritraggono il paesaggio linguistico di alcune valli dell'Alto Adige. La scelta di quest'area di indagine e di raccolta è stata guidata dalla compresenza in Alto-Adige/Südtirol di comunità linguistiche diverse che rendono tale territorio molto interessante e indicato per la trattazione di tematiche inerenti alla sociolinguistica. Inoltre, il fatto che l'input offerto dalle foto di segno non sia esclusivamente verbale, ma adoperi anche un altro linguaggio, stimola gli apprendenti a sviluppare la capacità di osservare con attenzione un'immagine e saperla descrivere per percepirne in modo critico il significato. Lo sviluppo della competenza visuale (*visual literacy*) è fondamentale nel processo di apprendimento anche delle lingue straniere[5]. Saper decodificare immagini, cioè osservarle e percepirle, analizzarle e apprezzarle in maniera critica per cogliere il valore semantico dei singoli elementi, costituisce uno scopo primario anche dell'educazione linguistica[6].

Durante la seconda fase è stata introdotta la nozione di paesaggio linguistico: sono state fornite alcune definizioni ed è stata presentata l'App Lingscape (Purschke, 2017), in cui è presente anche il corpus appena citato. La terza e ultima fase (svolta però solo dal gruppo di Lingua tedesca III) è consistita nell'elaborazione di un progetto sul tedesco nel mondo, che verrà illustrato successivamente.

2.1. *Fase 1 – Osservazione delle foto di segno*

Durante il corso di lingua tedesca III dell'a.a 2024/2025 e nell'ambito di alcune lezioni di lingua tedesca al primo anno di magistrali tenute nell'a.a. 2023/2024, dopo aver introdotto i concetti di varietà, dialetto e dedicato spazio al tema del tedesco come lingua pluricentrica e lingua minoritaria, gli studenti hanno svolto il questionario senza alcun tipo di riferimento teorico precedente sul Linguistic Landscape. Gli studenti hanno fornito risposte a quesiti riguardanti le modalità e le ragioni per cui gli individui scelgano di utilizzare una lingua anziché un'altra o utilizzino una lingua in modo diverso a seconda dei contesti e degli scopi.

L'osservazione e l'analisi delle immagini presenti nei segni del paesaggio linguistico hanno permesso, innanzitutto, di attivare l'affettività dell'apprendente grazie alle reazioni emotive suscitate dall'osservazione di alcune foto di segno (Janíkovà, 2017: 141). Sono state previste all'interno del questionario infatti otto domande in cui gli/le apprendenti vengono invitati/e a riflettere su ciò che osservano e notano nelle foto di segno, senza conoscerne necessariamente la provenienza. Partendo sempre dalle foto di segno selezionate e considerando che esse sono un'evidente espressione della particolare

[4] L'app Lingscape è associata al progetto *The Lingscape Project*, un'iniziativa di Christoph Purschke e Peter Gilles promossa dall'Università di Lussemburgo. Quest'app parte dalle categorie classiche, la prima delle quali è proprio la distinzione fra foto di segno top-down, con funzioni informative e/o prescrittive (messaggi istituzionali) e bottom-up, con varie funzioni informative, simboliche e persuasive: Lingscape – Citizen science meets linguistic landscaping (uni.lu).

[5] Per quanto riguarda l'analisi degli elementi multimodali all'interno dei segni del paesaggio linguistico, ci si è basati sugli studi sulla *visual literacy* di Kress e van Leeuwen e sulle ricerche intorno alla geosemiotica di Scollon, Scollon (2003).

[6] Sull'utilizzo nella didattica DaF delle foto di segno di tale corpus come prodotto multimodale cfr. Sgambati (2024).

situazione sociolinguistica della Provincia autonoma di Bolzano, è stato possibile dunque affrontare il dominio sociale della consapevolezza della lingua (van den Broek *et al.*, 2019), il modo in cui, cioè, l'apprendente percepisce la relazione tra lingua e società, individuando eventuali gerarchie linguistiche e situazioni in cui si preferisce utilizzare una lingua anziché un'altra, sollecitando la riflessione sulla compresenza delle lingue (tedesco, italiano, ladino e dialetto) e sull'uso dell'inglese.

Il questionario è composto da 16 domande e comprende – di fatti – una prima parte di analisi dell'immagine presentata. La consistente presenza di elementi grafici ha permesso di lavorare anche sulla decodifica dell'immagine stessa; le risorse tipografiche, cromatiche e disposizionali cooperano infatti anche alla funzione testuale: possono ad esempio indicare una traiettoria di lettura, suggerire la gerarchia e le relazioni nella struttura informativa del testo (Prada, 2023: 94). Per quanto riguarda gli items volti all'analisi dell'immagine (prima parte del questionario), si è preso spunto dalla proposta di griglia di analisi di materiale visivo per la glottodidattica di Mirella Pederzoli (2016)[7], che parte dalle categorie individuate da Kress e van Leeuwen (1996, 2006) e dalle analisi delle immagini nei manuali didattici di italiano L2 di Cid Jurado (2011). Cid Jurado individua le potenzialità dell'immagine all'interno del processo di insegnamento di una lingua grazie al suo potere comunicativo. Indipendentemente dalla presenza o meno del testo, le funzioni dell'immagine sono individuate secondo il modello proposto da Jakobson (1966).

Di seguito si riporta la struttura del questionario, non solo per chiarezza espositiva, ma anche nella speranza che lo stesso venga impiegato anche in altri contesti didattici e di ricerca. I primi 8 items riguardano principalmente l'analisi dell'immagine e gli altri otto fanno riferimento alla gerarchia e alle relazioni delle lingue e delle varietà presenti all'interno della foto di segno.

Questionario Plurilinguismo attraverso il Paesaggio Linguistico

1. Titolo.
2. Dominio.
3. Elementi rappresentati nell'immagine.
4. Coinvolgimento dello spettatore[8]:
   - *demand picture*: lo sguardo del rappresentato o il gesto coinvolgono l'osservatore chiedendo a lui qualcosa. Es. manifesto «I want you»;
   - *offer picture*: il rappresentato viene offerto allo spettatore come oggetto fonte di informazione, di desiderio, di ammirazione, ecc. Es. pubblicità su rivista, foto di un paesaggio, ecc.
5. Contesto:
   Presente/assente
   Dettagliato/poco dettagliato/non dettagliato
6. Salienza:
   Gerarchia di importanza tra gli elementi (primo piano/sfondo, oggetti più grandi/più piccoli, layout, colore, caratteri, colore).
7. Funzione dell'immagine:
   - *Referenziale/informativa*: fornisce informazioni dello stato di luoghi, persone, avvenimenti, oggetti;

[7] Lo studio di Mirella Pederzoli (2016) riguarda il materiale visivo all'interno dei libri di testo.
[8] Kress e van Leeuwen (2006) distinguono tra *demand picture* e *offer picture*. Tale distinzione viene mantenuta anche in questa griglia per identificare il rapporto tra l'immagine e lo spettatore.

- *Poetica/espressiva*: emerge il pensiero e lo stato d'animo dell'autore che interpreta la realtà in modo soggettivo;
- *Esortativa/fàtica*: l'immagine cerca di convincere lo spettatore ad adottare un certo comportamento (es. manifesti pubblicitari, cartelli stradali, cartelli di divieto) o cerca un contatto con lo spettatore suscitando curiosità;
- *Metalinguistica*: l'immagine partecipa in maniera attiva al processo di insegnamento-apprendimento (es. grafico, vocabolario illustrato);
- *Decorativa*: ai fini dell'attività l'immagine non riveste nessuna funzione se non quella puramente di rendere l'insieme visivo un prodotto estetico.

1. Impatto sul destinatario:

1 = l'immagine non è attrattiva/ non è interessante per il destinatario a cui si rivolge;
2 = l'immagine è poco attrattiva/ è poco interessante per il destinatario a cui si rivolge;
3 = l'immagine è abbastanza attrattiva ed interessante per il destinatario a cui si rivolge;
4 = l'immagine suscita curiosità, interesse, stimola lo spettatore.

2. Riconosci le lingue/dialetti/varietà nella foto?

3. Quale lingue/dialetti/varietà sono presenti?

4. Qual è il messaggio?

5. Per chi è concepita questa foto di segno?

6. Secondo te dove è stata scattata (città, luogo, paese)?

7. È presente una lingua predominante?

8. Vi è una lingua con maggiore visibilità?

9. Altre riflessioni sulla foto di segno analizzata:

2.2. *Alcuni risultati sull'interpretazione delle foto di segno*

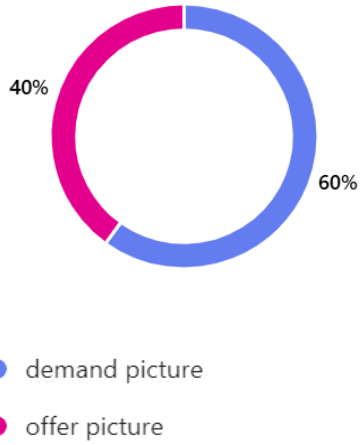
Abbiamo confrontato i risultati del gruppo di lingua tedesca III con quelli del gruppo di lingua tedesca magistrale, riscontrando differenze limitate nonostante il diverso livello di competenza linguistica dei partecipanti, in particolare per i quesiti relativi all'interpretazione dell'immagine. L'elaborazione dei dati è di tipo descrittivo e rientra nell'ambito della statistica descrittiva. Di seguito vengono presentati alcuni grafici, ottenuti dalle risposte raccolte tramite Microsoft Forms, che illustrano i risultati del questionario sull'analisi della foto del segno *It's Museum Time*[9] (Figura 1).

[9] Foto di un poster (ID 64495) affisso di fronte alla stazione ferroviaria di Bruneck/Brunico in Pustertal/Val Pusteria. La stessa immagine pubblicitaria era presente anche su opuscoli gratuiti distribuiti dalle Proloco in molti paesi dell'Alto Adige per pubblicizzare gli eventi nel mese di agosto 2022.

Figura 1.



2024/2025 Lingua tedesca III

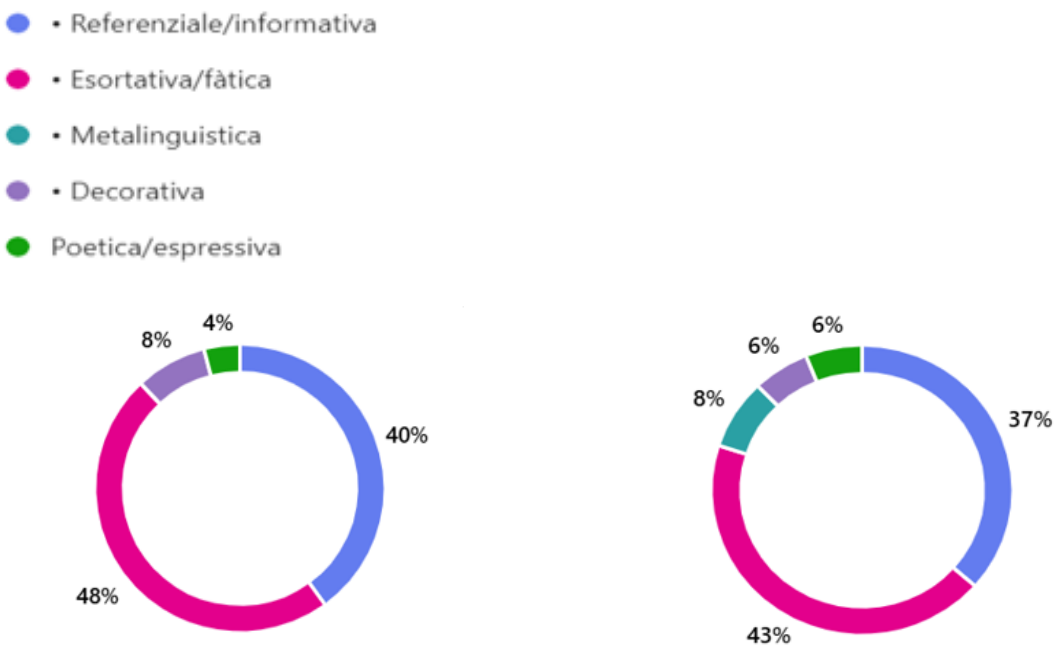


2023/2024 Lingua tedesca – magistrale



7. Funzione dell'immagine

2024/2025 Lingua tedesca III ***2023/2024 Lingua tedesca – magistrale***



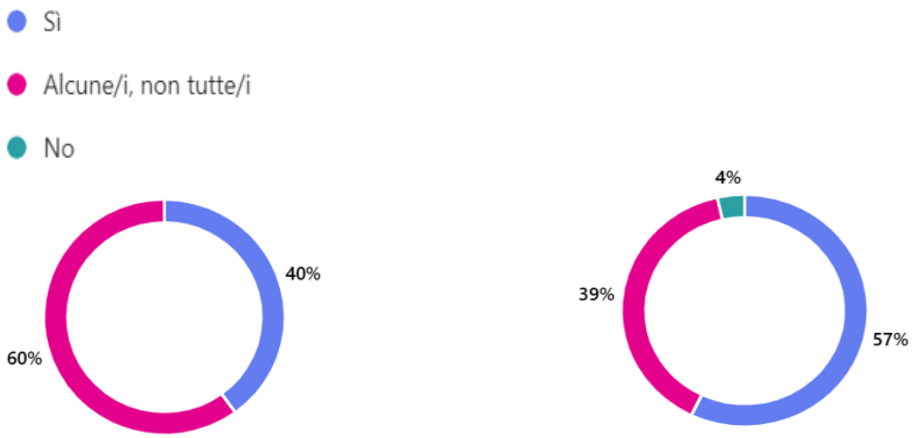
Come si può notare dai grafici e come si è avuto modo di osservare durante la sperimentazione, è evidente che gli apprendenti abbiano poca dimestichezza nella lettura delle immagini[10]. Inoltre, essi non posseggono una formazione specifica sul paesaggio linguistico, né pare siano molto sensibili alla diversità linguistica esposta. Dunque, la consapevolezza linguistica e la percezione della variazione del paesaggio linguistico non sembrano competenze consolidate. Solo il 48% degli apprendenti del terzo anno e il 43% degli studenti della magistrale ha attribuito all'immagine una funzione esortativa, ovvero quella di incoraggiare i giovani a visitare i musei dell'Alto Adige. Una minoranza, composta dall'8% degli studenti del terzo anno e dal 6% degli studenti della magistrale, ha invece interpretato la foto come avente una funzione decorativa. Un'altra piccola parte degli studenti della magistrale, composta dall'8%, ha attribuito alla foto di segno una funzione metalinguistica.

Anche per quanto riguarda il riconoscimento delle varietà/lingue/dialetti nella foto di segno, gli apprendenti hanno avuto delle difficoltà. Il 60% degli intervistati ha risposto di non saper riconoscere tutte le lingue presenti nell'immagine, in particolar modo non è stato riconosciuto il ladino, talvolta è stato infatti confuso con lo spagnolo o scambiato con un presunto dialetto tirolese (da parte di studenti di lingua tedesca III).

[10] Al questionario *It's Museum Time* hanno risposto 56 apprendenti per il corso di Lingua tedesca magistrale, per il corso di lingua tedesca III hanno risposto solo 15 apprendenti. Purtroppo, non è stato possibile raccogliere ulteriori dati relativi ai partecipanti (es. lingue dei repertori linguistici).

Riconosci le lingue/dialetti/varietà nella foto?

2024/2025 Lingua tedesca III ***2023/2024 Lingua tedesca – magistrale***



Anche per quanto riguarda l'analisi di un volantino di un *Take away* di Bruneck/Brunico *Puschtra Poutine* (ID 80023), sono state riscontrate difficoltà nell'interpretazione del messaggio (Figura 2). La *poutine* è un piatto canadese molto semplice, originario del Québec: croccanti patate fritte cosparse con pezzetti di formaggio. *Puschtra* significa *Pusteria* in dialetto[11].

Figura 2.



[11] In Südtirol, oltre alla marcata bipartizione linguistica dei centri urbani principali, le località prettamente germanofone mostrano una evidente variazione diatopica interna relativa ai diversi dialetti di matrice tirolese presenti nel territorio (Caria, 2018). Pertanto, non esiste una singola varietà che può essere identificata come «dialetto sudtirolese»; Lanthaler (2007: 222) suddivide linguisticamente l'Alto Adige in tre aree dialettali.

Alla domanda *Riconosci le lingue/dialetti/varietà/ nella foto* il 50% degli apprendenti (di 38 informanti) del corso di Lingua tedesca magistrale 23/24 ha risposto *Sì* e la maggioranza ha risposto *offer picture* alla domanda 4. Solo 4 intervistati (11%) hanno riconosciuto il francese come lingua all'interno del volantino (*Poutine*). Simili sono state le risposte degli apprendenti del corso di Lingua tedesca III: il 56% ha dichiarato di riconoscere le lingue nella foto, mentre nessuno ha riconosciuto il francese, alcuni hanno indicato la presenza all'interno del volantino di una presunta varietà tirolese (2 informanti).

Dalle risposte indicate è evidente non sia stata sempre riconosciuta la funzione del messaggio, sebbene sia specificato, in alto e in basso, si tratti di un *take away*. Queste alcune risposte date su quale fosse il messaggio: "*Invogliare a comprare i prodotti offerti*, *in questo caso specialità locali*", "*Presentare un menù ed esortare alla visita del ristorante*", "*Pubblicizzare il menù tipico del ristorante*", "*Il menù per gli interessati e la bellezza dei prodotti*".

Alla domanda *è presente una lingua predominante*, il 45% degli informanti del corso di Lingua tedesca magistrale ha risposto *No* e la maggioranza ha risposto *offer picture* alla domanda 4; il 22% ha risposto *non saprei* a questa domanda e la maggioranza crede sia presente una gerarchia degli elementi alla domanda 6 sulla salienza. Il 78% degli informanti del corso di lingua tedesca III, invece, ritiene sia presente una lingua predominante e l'89% pensa ci sia una gerarchia degli elementi all'interno della foto del segno.

2.3. *Fase 2*

Nel corso della seconda fase, si è proceduto a un'analisi collettiva dei questionari con il gruppo classe, introducendo contestualmente la nozione e la metodologia del paesaggio linguistico. Sono state quindi fornite definizioni specifiche e discussi i principali ambiti di studio pertinenti. È stata poi illustrata nel dettaglio l'App Lingscape (Purschke, 2017), in cui è presente anche il corpus da cui sono state tratte le foto di segno, oggetto di analisi. Dopo diversi momenti di confronto in aula, sono state mostrate le tassonomie presenti su Lingscape, in particolar modo ci si è soffermati sulle tassonomie: *Directedness*, *Dominance*, *Distribution*, *Linguality*, *Mode*, *Variety*. La *Dominance*, in particolare, indica diverse forme di gerarchie nei segni, stabilite dalla loro composizione visiva, materiale o semiotica (background, colore, materiale, posizione, quantità, formato, carattere tipografico). La *Linguality*, invece, fa riferimento alle diverse costellazioni linguistiche presenti nei segni monolingui, multilingui e translingui; la *Distribution* descrive l'organizzazione pragmatica del multilinguismo su un segno, cioè il modo in cui le informazioni vengono distribuite o tradotte in diverse lingue[12]. La tassonomia *Directedness* fa riferimento alla distinzione del paesaggio linguistico tra segni *Top-down – Bottom-up*.

[12] La categorizzazione è stata adattata e ampliata rispetto a quella di Reh (2004); quest'ultima presentava esclusivamente quattro strategie di scrittura multilingue: *duplicating* (all'interno del segno tutte le informazioni in una lingua di partenza vengono rese in maniera identica in una o più lingue di destinazione); *fragmentary* (le informazioni complete in una lingua sono tradotte solo parzialmente nella/e lingua/e di destinazione); *overlapping* (testi con informazioni apparentemente identiche, ma con contenuti diversi nelle altre lingue presenti) e *complementary* (più lingue vengono combinate simultaneamente per rappresentare contenuti semanticamente diversi tra di loro). Sono state considerate, per questo lavoro, anche altre categorie: *alternating* (il messaggio viene presentato in diverse lingue in maniera alternata, ad esempio sono presenti casi di *code-switching* da un punto di vista lessicale); *mixing* (un messaggio può presentare ad esempio parole *mish-mash* che contengono elementi di lingue diverse).

3. Fase conclusiva: alla ricerca del tedesco nel mondo

Alla luce delle osservazioni emerse dai questionari e dalla discussione, durante la fase conclusiva della sperimentazione è stata assegnata un'attività di *project-work* (Cassandro, Maffei, 2007) da svolgere in autonomia al di fuori dell'orario di lezione. Tale attività, supportata dall'uso di Lingscape, ha stimolato la creatività e la curiosità degli studenti (Lozano *et al.*, 2020), rendendoli partecipanti attivi nel processo di apprendimento. Agli studenti del corso di lingua tedesca III è stato richiesto di individuare due o tre foto di segno del paesaggio linguistico tedesco a livello globale, evidenziando la presenza di altre lingue e il ruolo della lingua tedesca. Gli apprendenti hanno dunque preparato una presentazione PowerPoint analizzando le foto di segno selezionate da loro, reperite nel database di Lingscape, tenendo conto delle tassonomie discusse durante le lezioni: *Directedness*, *Dominance*, *Distribution*, *Linguality*, *Mode*, *Variety*. La presentazione doveva iniziare con una definizione di paesaggio linguistico (cfr. Figura 3). La scelta doveva ricadere su 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 paesaggio linguistico; inoltre, gli apprendenti hanno avuto la possibilità di utilizzare strumenti di ricerca, diventando dei veri e propri *Language detective* (Malinowski, 2015; Sayer, 2010), partecipando attivamente alla costruzione e all'interpretazione dei significati.

Figura 3. *Esempio di definizione data da un apprendente*



Si è trattato di un solo caso di studio, in cui il gruppo di partecipanti era esiguo, ma è stato interessante notare quali segni linguistici fossero per loro significativi e quali aspetti della variazione del paesaggio linguistico abbiano catturato la loro attenzione. Questo lavoro che prevede una ricerca di immagini, di veri e propri testi visivi, presenta indubbi vantaggi sia in termini di memorizzazione che di motivazione all'apprendimento.

I progetti sono stati eterogenei dal punto di vista dei temi e dei contesti trattati; segue una tabella in cui si elencano i segni linguistici esplorati:

Paese	Foto di segno	Lingue	Distribution
Kruså (Danimarca)	Cartello stradale che indica divieto	Danese, inglese, tedesco	Duplicating
Vohenstrauß (Germania, Confine con la Repubblica Ceca)	Cartello in esercizio commerciale	Bavarese, ceco	Overlapping
Görlitz (Germania)	Insegna ristorante	Francese, tedesco	Complementary
Brixen/Bressanone (Italia)	Menu su lavagna	Tedesco, italiano, austriacismi	Alternating
Castelbello-Ciardes/Kastelbell-Tschars – Val Venosta (Italia)	Targa ufficiale spazio per la cultura	Tedesco, ladino, italiano, inglese	Duplicating
Bruneck/Brunico (Italia)	Manifesto concerto musica popolare	Tedesco, dialetto regionale, italiano	Alternating
Wien (Austria)	Campagna sensibilizzazione ambiente	Tedesco standard, spagnolo, inglese	Alternating, mixing
Innsbruck (Austria)	Campagna sensibilizzazione ambiente	Tedesco, italiano	Alternating, mixing
Bolzano (Italia)	Manifesto politico	Tedesco standard, italiano, ladino	Duplicating
Niederolang/Valdaora di sotto (Italia)	Manifesto concerto	Tedesco, italiano, inglese	Overlapping
Karlstad (Svezia)	Cartello informativo Ostflügel	Svedese, inglese, tedesco	Duplicating
Oslo (Norvegia)	Cartello informativo sulla pesca del merluzzo	Norvegese, polacco, inglese, tedesco, lituano	Duplicating
Francia (Regione Bourgogne Franche-Comté)	Cartellone turistico	Francese, inglese, tedesco	Duplicating
Bayreuth (Germania)	Indicazioni attività commerciale locale	Tedesco, inglese francese	Duplicating
Koblenz (Germania)	Sticker con motto (movimento giovanile)	Tedesco, italiano	Alternating
Mitterolang/Valdaora di mezzo (Italia)	Stampa su tessuto (magliette)	Dialetto regionale, italiano	Duplicating
Strasburgo (Francia)	Insegna ristorante (su lavagna)	Francese, tedesco	Alternating

Turckheim (Francia)	Istruzioni primo soccorso (contatto corrente elettrica)	Francese, tedesco	Duplicating
Clervaux (Lussemburgo)	Mostra fotografica	Inglese, lussemburghese, tedesco, francese	Overlapping
Troisvierges (Lussemburgo)	Manifesto pubblicità marcia popolare	Francese, tedesco, lussemburghese	Duplicating, overlapping
Predaia (Trento)	Incisione in pietra santuario	Italiano, tedesco	Duplicating
Sant'Angelo (Ischia)	Lastra ferro battuto, gemellaggio con Waldkirchen	Italiano, tedesco	Duplicating
Köln (Germania)	Piano di servizio chiesa ortodossa russa	Tedesco, russo	Duplicating
Ioannina (Grecia)	Insegna Municipio	Greco, inglese, francese, tedesco	Duplicating
Windhoek (Namibia)	Monumento nazionale (Alte Feste)	Afrikaans, tedesco, inglese	Duplicating

Hanno destato molta curiosità in particolar modo le foto di segno con una distribuzione di tipo *alternating/mixing* con code-switching e parole *mish-mash* (Cfr. campagna austriaca sull'ambiente – Figure 4 e 5).

Figura 4. *Campagna ambientale a Vienna*



Figura 5. *Campagna ambientale a Innsbruck*

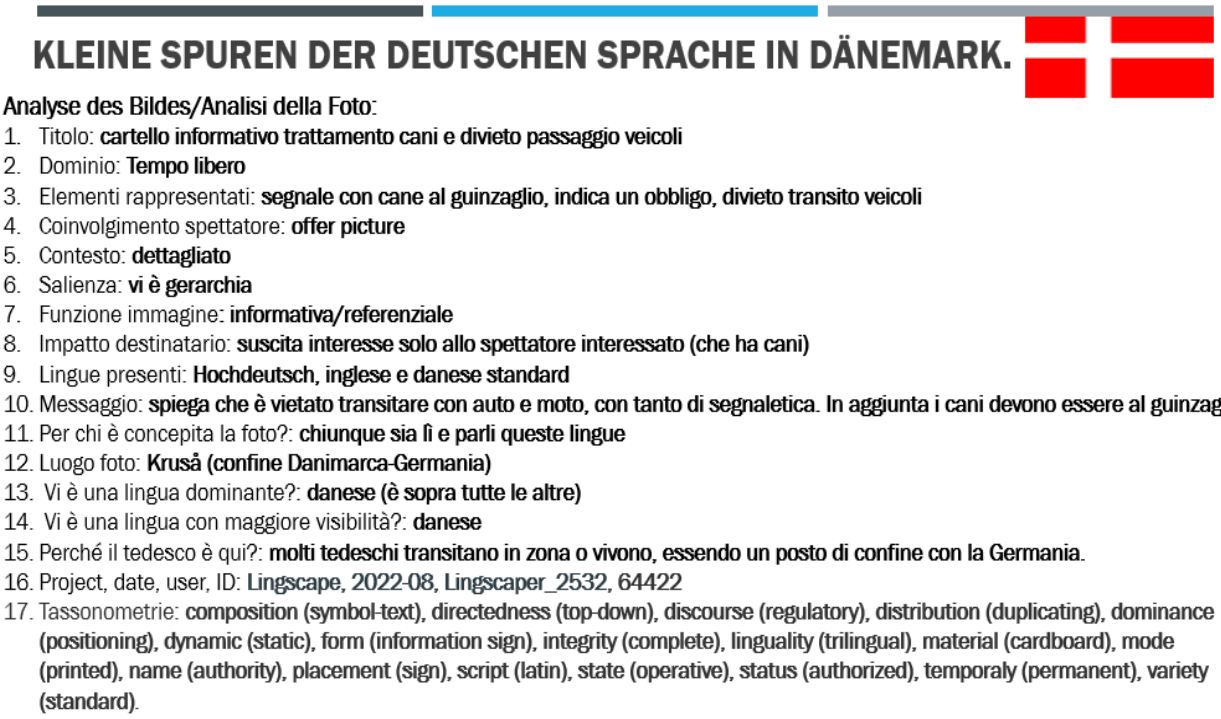


Molti apprendenti hanno ricercato la presenza del tedesco in territori che conoscono attraverso lo studio universitario (ad esempio Danimarca, Norvegia, cfr. Figure 6 e 7) e ciò ha incentivato la loro consapevolezza plurilingue.

Figura 6. *Il tedesco in Danimarca*



Figura 7. *Il tedesco in Danimarca*



Bisogna sempre tener conto delle motivazioni e degli interessi degli apprendenti: la narrazione, in primo luogo, è stata affidata agli autori delle presentazioni; è stata una narrazione soggettiva del perché si è scelta una foto di segno o perché è stata posta attenzione su alcune lingue o su un paese specifico. Le motivazioni sulla scelta delle foto sono state chiarite durante la presentazione del lavoro e confermate da un questionario finale che è stato somministrato al termine della parte del corso sul paesaggio linguistico[13].

4. Conclusioni

Il progetto ha dimostrato come l'analisi del paesaggio linguistico e la preparazione delle presentazioni PowerPoint abbiano contribuito significativamente allo sviluppo delle competenze linguistiche e culturali degli apprendenti. Attraverso le attività qui proposte è stato possibile lavorare non solo con la lingua tedesca, ma anche sulle competenze trasversali. Gli apprendenti sono riusciti a raggiungere consapevolezza critica nella lettura e nell'analisi delle foto di segni. In particolare, sono riusciti a identificare fenomeni quali la dominanza linguistica e a riflettere sulla *Distribution*. Hanno, inoltre, lavorato sulla selezione delle informazioni, sull'organizzazione delle conoscenze, riflettendo criticamente sul ruolo della lingua tedesca. Inoltre, il progetto ha promosso lo sviluppo della competenza multimodale, intesa sia come competenza culturale che come particolare tipo di intelligenza individuale. Secondo Stöckl (2011), la competenza multimodale o,

[13] Alcune delle risposte date alla domanda riguardante il criterio con cui sono state scelte le foto di segno: "Ho abbinato lo studio delle mie due lingue universitarie"; "Zone di confine fra la Germania e i paesi confinanti (in particolare Repubblica Ceca e Danimarca)"; "Ho trovato interessante osservare dove e in che modo il tedesco fosse presente in Italia"; "Ho scelto sulla base di particolarità che hanno destato il mio interesse, ad esempio giochi di parole oppure contesti legati alla presenza del tedesco"; "La presenza del tedesco in aree non tedescofone, ma che hanno avuto in passato un'influenza del tedesco a causa di processi storici e culturali".

come la definisce Jäger (2016), «intelligenza trascrittiva», rende accessibile il senso attraverso un processo di trascrizione da un sistema di segni ad un altro, mettendo in moto una complessa abilità cognitiva di tipo ermeneutico (cfr. Verdiani, 2019: 266). Questo approccio ha permesso agli studenti di diventare partecipanti attivi nel loro processo di apprendimento, stimolando la loro creatività e curiosità, e rendendo l'esperienza educativa più coinvolgente e significativa. Prima di questa sperimentazione, l'alfabetizzazione visiva degli apprendenti risultava essere alquanto scarsa, come è stato possibile verificare attraverso i questionari somministrati durante la fase iniziale. Tuttavia, attraverso il progetto di ricerca, gli studenti hanno sviluppato buone competenze visive, acquisendo la capacità di interpretare e analizzare le immagini, in combinazione con testi plurilingue, in modo critico e consapevole. Il paesaggio linguistico ha dimostrato di essere uno strumento con grandi potenzialità nella didattica della lingua tedesca. Nonostante l'indagine sia stata limitata, ha sollecitato una maggiore consapevolezza e riflessione linguistica nei processi di apprendimento e insegnamento della lingua tedesca. Gli studenti hanno raggiunto un buon livello di *Language Awareness*, sviluppando una maggiore consapevolezza delle varietà linguistiche e delle interazioni tra le lingue nei diversi contesti socioculturali. Ciò ha permesso loro di apprezzare la ricchezza e la complessità del paesaggio linguistico, migliorando la loro capacità di analisi critica e la loro sensibilità interculturale[14].

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Androutsopoulos J. (2021), "Linguistic Landscape-Forschung mit dem Smartphone: Möglichkeiten und Grenzen der Webapplikation Linguasnapphamburg" in Ziegler E., Marten H. F. (eds.), *Linguistic Landscapes im Deutschsprachigen Kontext*, Peter Lang, Frankfurt A.M., pp. 38-64.

Badstübner-Kizik C., Janíková V. (2018), *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik: Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*, Peter Lang, Berlin.

Barni M., Bagna C. (2015), "The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL", in *Linguistic Landscape* 1, 1/2, pp. 6-18.

Bagna C. *et al.* (2018), "L'approccio del linguistic landscape applicato alla didattica dell'italiano L2 per studenti internazionali", in Coonan C. M., Bier A., Ballarin E. (a cura di), *La didattica della lingua nel nuovo millennio: le sfide dell'internalizzazione*, Ca' Foscari, Venezia, pp. 219-231.

Bellinzona M. (2018), "Linguistic landscape e contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune scuole italiane", in *Lingue e Linguaggi*, 25, pp. 297-321.

Bellinzona M. (2021), *Linguistic landscape: panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.

Bellinzona M. (2024), "Il paesaggio linguistico per le competenze digitali: una sperimentazione didattica in contesto universitario", in *Italiano Linguadue*, 13, 2, pp. 672-696: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23870.

Caria M., Autelli E. (2024), "Le varietà tedesche dell'Alto Adige – Südtirol", in *Linguistik Online*, Jg. 130, Heft 6, pp. 31-57.

[14] Ciò è stato confermato dagli apprendenti stessi nel questionario di gradimento somministrato alla fine della sperimentazione; alla domanda: «Quali competenze credi di aver consolidato lavorando con il LL (lezioni e lavoro personale)?» il 35% degli apprendenti ha risposto *consapevolezza plurilingue*, il 29% *competenza visuale*.

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.
Chapelle C. (2020), "Linguistic landscape images and Québec's cultural narrative in French textbooks", in Malinowski D., Maxim H. H., Dubreil S. (eds.), *Language teaching in the linguistic landscape: mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Berlin-New York.
Cenoz J., Gorter G. (2008), "The linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition", in *International Review of Applied Linguistics*, 46, pp. 267-87.
Cid Jurado A.T. (2011), "L'immagine nei manuali didattici di italiano L2", in Diadori P. (a cura di), *Insegnare italiano a stranieri*, Le Monnier, Firenze, pp. 342-335.
Clark R. C, Lyons C. (2011), *Graphics for learning: Proven guidelines for planning, designing, and evaluation visuals in training materials*, Pfieffer, San Francisco.
Dagenais D., Moore D, Sabatier Bullock C., Lamarre P. (2009), "Linguistic landscape and language awareness", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, New York, pp. 253-269.
Doelker C. (2002), *Ein Bild ist mehr als ein Bild: Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*, Klett-Cotta, Stuttgart.
Garrett P., James C. (1992/2013), *Language awareness in the classroom*, Routledge, New York-London.
Grosso G. I. (2021), "Consapevolezza interculturale e interlinguistica: riflettere sulle lingue e culture dei beneficiari", in Benucci A., Grosso G. I., Monaci V. (a cura di), *SAIL* 21, *Linguistica educativa e contesti migratori*, Edizione Cà Foscari, pp. 81-108.
Jakobson R. (1966), "Linguistica e poetica", in *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano.
Jäger L., Holly W., Krapp P., Weber S., Keekeren S. (2016), *Sprache - Kultur – Kommunikation: Ein Internationales Handbuch zu Linguistik als Kulturwissenschaft*, de Gruyter Mouton, Berlin.
James C., Garrett P. (2013), *Language awareness in the classroom*, Routledge, New York-London.
Janíková V. (2018), "Linguistic Landscapes aus fremdsprachendidaktischer Perspektive" in Badstübner-Kizik C., Janíková V. (eds.), *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik: Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*, Peter Lang, Berlin, pp. 137-172.
Kress G., van Leeuwen T. (1996/2006), *Reading images: The grammar of visual design*, Routledge, London.
Kress G., Jewitt C., Ogborn J., Charalampos T. (2001), *Multimodal teaching and learning: The rhetorics of the science classroom*, Continuum, London-New York.
Lanthaler F. (2007), "The German Language in South Tyrol – some Sociolinguistic Aspects", in Abel A., Stuflesser M., Voltmer L. (eds.), *Aspects of multilingualism in european border regions: Insights and views from Alsace, Eastern Macedonia and Thrace*, EURAC, Lublin Voivodeship and South Tyrol, Bolzano-Bozen, pp. 220-235.
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.
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.
Malinowski D., Maxim H. H., Dubreil S. (eds.) (2020), *Language teaching in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Cham.
Palermo S. (2022), *Il paesaggio delle valli. Il linguistic landscape dell'Alto Adige/Südtirol*, ESI, Napoli.
Palermo S., Sgambati G. (2024), "I paesaggi linguistici plurilingue e la didattica: il caso del Südtirol", in Flinz C., Salzmann K., Giuliano P. (a cura di), *Sviluppo della competenza plurilingue nella didattica delle lingue straniere (DaF/DaZ e italiano LS/L2) nell'era digitale: risorse lessicografiche, corpora e nuove tecnologie*, *Linguistik Online*, 126, 2/24, pp. 125-150: https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/11046.
Pederzoli M. (2015), *Un'immagine vale più di mille parole? L'input visivo per la valutazione della competenza linguistico-comunicativa nell'abilità di produzione orale: a case study* [tesi di dottorato], Università per Stranieri di Siena.
Pederzoli M. (2016), "Il materiale visivo nei manuali di italiano L2", in *TILCA*, *Teaching Italian language and culture annual*, pp. 71-95.
Purschke C. (2017), "Crowdsourcing the linguistic landscape of a multilingual country. Introducing lingscape in Luxembourg", in *Linguistik online*, 85, 6.
Prada M. (2022), "Letture multimodali per l'educazione linguistica", in Dota M., Polimeni G., Prada M., *Multimedialità e multimodalità. Teoria, prassi e didattica dei testi complessi. Quaderni di Italiano L2*, in *Italiano LinguaDue* 14, 2, pp. 85-130: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/19651.
Reh M. (2004), "Multilingual writing: a reader-oriented typology – with examples from Lira Municipality (Uganda)", in *International Journal of the Sociology of Language*, 170, pp. 1-41.
Santipolo M. (2018), "Continuità nel cambiamento: RILA, un macrotesto linguistico tra sincronia e diacronia", in *RILA*, 1, pp. 7-13.
Sayer P. (2010), "Using the linguistic landscape as a pedagogical resource", in *ELT Journal*, 64, 2, pp. 143-154.
Scollon R., Scollon S.W. (2003), *Discourses in place: Language in the material world*, Routledge, London.
Sgambati G. (2024), "Multimodalità e linguistic landscape. Applicazioni alla didattica della lingua tedesca", in Cirillo L, Nodari R. (a cura di), *Contesti, pratiche e risorse della comunicazione multimodale*, AitLA, Officinaventuno, Milano, pp. 225-245: http://www.aitla.it/images/pdf/StudiAItLA18/014_Sgambati.pdf.
Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, New York-London.
Shohamy E., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.) (2010), *Linguistic landscape in the city*, Multilingual Matters, Bristol.
Stöckl H. (2011), "Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz", in Diekmannshenke H., Klemm M. & Stöckl H. (eds.), *Bildlinguistik. Theorien. Methoden. Fallbeispiele*, Erich Schmidt Verlag, Berlin, pp. 45-70.
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.
van den Broek E. W. R., Oolbekkink-Marchand H. W., van Kemenade A. M. C., Meijer P. C., Unsworth S. (2019), "Stimulating language awareness in the foreign language classroom: exploring EFL teaching practices", in *The Language Learning Journal*, 50, 1, pp. 59-73: https://doi.org/10.1080/09571736.2019.1688857.

Verdiani S. (2019), "Fra lingua e immagini. Introduzione all'iconolinguistica", in *CoSMo|Comparative Studies in Modernism*, *Borders of the Visible - II: Intersections between Literature and Photography*, 14, pp. 257-272: https://ojs.unito.it/index.php/COSMO/article/view/2661.

LE PIAZZE INTERCULTURALI: SPAZI APERTI E VISIBILI PER LA DIDATTICA E L'APPRENDIMENTO DELLE LINGUE. UN MODELLO GLOTTODIDATTICO

Giorgio Furfaro[1]

1. IL CONTESTO E L'OGGETTO DELLO STUDIO

Il dibattito su insegnamento e coinvolgimento di cittadini provenienti da contesti migratori in percorsi d'apprendimento delle lingue più diffuse nelle società ospitanti è ancora in evoluzione a livello internazionale. Negli ultimi due decenni, i paesi dell'Europa meridionale hanno sperimentato rilevanti flussi immigratori in ingresso, avviando politiche d'inclusione linguistica oggi in costante evoluzione. Gli studi sinora effettuati evidenziano rilevanti opportunità per minori di provenienza migratoria nell'accesso a programmi d'inclusione linguistica, generalmente obbligatori. Le ricerche in ambito glottodidattico tendono a focalizzarsi sui percorsi d'inclusione dei minori, dedicando in misura inferiore un approfondimento a iter e proposte d'inclusione degli adulti immigrati di prima generazione. Pur essendo presenti offerte di formazione linguistica destinate ad adulti con profilo migratorio, sono state osservate problematiche significative per l'inclusione linguistica e sociale di questi ultimi nei paesi di accoglienza.

Nel contesto italiano, l'insegnamento della lingua nazionale come seconda lingua nei Centri provinciali per l'istruzione degli adulti (CPIA) continua a essere segnato da numerose criticità strutturali e di sistema. Tra le più rilevanti si evidenziano la mancanza di una formazione glottodidattica specifica per la totalità dei docenti coinvolti nei percorsi di alfabetizzazione, l'inadeguatezza dei quadri normativi e dei sillabi ufficiali, la carenza di percorsi riconosciuti per livelli inferiori al pre-A1 e superiori all'A2, nonché la scarsa sinergia tra politiche linguistiche, educative e migratorie. A ciò si aggiunge una gestione discontinua e non strutturata delle risorse economiche disponibili, spesso vincolate a progetti a termine e non integrate nell'organico ordinamentale (Deiana, 2024). Tuttavia, recenti provvedimenti legislativi nell'anno 2024[2] introducono nuove disposizioni in materia di inclusione scolastica degli alunni con background migratorio. In particolare, è stato previsto un intervento mirato in favore dei minori iscritti alla scuola pubblica nelle classi in cui almeno un quinto degli studenti presenti non raggiunge ancora il livello A2 del QCER-VC[3] in italiano, pertanto a partire dall'anno scolastico 2025/2026 sono stati attivati nella scuola pubblica italiana centinaia di posti destinati agli insegnanti di lingua italiana per stranieri. Le scuole potranno contare sul supporto di insegnanti con una formazione specifica nell'insegnamento dell'italiano come L2, così da rafforzare l'acquisizione linguistica e favorire un più efficace inserimento nel percorso educativo.

In queste circostanze diventa urgente la sperimentazione di modelli glottodidattici più flessibili, inclusivi e coerenti con la reale composizione dell'utenza, capaci di valorizzare

[1] Università degli Studi di Palermo.

[2] Articolo 11 del Decreto-Legge 71/2024.

[3] *Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue. Volume complementare* (Consiglio d'Europa, 2020).

le risorse presenti, sia per le professionalità coinvolte, sia in relazione alle competenze già in possesso degli studenti, e di indirizzarle in modo più efficace, superando approcci improvvisati o frammentari.

Il presente contributo propone pertanto l'elaborazione e la sperimentazione di un modello glottodidattico volto all'immersione costante di docenti e studenti nel panorama linguistico di riferimento per favorire l'acquisizione della lingua della società ospitante. Le fondamenta di tale studio sono costituite dal paradigma glottodidattico di Balboni (Caon, 2019: 34) e dalla relativa evoluzione proposta da Caon (2019: 35). Ci si prefigge di costruire analisi e osservazioni sulla validità di tale modello in relazione agli apporti delle sperimentazioni di insegnamento della lingua italiana a minori e adulti immigrati realizzate dal 2020 al 2022 in una piazza pubblica centrale del Comune di Reggio Calabria, punto d'incontro storico anche per i cittadini di provenienza migratoria. Gli elementi contestuali, materiali e immateriali delle lingue e delle culture coinvolte rappresentano la caratteristica chiave e il valore aggiunto rispetto ai modelli precedenti. Prima, durante e dopo ogni attività all'interno di percorsi glottodidattici, il panorama linguistico mantiene la sua presenza negli elementi prevedibili e imprevedibili, costituendo una risorsa potenzialmente inesauribile per acquisire la realtà sociale della lingua, un mezzo in grado di fornire continue occasioni per l'evoluzione delle competenze sociopragmatiche e linguistiche degli apprendenti coinvolti.

2. IL PAESAGGIO LINGUISTICO TRA TEORIA, SPAZI E PEDAGOGIA

2.1. *Evoluzione e applicazioni del concetto di linguistic landscape*

Nato nell'ambito della sociolinguistica e degli studi sul multilinguismo, il concetto di linguistic landscape ha conosciuto, negli ultimi due decenni, un'evoluzione teorica e metodologica significativa. Introdotto da Landry e Bourhis (1997: 23) per descrivere la visibilità delle lingue in spazi pubblici attraverso cartelli, insegne, manifesti e altre forme di comunicazione scritta, il paesaggio linguistico si è progressivamente affermato come campo di studio autonomo e pluridisciplinare, capace di interrogare le relazioni tra lingua, potere, identità e spazio. Da iniziale strumento di rilevazione quantitativa della vitalità etnolinguistica, il paesaggio linguistico si è trasformato in una lente qualitativa e critica per osservare i processi di costruzione simbolica e politica dello spazio urbano (Shohamy, Gorter, 2009; Lou, 2016).

Nel corso del tempo, la nozione di linguistic landscape si è ampliata fino a includere non solo elementi visivi, ma anche componenti sonore (Backhaus, 2015; Scarvaglieri *et al.*, 2013), corporee e performative (Kitis, Milani, 2015), sensoriali ed emotive (Prada, 2024), dando vita a una concezione sempre più multimodale, incarnata e situata del panorama linguistico. Nell'evoluzione degli studi sul linguistic landscape, l'articolo di Scarvaglieri e collaboratori (2013: 45) segna un passaggio significativo verso una concezione ampliata e funzionalmente orientata del paesaggio linguistico urbano. Muovendo dalla constatazione che la maggior parte delle ricerche precedenti ha privilegiato il dato scritto e visibile, gli autori propongono un'estensione metodologica attraverso l'introduzione del concetto di *linguistic soundscaping*, volto a rendere accessibile e analizzabile anche la dimensione orale del multilinguismo urbano. Tale approccio, basato su osservazione etnografica, camminate sonore (*soundwalks*) e interviste narrative, consente di documentare quali lingue vengano effettivamente parlate, in quali spazi sociali e per quali scopi comunicativi. Lo studio, condotto nel quartiere St. Georg di Amburgo mette in luce una netta distinzione tra due aree adiacenti, la gentrificata *Lange Reihe* e la più popolare *Steindamm*, evidenziando una divisione funzionale tra le lingue: quelle immigrate (come turco, arabo, farsi) risultano

prevalentemente impiegate per azioni linguistiche di coinvolgimento e visibilità (nomi di negozi, pubblicità), mentre il tedesco assume il ruolo di lingua veicolare per interazioni transazionali e regolative. A fondamento dell'analisi, gli autori adottano la prospettiva della pragmatica funzionale, che interpreta la lingua come pratica sociale situata, articolata in una rete di azioni linguistiche finalizzate. In chiave glottodidattica, questa proposta teorica e metodologica si rivela particolarmente promettente: permette di superare la mera enumerazione dei segni per favorire una lettura critica e situata del paesaggio linguistico e sonoro, utile a sviluppare nei discenti consapevolezza interculturale, riflessione pragmatica e competenze multimodali. In questo senso, il linguistic landscape, arricchito dalla dimensione sonora, diventa uno strumento per l'educazione linguistica attenta alla complessità e alla materialità dell'uso linguistico nello spazio urbano contemporaneo.

Su un piano ancora più innovativo si colloca il lavoro di Prada (2024: 47), che introduce il concetto di *sensescapes* come evoluzione del paesaggio linguistico verso una teoria transmodale della costruzione di significato. Attraverso un'etnografia partecipativa condotta nel mercato di Al-Kissaria (Nador, Marocco), Prada mostra come il senso dello spazio e della lingua emerga da un intreccio dinamico di esperienze sensoriali (suoni, odori, colori, tattilità) e pratiche linguistiche flessibili, spesso riconducibili a forme di *translanguaging*. Lo studio non solo include l'analisi della segnaletica visibile e dei suoni ambientali, ma valorizza anche la memoria, l'identità e le emozioni dei partecipanti come fonti di costruzione del paesaggio linguistico vissuto. Questo approccio esteso al linguistic landscape suggerisce possibilità applicative per percorsi glottodidattici che vadano oltre l'alfabetizzazione visiva, promuovendo competenze multimodali e un'educazione linguistica anche sensoriale. Tale prospettiva ha permesso di cogliere come i significati linguistici emergano non solo dalla scrittura, ma dall'intreccio dinamico tra suoni, oggetti, corpi, movimenti, odori e memorie individuali, in uno spazio condiviso e contestato, dove le lingue convivono, competono o coesistono in modi non lineari.

L'approccio dell'assemblaggio semiotico (Pennycook, Otsuji, 2015; Pütz, Mundt, 2018) ha ulteriormente rafforzato l'idea del paesaggio linguistico come spazio fluido di negoziazione sociale, in cui le lingue *fanno cose* e non solo *dicono cose*. Uno dei concetti chiave esplorati è dunque quello di assemblaggio inteso come configurazione fluida e instabile di elementi linguistici, materiali e sensoriali che producono significato. In questa prospettiva, il paesaggio linguistico non è semplicemente un insieme di segni visibili, ma un evento performativo e relazionale, che si manifesta nel momento in cui corpi, pratiche e spazi interagiscono. Il volume Expanding the linguistic landscape: Linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource (Pütz, Mundt 2018) dedica particolare attenzione a una prospettiva che supera l'analisi esclusivamente visuale per includere dimensioni corporee, sensoriali e spaziali dell'esperienza linguistica urbana. Gli autori raccolgono una serie di contributi che esplorano come il significato emerga da assemblaggi semiotici complessi, dove testi, oggetti, suoni, odori, gesti e movimenti si intrecciano nell'elaborazione dei significati dei luoghi e contribuiscono alla costruzione del senso nei contesti plurilingui. Questo tipo di approccio apre la strada a una lettura sensoriale ed esperienziale del paesaggio linguistico, in linea con la proposta di sensescape (Prada, 2024).

Le osservazioni degli studiosi sopracitati presentano dunque significativi punti di contatto con l'approccio orientato all'azione del QCER-VC e la relativa considerazione del parlante e apprendente come agente sociale delle lingue. In relazione a queste prospettive, Clemente (2020) propone una visione del linguistic landscape come strumento educativo capace di trasformare la città in un'estensione della scuola e, al contempo, la scuola in uno spazio aperto al mondo esterno. La studiosa evidenzia come il contatto quotidiano con testi scritti presenti nello spazio urbano, dalla segnaletica commerciale ai graffiti, dai manifesti pubblicitari ai testi digitali, costituisca un'occasione

didattica ricca e interdisciplinare, in grado di stimolare il pensiero critico, la consapevolezza linguistica e il dialogo interculturale. Attraverso un approccio ispirato alla pedagogia del luogo e all'educazione alla diversità linguistica e culturale, l'autrice sostiene la necessità di abbattere le barriere tra scuola e città, affinché l'esperienza scolastica possa riflettere la complessità e la pluralità dei contesti urbani contemporanei. L'esplorazione educativa del linguistic landscape è pertanto indicata come via privilegiata per costruire un'educazione più inclusiva, sostenibile e radicata nella realtà sociale dei discenti, promuovendo la partecipazione attiva degli studenti alla lettura e alla trasformazione del loro ambiente quotidiano.

Sempre nel solco delle recenti politiche linguistiche europee, anche Cognigni (2021) propone un'articolata riflessione teorica e applicativa sul concetto di educazione plurilingue e interculturale, evidenziando la necessità di superare l'organizzazione monolingue e compartimentata dei curricoli scolastici in favore di un approccio integrato e trasversale al linguaggio. L'autrice valorizza la centralità della lingua di scolarizzazione quale fulcro attorno a cui si innestano le competenze nelle altre lingue del repertorio degli alunni, sottolineando la continuità tra la tradizione italiana dell'educazione linguistica democratica (GISCEL, 1975) e le più recenti prospettive europee. In particolare, viene evidenziata l'importanza di una didattica sensibile ai repertori linguistici degli studenti, capace di riconoscere le lingue di migrazione e i dialetti locali come risorse formative. Le pratiche ispirate agli approcci plurali, come l'éveil aux langues, l'intercomprensione tra lingue affini e il *translanguaging*, sono presentate come strategie efficaci per coinvolgere gli alunni nella valorizzazione della diversità linguistica, favorendo l'inclusione e l'apprendimento. Un punto chiave dell'articolo è il richiamo alla necessità di rompere le barriere tra scuola e vissuto linguistico e culturale degli studenti, promuovendo attività che coinvolgano anche le famiglie e il territorio, e che connettano le pratiche scolastiche con quelle domestiche e sociali. In tale prospettiva, il linguistic landscape e il paesaggio linguistico informale diventano strumenti fondamentali per costruire un'educazione realmente inclusiva e contestualizzata.

La funzione del linguistic landscape come fonte aggiuntiva di input linguistico è sottolineata da Cenoz e Gorter (2024: 355) in una rilevante prospettiva teorica. Gli autori evidenziano come il panorama linguistico offra esposizione autentica alla lingua, situata in ambienti quotidiani, contribuendo in modo significativo allo sviluppo della competenza pragmatica. Questa interazione con testi scritti, visivi e simbolici presenti nello spazio urbano consente non solo l'apprendimento incidentale di nuove strutture e lessico, ma stimola anche una consapevolezza critica rispetto agli aspetti simbolici e sociopolitici dell'uso linguistico pubblico. Particolarmente rilevante è l'idea che il paesaggio linguistico non debba essere interpretato solo in chiave semiotica o documentaria, ma come ambiente pedagogico attivo, che favorisce l'interazione degli studenti con la realtà plurilingue in cui vivono. Il paesaggio diventa così non solo oggetto di osservazione, ma spazio di esperienza e trasformazione educativa, in cui gli apprendenti sono incoraggiati a riflettere sul valore simbolico delle lingue, sulle gerarchie linguistiche e sui meccanismi di visibilità e invisibilità nei contesti urbani. Cenoz e Gorter (2024: 322) insistono inoltre sulla necessità di integrare il linguistic landscape nei curricula scolastici, offrendo agli insegnanti linee guida per progettare attività didattiche che coinvolgano l'esplorazione, l'analisi e la produzione di testi visivi nello spazio pubblico. In questa prospettiva, il panorama linguistico può configurarsi come un mediatore tra lingua e cittadinanza, utile a sviluppare competenze interculturali e partecipazione consapevole alla vita sociale.

Questa evoluzione teorica, tuttora oggetto di discussione, ha avuto ricadute importanti anche sul piano educativo. Alcuni studi (Lozano *et al.*, 2021; De Wilde *et al.*, 2023; Hernández-Martín, Skrandies, 2021) hanno evidenziato come il linguistic landscape, inteso in senso esteso, possa diventare un ambiente di apprendimento esperienziale,

critico e partecipativo. L'osservazione e l'analisi dei paesaggi linguistici reali promuovono negli studenti non solo competenze linguistiche e metalinguistiche, ma anche consapevolezza interculturale, capacità di lettura critica dello spazio urbano e sviluppo di pratiche multimodali di produzione del sapere. In quest'ottica, il panorama linguistico può configurarsi come dispositivo glottodidattico, offrendo l'opportunità di connettere teoria e prassi, lingua e territorio, individuo e collettività.

2.2. *Problematicità nell'inserimento linguistico e sociale dei cittadini di provenienza migratoria in contesto italiano*

D'Agostino (2017), partendo dalle riflessioni di De Mauro (2011), affronta il tema dell'analfabetismo in Italia con particolare attenzione agli immigrati con basso livello di scolarizzazione. La studiosa analizza l'evoluzione storica del fenomeno, distinguendo tra le abilità di lettura, scrittura e calcolo, e rilevando come nei censimenti italiani queste competenze siano spesso considerate separatamente. In particolare, evidenzia la presenza di un numero rilevante di stranieri residenti che non sanno leggere né scrivere, né in italiano né nella propria lingua madre. D'Agostino sottolinea la scarsità di informazioni sui diversi profili di alfabetizzazione degli immigrati e critica la limitata efficacia dei programmi pubblici di alfabetizzazione, che, in alcuni casi, prevedono solo venti ore dedicate alla lettoscrittura per apprendenti totalmente analfabeti, un tempo ritenuto insufficiente per un apprendimento significativo.

Nell'osservazione delle vulnerabilità sociali e psicologiche degli stranieri con profilo migratorio, Favaro (2013) approfondisce il tema delle difficoltà non solo linguistiche che contribuiscono a ostacolare il percorso d'inclusione degli immigrati adulti analfabeti o scarsamente scolarizzati, soffermandosi in particolare sulla complessità dell' apprendimento linguistico in condizioni di spaesamento e dipendenza comunicativa. L'analfabetismo e la ridotta italofonia in ingresso costituiscono, secondo l'autrice, barriere significative non solo pragmatiche, ma anche emotive e simboliche, che limitano l'accesso ai corsi di lingua italiana. A partire dall'osservazione di tre casi emblematici e dall'esperienza della rete Caritas in Lombardia, Favaro rileva come molti studenti immigrati presentino profili di analfabetismo strutturale e preferiscano percorsi formativi che si distinguano per prossimità e accessibilità. In tale prospettiva, l'autrice propone il modello dei corsi di prossimità, intesi come percorsi calibrati sui bisogni delle persone più fragili, le quali per il proprio vissuto scolastico, talora inesistente, potrebbero sentirsi impreparate a intraprendere percorsi formali di istruzione, avvertendo una rilevante estraneità e distanza in termini culturali e talvolta anche geografici rispetto ai luoghi di abituale residenza dei cittadini immigrati. I corsi di prossimità secondo Favaro prestano attenzione alla selezione e organizzazione, considerano rilevanti la cura dello spazio in termini di riconoscibilità, raggiungibilità e facilitazione all'ingresso, il tempo formativo in materia di durata e scelta degli orari, la flessibilità organizzativa e la riduzione delle barriere burocratiche. Tale tipologia di corsi, oltre a facilitare l'avvicinamento alla lingua e alla cultura italiana, offre un ambiente accogliente e riconoscibile che può rappresentare per molti un primo passo verso una maggiore autonomia linguistica e sociale. Sebbene ancorate al contesto italiano, le riflessioni di Favaro si prestano a essere estese anche a realtà educative di altri paesi, configurandosi come un paradigma utile per la progettazione di percorsi maggiormente inclusivi e sensibili al contesto territoriale.

Le osservazioni di Tonioli (2019) consentono una più sistematica pianificazione per studi futuri sui corsi di prossimità. La studiosa contribuisce alla schematizzazione delle caratteristiche fisiche dei contesti dei corsi di prossimità, attraverso i risultati emersi da una ricerca svolta a Venezia tra il 2017 e il 2018, consistente in interviste e questionari

qualitativi proposti a docenti di italiano e studenti di lingua italiana analfabeti o scarsamente scolarizzati. Dalle considerazioni del gruppo degli studenti adulti, principalmente composto da donne, è emerso il gradimento degli orari delle lezioni nella mattina, poiché i figli erano impegnati a scuola, e nel pomeriggio, con il supporto di un servizio di assistenza ai bambini durante i corsi per gli adulti. Gli studenti hanno considerato positivamente la scelta di parchi, studi pediatrici e moschee come luoghi di lezione. Gli insegnanti hanno fornito riflessioni sull'importanza di un corso, anche breve, che abbia l'obiettivo di avvicinare e interessare persone le quali non hanno mai studiato la lingua italiana e che sia in grado di fornire una maggiore indipendenza e stimoli all'apprendimento. Da tali premesse, Tonioli considera rilevante, per la realizzazione dei laboratori di italiano in contesti di apprendimento non formale, la necessità innanzitutto di «selezionare luoghi e spazi che siano considerati significativi per i partecipanti» ed elabora indicazioni sulle caratteristiche dei contesti di svolgimento dei corsi, che devono essere luoghi facilmente raggiungibili, zone di residenza o soggiorno, considerati belli, piacevoli, interessanti e motivanti da parte degli studenti.

Nell'ambito degli studi sull'insegnamento dell'italiano L2 a studenti adulti con basso livello di scolarizzazione, particolare attenzione è stata rivolta alla complessità del concetto di alfabetizzazione. Minuz (2019: 11), riferendosi alle definizioni dell'UNESCO (2017), sottolinea che l'alfabetismo non andrebbe inteso in termini statici, ma come una competenza situata, legata agli usi sociali della lettura e della scrittura e distribuita lungo un continuum che rende sfumata la distinzione tra alfabetizzati e analfabeti. In questa prospettiva, l'acquisizione linguistica si configura come una progressione osservabile, descritta in modo sempre più articolato dal QCER-VC con l'introduzione del livello pre-A1 e di descrittori potenziati per ogni fascia di competenza. Tuttavia, già prima dell'introduzione formale del livello Pre-A1, Borri e collaboratori (2014) avevano avvertito l'esigenza di una maggiore articolazione nella descrizione delle competenze linguistiche di base, proponendo un sillabo e una scala composta da quattro profili (Pre-Alfa, Alfa A1, Pre-A1 e A1), pensata per adulti con diversi gradi di alfabetizzazione pregressa. Sulla base di tale modello, Brichese (2019) analizza una pubblicazione di Borri e collaboratori (2014)[4] del Consiglio d'Europa che ne approfondisce le caratteristiche sociolinguistiche. I quattro gruppi di apprendenti – pre-alfabeti, analfabeti, semianalfabeti e alfabetizzati – sono descritti non solo in relazione alla quantità e qualità dell'istruzione ricevuta nella lingua materna, ma anche secondo variabili personali, culturali e sociali che generano importanti disuguaglianze all'interno di ciascuna categoria. Tali disomogeneità, sottolinea l'autrice, impongono una riflessione accurata sulle modalità di rilevamento dei bisogni linguistici e sull'organizzazione dei percorsi formativi, che non possono prescindere da una conoscenza approfondita dei profili degli apprendenti e delle loro traiettorie educative.

In risposta alla crescente eterogeneità delle classi di lingua seconda, Caon e Tonioli (2016) propongono una revisione aggiornata del modello della classe ad abilità differenziate, sviluppato inizialmente dal Laboratorio ITALS dell'Università Ca' Foscari di Venezia. Il modello si fonda su una concezione dinamica dell'ambiente classe, in cui le differenze tra apprendenti, di tipo linguistico, ma anche personale, culturale e relazionale, non costituiscono un ostacolo bensì una risorsa da valorizzare. Gli autori, riprendendo e ampliando gli esiti di precedenti ricerche empiriche, sottolineano come anche all'interno di gruppi con livelli linguistici simili possano emergere significative diversità legate a fattori extralinguistici. Per la gestione di classi plurilivello, propongono quindi una didattica flessibile basata sulla differenziazione degli obiettivi e dei contenuti, sull'uso di materiali stratificati e sull'organizzazione di attività che promuovano la cooperazione tra studenti

[4] Il Consiglio d'Europa fa riferimento a tale studio per delineare i differenti profili di alfabetizzazione: https://www.coe.int/en/web/lang-migrants/literacy-profiles.

con competenze diverse. Il parametro della "differenza" viene così assunto come chiave interpretativa per una didattica inclusiva, capace di valorizzare gli aspetti connessi alla complessità di una classe plurilivello. In questa prospettiva, l'interazione tra pari, la valorizzazione degli apprendenti eccellenti e il supporto ai discenti in difficoltà diventano elementi centrali nella costruzione di percorsi formativi realmente personalizzati.

Sul fondamento della metodologia dell'organizzazione delle classi ad abilità differenziate, Caon (Brichese, Caon, 2019: 35) ha elaborato un modello glottodidattico e di apprendimento a mediazione sociale, considerando non soltanto l'interazione tra studente, docente e lingua oggetto di insegnamento e apprendimento, ma anche il ruolo rilevante dell'interazione reciproca tra studenti per la facilitazione del percorso di apprendimento di una seconda lingua. L'insegnante diventa facilitatore linguistico, anteponendo alla dimensione trasmissiva dell'insegnamento una dimensione sociale, nella quale l'interazione tra gli studenti diventa fondamentale nel processo di acquisizione linguistica. «Il docente si colloca sullo sfondo […] e ha come compito principale quello di favorire la creazione di una relazione significativa tra lingua e studente (e tra studente e studente)». Il modello a mediazione sociale, con la ridefinizione delle tradizionali funzioni e relazioni dei ruoli di docenti e studenti nel processo di insegnamento e apprendimento di una lingua, rappresenta dunque una delle caratteristiche essenziali della classe ad abilità differenziate. Caon indica tale modello in particolare per l'applicazione a classi di lingue per studenti analfabeti e debolmente scolarizzati, sia per la gestione di classi costituite da minori, sia per classi composte da adulti, dove non sempre, per ragioni organizzative e per la diversità delle caratteristiche degli apprendenti è possibile stabilire una separazione e ripartizione puntuale degli studenti in relazione al livello di competenza linguistica. Il modello a mediazione sociale è difatti particolarmente flessibile, può essere applicato in diversi contesti e si rivolge ad apprendenti non necessariamente con un basso livello di abilità linguistiche.

2.3. *Considerazioni sullo stato dell'arte*

La letteratura esaminata nel presente contributo offre un quadro articolato e in evoluzione delle potenzialità del panorama linguistico in ambito educativo, evidenziando la ricchezza delle sue manifestazioni visive, sonore, sensoriali, multimodali e la sua capacità di assumere un ruolo di mediatore tra apprendimento linguistico ed esperienza quotidiana degli apprendenti. Gli studi più recenti, in particolare, insistono sull'importanza di valorizzare il paesaggio linguistico come spazio educativo informale, in grado di promuovere consapevolezza linguistica, riflessione critica, sviluppo di competenze trasversali e dialogo interculturale, con approcci che spaziano dalla pedagogia del luogo al *translanguaging*.

Tuttavia, nonostante la vivacità teorica e la presenza di proposte applicative promettenti, permane una relativa debolezza nelle sperimentazioni strutturate e continuative in ambito glottodidattico, in particolare orientate all'insegnamento di una seconda lingua per l'integrazione linguistica di apprendenti migranti adulti e minori con profili migratori. Le esperienze documentate risultano spesso isolate, circoscritte a contesti universitari o scolastici specifici, e raramente accompagnate da percorsi di monitoraggio partecipato e valutazione sistematica. Le riflessioni degli studiosi, pur ricche di spunti, tendono a concentrarsi sull'identificazione di buone pratiche e su interventi episodici piuttosto che sulla costruzione di modelli metodologici stabili e replicabili.

In tale prospettiva, progetti che mirano a integrare il paesaggio linguistico urbano nei percorsi glottodidattici rivolti a soggetti in situazione di vulnerabilità linguistica e sociale possono contribuire a fornire ulteriori spunti, promuovendo una didattica di una lingua

seconda fondata sull'osservazione critica dello spazio, sulla valorizzazione dei repertori linguistici individuali e sull'ibridazione tra contesti formali e informali. Tali esperienze, se documentate e analizzate in prospettiva longitudinale, potrebbero costituire un'importante base per lo sviluppo di linee guida metodologiche specifiche per la glottodidattica in contesto migratorio, con attenzione alla dimensione ecologica e relazionale dell'apprendimento linguistico.

3. METODOLOGIA

3.1. *Contestualizzazione delle premesse teoriche e obiettivi*

La presente ricerca si inserisce nel paradigma interpretativista delle scienze sociali, adottando un approccio qualitativo e induttivo che integra i principi della ricerca azione e dell'osservazione partecipante, finalizzati all'analisi dell'efficacia delle pratiche glottodidattiche in contesti non formali di apprendimento linguistico. L'indagine inoltre è collocata nel quadro di una glottodidattica sensibile alla diversità linguistica e culturale, ispirata ai principi dell'educazione linguistica democratica (GISCEL, 1975), della didattica inclusiva (Cognigni, 2021) e dell'educazione plurilingue e interculturale promossa dal Consiglio d'Europa. Dal punto di vista metodologico si assume come riferimento il concetto esteso di linguistic landscape, inteso non solo come oggetto di osservazione linguistica ma come ambiente di apprendimento multimodale e partecipativo (Shohamy, Gorter, 2009; Backhaus, 2015; De Wilde *et al*., 2021).

In questa prospettiva si propone l'adozione di una metodologia attiva e situata, fondata sulla realizzazione di una scuola italiano e di lingue all'aperto, con particolare attenzione alla lingua della società ospitante, immersa costantemente nel paesaggio linguistico urbano inteso anche come spazio educativo, in continuità con le esperienze descritte da Clemente (2020) e Malinowski e collaboratori (2021: 10), che promuovono la rottura delle barriere tra scuola e città.

La ricerca è stata condotta nella città di Reggio Calabria, in un ambiente urbano e interculturale identificabile con una piazza pubblica centrale. L'obiettivo principale è consistito nell'esplorazione delle potenzialità didattiche e sociali offerte dallo spazio pubblico inteso come contesto educativo, valorizzando il ruolo implicito, continuo e multimodale del linguistic landscape come risorsa di apprendimento linguistico.

Lo studio si è proposto di coinvolgere studenti adulti e minori di origine migratoria, attraverso attività didattiche all'aperto finalizzate all'insegnamento e all'apprendimento della lingua italiana. Le attività sono state coordinate da un gruppo di docenti volontari principalmente con esperienza e, in alcuni casi, formazione specifica nella didattica dell'italiano a stranieri. È stata prevista un'organizzazione didattica flessibile, adattabile a differenti periodi dell'anno e ai bisogni formativi emergenti dei partecipanti.

Dal punto di vista metodologico, l'approccio si è articolato secondo una logica di ricerca azione, prevedendo cicli riflessivi di progettazione, osservazione, implementazione e revisione delle pratiche didattiche. In tale ottica è stato previsto di coinvolgere attivamente sia i docenti che gli studenti nei processi di ridefinizione delle attività, promuovendo un ambiente formativo partecipativo e inclusivo.

Il linguistic landscape urbano è stato integrato nel percorso formativo in modalità sia spontanea che strutturata. In particolare si è ipotizzato un uso didattico delle risorse visive, sonore, sensoriali ed emozionali presenti nel contesto urbano, attraverso attività che sollecitino nei partecipanti consapevolezze linguistiche, simboliche e identitarie. L'intento è consistito nel favorire un'esposizione linguistica autentica, continua e multisensoriale, che superi i confini tradizionali della lezione in una struttura chiusa o poco permeabile.

Per quanto riguarda la raccolta dei dati, è stato previsto l'utilizzo di strumenti qualitativi quali diari di campo, materiali didattici prodotti durante le attività, osservazioni partecipanti e, laddove possibile, registrazioni audio, fotografie e video. È stata inoltre predisposta una scheda di iscrizione che gli studenti avrebbero dovuto compilare, con il supporto dei docenti, inserendo i propri dati anagrafici, dati sulla nazionalità dei genitori, sul periodo di permanenza in Italia, sulla lingua materna e altre lingue conosciute anche con livelli di competenza di base, sull'eventuale nascita in Italia, sulla pregressa frequenza di corsi di lingua italiana, con l'invito a specificare il luogo e le caratteristiche dei corsi. È stato inoltre previsto un test d'ingresso scritto seguito da un'intervista orale per valutare le competenze in lingua italiana. La raccolta di dati anagrafici e di informazioni relative al vissuto e alle competenze linguistiche dei partecipanti, anche avvalendosi della mediazione di studenti già iscritti per favorire l'intercomprensione tra ricercatore e nuovi allievi, avrebbe avuto come obiettivo la predisposizione e l'adattamento del contesto e delle pratiche didattiche ai bisogni formativi degli studenti. Considerando tali dati, ci si è prefissi in una fase successiva di osservare l'influenza di variabili come età, repertorio linguistico pregresso e esperienze educative precedenti nei processi di apprendimento nel contesto oggetto di studio.

L'analisi dei dati è stata orientata secondo criteri tematici e cronologici, con particolare attenzione alle dinamiche di interazione linguistica, ai processi di negoziazione dei significati e alle modalità con cui i partecipanti sarebbero entrati in relazione con lo spazio urbano. Inoltre, sono state prese in considerazione le dimensioni affettive, motivazionali e identitarie legate agli stimoli del paesaggio linguistico.

L'impostazione metodologica si fonda dunque su una visione dei partecipanti come soggetti attivi del percorso di ricerca, promuovendo relazioni di prossimità e rispetto reciproco. Tale approccio ha permesso di cogliere con maggiore profondità i bisogni formativi dei cittadini provenienti da contesti migratori e di contribuire alla costruzione di percorsi glottodidattici inclusivi e contestualizzati. È stato previsto di far riunire almeno una volta alla settimana, al termine delle lezioni, i docenti volontari, in modo da elicitare il confronto tra gli insegnanti, raccogliere informazioni utili sull'andamento delle lezioni, su proposte didattiche, ma anche su proposte connesse a quali strumenti didattici fisici acquistare, chiedere in donazione, utilizzare, sostituire o riparare, o quali miglioramenti si sarebbero potuti apportare al luogo di studio. Prevedendo tempi estesi prima e dopo le lezioni, è stato previsto di svolgere brevi e costanti interviste libere con gli studenti in piazza, allo scopo di cogliere consigli e osservazioni utili su criticità e aspetti positivi del percorso di apprendimento. È stato inoltre ipotizzato di chiedere ai docenti volontari di fare domande inerenti alle lezioni e al relativo contesto o semplicemente di proporre agli insegnanti di ascoltare le considerazioni spontanee degli studenti e di riportare quanto appreso allo scrivente.

È stata ipotizzata l'adozione di un modello didattico basato sulla differenziazione dei percorsi secondo i livelli di alfabetizzazione e di competenza linguistica, ispirandosi al QCER-VC e ai profili di apprendenti elaborati da Borri e collaboratori (2014: 10) e Brichese (2019: 23). Particolare attenzione è stata posta nella selezione degli spazi di apprendimento, seguendo i criteri proposti da Tonioli (2019: 234) per i corsi di prossimità: ambienti familiari, accessibili e motivanti, capaci di favorire il senso di appartenenza e ridurre la distanza percepita dal contesto educativo.

Infine, è stato prefissato di esplorare il valore aggregativo e interculturale dello spazio pubblico come luogo di apprendimento linguistico e di socializzazione, ipotizzando che l'interazione spontanea con elementi del linguistic landscape possa costituire una leva significativa per l'inclusione sociale e la costruzione di competenze comunicative nella lingua della società ospitante.

3.2. *Selezione del macrocontesto di studio*

È stato pianificato di condurre la ricerca azione nel comune di Reggio Calabria, un centro urbano dell'Italia meridionale costituito nel 2020 da una popolazione di 173.026 abitanti, di cui 10.902 sono cittadini stranieri e costituiscono il 6,3% della popolazione residente del suddetto comune. Gli stranieri residenti in Calabria risultano essere 92.996, a fronte di una popolazione complessiva di 1.860.601, rappresentando il 5% del totale della popolazione della regione. L'Italia, con un numero complessivo di popolazione residente pari a 59.236.213, registra 5.171.894 di stranieri presenti sul territorio nazionale, con un'incidenza pari a 8,7% sul totale dei residenti[5]. Per l'attuazione della ricerca è risultato rilevante considerare i fattori di rischio di marginalizzazione ed esclusione linguistica e sociale che possono essere causati da occasioni limitate di disponibilità e accesso a servizi educativi e da difficoltà nell'inserimento lavorativo, dovute a inferiori opportunità occupazionali in Italia meridionale rispetto all'Italia settentrionale e centrale[6]. Le difficoltà di inserimento nel mondo del lavoro per gli immigrati adulti possono accrescere il rischio d'isolamento sociale e linguistico, riducendo le opportunità di acquisizione linguistica che possono realizzarsi anche attraverso l'interazione con i parlanti nativi e la conseguente esposizione a una seconda lingua, anche per impieghi che non richiedono particolari abilità linguistiche ma che implicano condizioni e opportunità di base per la comunicazione interpersonale.

Tabella 1: *Tasso di occupazione in Italia e in 3 regioni e città del sud, centro e nord*

Tasso di occupazione in percentuali, dai 15 ai 64 anni di età		
	2019	**2020**
Italia	59.0	58.1
Sud	44.8	44.3
Calabria	42.0	41.1
Reggio di Calabria	39.2	39.3
Centro	63.7	62.7
Umbria	64.6	63.5
Terni	61.1	59.3
Nord	67.9	66.6
Piemonte	66.0	64,6
Torino	65.4	63.5

Miceli (2014) ha condotto una ricerca qualitativa a Reggio Calabria caratterizzata da interviste approfondite a diciotto giovani di origine straniera di seconda generazione nati in Italia o residenti nella penisola per un lungo periodo, con l'obiettivo di comprendere il ruolo esercitato dal contesto di residenza sulle aspirazioni e progetti per il futuro degli informanti. Su diciotto giovani intervistati, quattordici considerano l'ipotesi di una

[5] Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), 1° gennaio 2021, *Bilancio dei residenti stranieri in Italia:* http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPSTRCIT1.

[6] Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2019), Per i residenti dai 15 ai 64 anni di età, il tasso di occupazione in Italia meridionale è del 44.8% e nella città metropolitana di Reggio di Calabria risulta del 39.2% nel 2019, mentre nell'Italia settentrionale il tasso di occupazione è del 67.9% e nella città metropolitana di Torino nello stesso anno gli occupati sono il 66% del totale. In Italia centrale il tasso di occupazione è del 63.7% e nella città di Terni il tasso di occupazione nel 2019 si attesta al 61.1%.

migrazione verso l'Italia settentrionale o un'emigrazione all'estero. Le quattro persone che non si confrontano con la possibilità di trasferirsi sono giunte in Italia a un'età compresa tra i dieci e i quindici anni, presentando un vissuto del proprio percorso migratorio più recente rispetto al resto degli intervistati. La studiosa sottolinea che le motivazioni dei giovani di origine straniera connesse alle ipotesi di un percorso migratorio per il proprio futuro si avvicinano principalmente a quelle considerate dai giovani italiani residenti nel medesimo contesto. Colucci e Gallo (2014) osservano che questi ultimi lasciano il sud dell'Italia per migrare verso l'area settentrionale della penisola, con una prospettiva di migliorare le proprie condizioni di vita. Miceli inoltre evidenzia che dalle interviste emerge l'idea di una migrazione avvertita più come percorso obbligato che come un'opzione con alternative per attuare i propri progetti futuri. Tali considerazioni sono connesse alla percezione di difficoltà a trovare opportunità nel contesto lavorativo in cui risiedono. Lo studio di Miceli, pur trattandosi di un'indagine su un campione di dimensioni ridotte, documenta che le aspirazioni dei giovani d'origine straniera di seconda generazione rispecchiano le scelte degli italiani del sud, i quali scelgono in numeri rilevanti il trasferimento della propria residenza altrove.

Nel calcolo della differenza tra numero di immigrati ed emigrati nelle singole regioni, l'Istat registra che la Calabria è la regione con il tasso netto di migrazione più basso in Italia (-5,8 per mille). Reggio Calabria è la terza provincia italiana a registrare il saldo migratorio tra i più bassi (-8 per mille)[7]. In questo scenario, Campania, Sicilia, Puglia e Calabria hanno costituito la destinazione di prima residenza dell'11% su circa 259.000 immigrati giunti in Italia nel 2019[8], mentre gli stranieri che nel 2019 hanno trasferito la propria residenza all'interno del territorio nazionale italiano sono stati 284.000[9]. Operando una stima sugli italiani espatriati nel 2019, l'Istat rileva inoltre il trasferimento all'estero da parte di 37.000 cittadini nati all'estero. Questi ultimi hanno soggiornato in Italia acquisendo la cittadinanza italiana e nel 2019 hanno raggiunto Paesi terzi o il Paese d'origine, costituendo il 30% del totale degli espatri[10].

Pur non considerando tra i numeri delle statistiche sopraccitate coloro che non hanno ufficializzato la propria posizione trasferendo la residenza, è possibile osservare che il Mezzogiorno, nella sua condizione di luogo storico e attuale di emigrazione, rappresenta un punto attrattivo rilevante per i flussi migratori in ingresso anche per la sua posizione nel Mediterraneo in prossimità del continente africano e dell'Europa balcanica, che lo rendono meta delle rotte migratorie provenienti dal Mediterraneo centrale.

Nel contesto di immigrazione strutturale verso l'intera penisola, la Calabria si inserisce anche in qualità di luogo significativo per la ricezione di flussi di immigrazione che Sarlo (2015) definisce «non rilevati»[11], contraddistinti da una stanzialità spesso precaria e costituiti da presenze di carattere stagionale. Le motivazioni di tali presenze sono connesse alla ricerca di impieghi di natura per lo più irregolare nel settore agricolo e in parte in quello turistico, nonché dai numerosi sbarchi di persone ospitate inizialmente nei centri di prima accoglienza. L'autrice sottolinea che i centri urbani calabresi di maggiori dimensioni mantengono il ruolo di principale punto di riferimento per l'insediamento di cittadini provenienti da contesti migratori.

Alcune delle motivazioni per le quali una parte della popolazione immigrata adulta è a rischio di esclusione dalla società ospitante e di isolamento da un punto di vista linguistico, anche a seguito di tempi prolungati di residenza su suolo italiano, sono rappresentate da

[7] Ivi: 7. Tra le prime cinque province d'Italia con tassi migratori più bassi vi sono altre due calabresi: Crotone (-10 per mille) e Vibo Valentia (-7 per mille).
[8] Istat (2021: 6).
[9] Istat (2021: 7).
[10] Istat (2021: 3).
[11] Sarlo A. (2015: 47).

difficoltà nell'inserimento lavorativo e problematiche nella conciliazione della gestione delle famiglie, in particolare per i nuclei familiari con bambini. Difatti, di fronte a un contesto già precario perché caratterizzato da ridotte opportunità lavorative e dalla diffusione del lavoro irregolare, è possibile ipotizzare per le madri provenienti da contesti migratori, rispetto alle madri autoctone, una più elevata difficoltà nella gestione e organizzazione familiare. Spesso le famiglie con retroterra migratorio non possono fare affidamento sull'aiuto dei genitori, che non sempre seguono i figli adulti nel progetto di migrazione, continuando a vivere nel Paese d'origine. In un contesto culturale come quello italiano, in cui il sistema di organizzazione sociale prevede un forte affidamento sulla famiglia, considerata come principale fornitrice di servizi di assistenza e cura[12], non poter contare sul supporto dei genitori rappresenta per gli adulti dei nuclei familiari provenienti da contesti migratori un significativo svantaggio rispetto ai cittadini nativi, specialmente in un contesto urbano come quello di Reggio di Calabria che dispone di tre soli centri pubblici di servizi di educazione e cura della prima infanzia destinati ai bambini con un età fino ai trentasei mesi, definiti anche asili nido, per una popolazione di più di 170.000 abitanti. Tutti gli altri asili nido presenti sul territorio comunale risultano privati e, nonostante i loro costi più elevati rispetto a quelli pubblici, risultano comunque recentemente più accessibili alle famiglie con difficoltà economiche grazie alla Legge 11 dicembre 2016, n. 232[13], che stabilisce sussidi alle famiglie per il pagamento di rette per la frequenza dei bambini in asili nido pubblici e privati. A partire dal 18 dicembre 2020 questa forma di assistenza economica è percepibile anche dalle famiglie straniere con un permesso di soggiorno a scadenza, a seguito dell'Ordinanza del Tribunale di Milano del 9 novembre 2020[14], con la quale si stabilisce che la negazione del sussidio per gli asili nido a madri straniere prive di un permesso di soggiorno di lungo periodo costituisce una forma di discriminazione.

Tuttavia, senza il supporto familiare, le madri provenienti da contesti migratori rischiano un isolamento sociale continuativo e prolungato se per dedicarsi esclusivamente alla cura della famiglia non intraprendono percorsi di apprendimento della lingua del Paese ospitante e in particolare della lingua scritta, processo ancor più complesso per gli analfabeti strutturali e debolmente scolarizzati.

Sebbene il numero di cittadini stranieri dimorante sul territorio nazionale sia più elevato nell'Italia settentrionale e centrale rispetto al Mezzogiorno e alle isole maggiori[15], è stato scelto di attuare un percorso di ricerca azione nel contesto di una città metropolitana dell'Italia meridionale che presenta maggiori rischi di marginalizzazione ed esclusione sociale per gli adulti stranieri, dovuti anche alla diffusione di elevati tassi di disoccupazione e inattività che contribuiscono a sviluppare condizioni di fragilità e marginalità.

[12] Barillà S., Martinelli F., Sarlo A. (2020: 715, 716, 718, 726).
[13] Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana (2016), Legge 11 dicembre 2016, n. 232: https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/12/21/16G00242/sg.
[14] Tribunale di Milano (2020), *Registro generale notizie*, 3219/2020.
[15] Istituto Nazionale di Statistica (2021), 1° gennaio 2021, *Bilancio dei residenti stranieri in Italia,* http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPSTRCIT1. Su 5.171.894 di cittadini stranieri soggiornanti in Italia, più della metà (3.058.724) risiedono nell'area settentrionale del Paese; 1.284.499 si collocano nell'Italia centrale; 828.671 risiedono nell'Italia meridionale e nelle isole maggiori.

4. Sperimentazioni e analisi

4.1. *Individuazione di un contesto di prossimità all'aperto e organizzazione di una scuola di lingue*

L'indagine ha avuto luogo a Reggio Calabria, nell'ambiente interculturale e urbano di una piazza pubblica centrale del comune, tra il 2020 e il 2022, con l'obiettivo di valutare le potenzialità didattiche e sociali offerte dall'utilizzo dello spazio pubblico come contesto educativo, valorizzando il ruolo implicito e continuo del linguistic landscape.

Lo studio ha riguardato studenti minori e adulti di provenienza migratoria coinvolti in attività all'aperto di insegnamento e apprendimento della lingua italiana. Lo scrivente ha coordinato le attività didattiche svolte un gruppo di sedici docenti di lingua italiana volontari, di cui quattro con formazione specifica nella didattica dell'italiano a stranieri. Le attività si sono svolte inizialmente per tre mesi (da agosto a ottobre 2020) con orario di lezione programmato per tre giorni alla settimana, dalle 18:00 alle 20:00, e successivamente con cadenza annuale per sei mesi (da maggio a ottobre) nel 2021 e per sette mesi (da aprile a ottobre) nel 2022 con orario delle lezioni per due giorni alla settimana nel pomeriggio della durata di un'ora e trenta minuti per ogni lezione. L'intervento ha preso avvio in seguito alla sospensione dei percorsi scolastici formali a causa della pandemia da COVID-19 e ha inteso anche offrire una risposta educativa alternativa, inclusiva e accessibile.

Nel corso dei primi mesi del 2020 è stata individuata un'area circoscritta nella zona centrale del comune di Reggio di Calabria, presso la stazione centrale, in cui è risultata evidente la concentrazione di piccole imprese commerciali e di servizi gestite da cittadini stranieri o con dipendenti stranieri. Nella medesima zona è stata rilevata la presenza di uffici amministrativi frequentati da cittadini provenienti da contesti migratori, come la questura e la prefettura. Inoltre è stato osservato che un numero rilevante di cittadini stranieri si rivolgono a una comunità riunita intorno a una chiesa cattolica che, attraverso il Centro d'ascolto per immigrati G. B. Scalabrini, offre prestazioni gratuite di assistenza legale, servizi di uno studio commercialista, distribuzione di derrate alimentari, supporto psicologico e, fino a febbraio 2020, ha proposto corsi di lingua italiana, proseguiti nel periodo di emergenza sanitaria presso alcuni domicili degli studenti.

È stato constatato che una piazza di ampie dimensioni posta intorno agli uffici, alle attività e ai centri di servizi sopra descritti rappresenta un luogo di sosta, incontro e transito, specialmente per i cittadini di provenienza migratoria. Il contesto risulta fruibile anche perché contornato da alberi che garantiscono ampi spazi all'ombra durante la giornata ed è caratterizzato dalla presenza di quattordici panchine a tre o quattro posti per ognuna, da una fermata dell'autobus e da una fontana pubblica. Per verificare la presenza di cittadini di diverse culture sono stati effettuati tre sopralluoghi nei giorni feriali e tre sopralluoghi nei giorni festivi presso la piazza del comune di Reggio di Calabria individuata, registrata nella toponomastica come piazza Carlo Mezzacapo e chiamata e riconosciuta più comunemente dagli abitanti come piazza *Sant'Agostino*, nome dedicato alla chiesa cattolica antistante l'area della suddetta piazza[16]. L'area della piazza è ubicata nei pressi della stazione centrale di Reggio di Calabria e rappresenta un punto storico di aggregazione delle comunità di origine straniera[17]. I sopralluoghi sono stati effettuati in diversi orari della giornata: mattina, pomeriggio e sera, al fine d'indagare sull'effettiva frequentazione della piazza da parte di cittadini provenienti da contesti migratori.

[16] Parrocchia SS. Filippo e Giacomo in S. Agostino.

[17] Suraci P. (2021), *Identità e luoghi: Piazza Sant'Agostino ora multietnica, un tempo dei figli dei ferrovieri*, Reggio di Calabria, 2021: https://www.reggiotoday.it/cronaca/piazza-sant-agostino-multietnica-storia-figli-ferrovieri.html.

Il metodo di osservazione ed esame del contesto è consistito soprattutto nell'ascolto delle lingue parlate dai frequentatori della piazza, coadiuvato da verifiche rappresentate da domande rivolte ai gestori di esercizi commerciali e di servizi situati nei pressi della piazza riguardo alla provenienza dei cittadini che frequentano abitualmente il luogo oggetto d'indagine, dalle quali è emersa la conferma sulla presenza costante di cittadini di diverse culture e nazionalità ma anche di italofoni minori e adulti.

Lo scrivente, dopo aver constatato la validità del luogo per la realizzazione di una scuola di italiano all'aperto gratuita, destinata ai cittadini provenienti da contesti migratori, ha pianificato il trasferimento del proprio domicilio nei pressi della piazza individuata. Lo scrivente è stato residente nei pressi di piazza Mezzacapo da luglio 2020 fino al termine delle attività di ricerca nel mese di ottobre 2022, in modo da favorire un'immersione consistente e un contatto diretto e continuativo con il tessuto sociale e il contesto oggetto di studio e garantire con una maggiore sicurezza, dovuta anche a una posizione di prossimità del domicilio, una partecipazione costante alle attività progettate dall'inizio fino al termine del percorso di ricerca.

All'interno di un raggio di 370 metri a partire dalla piazza Mezzacapo, sono stati individuati ventisette esercizi commerciali o di servizi a conduzione straniera; cinque attività di servizi o commerciali a gestione italiana con dipendenti stranieri; quattro istituzioni pubbliche di elevato interesse per i cittadini provenienti da contesti migratori e quattro sedi di erogazione di servizi gratuiti in favore dei cittadini stranieri organizzati da privati o da istituzioni afferenti alla Chiesa cattolica. Questi luoghi rappresentano punti d'incontro, di scambio d'informazioni e di relazione per i cittadini con retroterra migratorio. In particolare, in negozi, centri di servizi ed esercizi gastronomici a conduzione straniera, è stato osservato che generalmente i frequentatori con una lingua madre non italiana trovano in questi luoghi non soltanto occasioni per relazionarsi con persone della medesima cultura, ma anche opportunità per informarsi, per affiggere annunci di lavoro o informativi scritti, presenti nelle bacheche o sulle vetrine delle attività.

Didascalia Figura 1:

18 *esercizi commerciali e servizi a conduzione straniera*;

19 *imprese a conduzione italiana con dipendenti stranieri*;

B *sedi di istituzioni statali, organizzazioni non governative ed ecclesiastiche che rappresentano luoghi di interesse per gli stranieri residenti*;

0 *piazza Mezzacapo, sede della Scuola italiana in piazza*;

G *deposito degli arredi e del materiale scolastico destinato alle attività didattiche*;

domicilio dell'autore del presente studio.

Figura 1. *Area circostante la piazza Carlo Mezzacapo del comune di Reggio di Calabria*



Nel periodo antecedente all'avvio di una scuola informale di italiano all'aperto, è stata condotta una mappatura dei luoghi di aggregazione frequentati da cittadini stranieri, tra cui centri religiosi cristiani ortodossi, musulmani, sikh e cattolici, centri di assistenza legale, e attività commerciali gestite da migranti. In questi contesti, sono stati effettuati colloqui esplorativi per valutare l'interesse verso un progetto educativo all'aperto, rivolto all'insegnamento gratuito della lingua italiana e di lingue diffuse tra i futuri apprendenti di italiano. A seguito del riscontro positivo ottenuto, è stata inoltrata una richiesta ufficiale al Comune per l'occupazione temporanea di una porzione di piazza pubblica (Piazza Mezzacapo), finalizzata alla realizzazione del progetto.

Parallelamente, è stata sviluppata un'articolata rete di collaborazione con enti religiosi, associazioni di volontariato e singoli cittadini grazie alla quale sono stati reperiti materiali didattici, arredi scolastici, e risorse umane qualificate. È stato anche pianificato un supporto educativo per bambini in età prescolare tramite il programma *Nati per Leggere*[18]. Il progetto ha ottenuto l'autorizzazione ufficiale il 6 agosto 2020, ed è stato strutturato per garantire sostenibilità attraverso il volontariato, l'autofinanziamento e la partecipazione della comunità locale.

Sono stati usati diversi strumenti per promuovere l'apertura di una scuola di italiano in piazza, fra cui il volantinaggio della documentazione informativa parzialmente tradotta in otto lingue[19], l'apertura di una pagina web su un social network[20], il passaparola e l'affissione di avvisi nei luoghi punto di riferimento per le comunità straniere già individuati e sopracitati. Con la finalità di informare la cittadinanza sulla natura e sugli obiettivi del percorso in partenza, lo scrivente ha realizzato e pubblicato sulla pagina web della nascente scuola un manifesto contenente la descrizione e gli obiettivi del percorso proposto.

4.2. *Iniziano le attività della scuola all'aperto*

Il 17 agosto 2020 è stata inaugurata nella Piazza Mezzacapo la *Scuola italiana in piazza*. Le lezioni sono state fissate ogni settimana, il lunedì, il mercoledì e il venerdì, dalle 18:00 alle 20:00. L'apertura della scuola in piazza ha stimolato l'interesse della stampa e della televisione locale[21], oltre a essere stata considerata anche successivamente un evento culturale rilevante ai fini dell'inclusione degli stranieri[22]. Cittadini italiani, di diversa estrazione sociale, hanno offerto la propria disponibilità per contribuire con mezzi propri a incrementare i materiali didattici essenziali alla scuola, oltre a informare altri cittadini provenienti da contesti migratori dell'esistenza della realtà scolastica all'aperto. I docenti

[18] Per prendere visione del programma *Nati per leggere*: https://www.natiperleggere.it/.

[19] La frase sui volantini «lezioni di italiano gratuite per giovani e adulti» è stata tradotta in arabo, inglese, punjabi, francese, cinese, spagnolo, rumeno e russo con il supporto di cittadini provenienti da contesti migratori con madrelingua araba, punjabi, rumena, russa e cinese e con l'aiuto di docenti di lingua francese, inglese, spagnola.

[20] https://www.facebook.com/scuolaitalianainpiazza.

[21] RTV, emittente televisiva con sede nella provincia di Reggio Calabria ha realizzato un servizio giornalistico nel giorno d'apertura: https://www.facebook.com/watch/?v=2634647303453879 e successivamente, in occasione di un evento organizzato dalla scuola consistito in una rappresentazione teatrale in piazza per scopi didattici.

[22] Articolo del 12/08/2020 pubblicato dal quotidiano online Calabria.live: https://calabria.live/a-reggio-la-prima-scuola-italiana-in-piazza-per-giovani-e-adulti-stranieri/;
Articolo pubblicato dall'Osservatore Romano, in data 07/11/2020:
https://www.osservatoreromano.va/it/news/2020-11/quo-258/apprendere-la-lingua-per-integrarsi.html;
articolo pubblicato online da ANSA Calabria il 17/08/2021:
https://www.ansa.it/calabria/notizie/2021/08/17/scuola-ditaliano-in-piazzainiziativa-reggio-compie-un-anno_0504eff8-3691-4364-af7b-b53dd9b2f455.html.

hanno svolto anche compiti organizzativi, di allestimento, igienizzazione e deposito di arredi e supporti scolastici, nonché di pulizia dell'area circostante. Parte degli studenti della scuola e cittadini italiani hanno collaborato, con adesione spontanea, nell'allestimento, deposito e igienizzazione degli arredi scolastici. Agli studenti sono stati consegnati un quaderno e una penna personale, oltre a un supporto di cartone rigido plastificato all'inizio di ogni lezione, al fine di garantire un punto di appoggio per il quaderno e un sostegno più agevole per la scrittura. Al termine delle lezioni gli arredi scolastici sono stati collocati in un deposito nelle vicinanze della piazza.

Nel corso delle prime due settimane di lezioni, che hanno previsto incontri didattici per tre giorni alla settimana per la durata di due ore per ogni lezione, hanno partecipato in maniera costante 20 studenti di origine siriana, irachena e marocchina, costituiti da 4 famiglie con 12 minori e 8 adulti. Gli studenti sono stati informati mediante comunicazione scritta e orale, in italiano e inglese, di una ricerca scientifica in corso riguardante l'apprendimento dell'italiano e di una raccolta di dati ai fini di studio e ricerca. Gli allievi che non conoscevano l'italiano hanno tradotto queste informazioni servendosi di programmi di traduzione simultanea su smartphone, hanno compilato una scheda, fornendo i propri dati anagrafici in merito a età, genere, nazionalità, lingua madre, altre lingue conosciute, luogo di nascita, periodo di tempo trascorso in Italia dal momento dell'arrivo, dati su frequentazione di corsi di lingua italiana in precedenza e nazionalità dei genitori.

Gli studenti hanno svolto un test linguistico scritto e orale che ha permesso di determinare il relativo grado di competenza linguistica in italiano e in seguito di creare classi differenziate, sulla base delle competenze linguistiche in italiano degli studenti. Questa prova di lingua non è stata considerata interamente vincolante come indicazione del grado di competenza linguistica: difatti ai docenti è stato richiesto di osservare elementi nella comunicazione scritta e orale da parte degli studenti durante le lezioni, utili a fornire un quadro più completo delle abilità dei discenti nell'uso e nella comprensione della lingua italiana. Se fossero state osservate particolari difficoltà linguistiche e comunicative da parte di alcuni allievi nella partecipazione alle lezioni in una determinata classe o se si fosse osservata una competenza in italiano superiore a quella rilevata nel test linguistico iniziale, i docenti volontari avrebbero proposto agli studenti individuati di prender parte ad attività didattiche in classi per livelli di competenza linguistica superiori o inferiori, a seconda delle abilità linguistiche dimostrate dai discenti nel corso delle lezioni.

Nel corso delle lezioni, i discenti hanno progressivamente iniziato ad assumere un ruolo attivo nella fase preparatoria delle lezioni e al termine delle attività didattiche: una parte significativa delle donne e delle ragazze hanno chiesto di aiutare i docenti a portare in piazza i prodotti per la pulizia del pavimento e degli arredi scolastici e a utilizzarli anche al termine delle attività. Si è trattato di una proposta principalmente di carattere spontaneo, seguita dall'azione degli uomini e dei ragazzi di genere maschile, i quali hanno offerto un supporto nel trasporto degli arredi scolastici dal vicino deposito alla piazza e viceversa. Gli allievi in diverse occasioni hanno affermato di essere felici di fornire supporto o hanno semplicemente sorriso nel momento in cui aiutavano. Tale collaborazione ha fornito occasioni per un confronto verbale tra docenti e discenti, contribuendo a rendere maggiormente orizzontale la relazione tra le due categorie. È stato possibile osservare che, dopo queste attività, gli allievi iniziavano la lezione sorridendo e che gli insegnanti erano meno stanchi fisicamente.

Brevi interviste libere agli studenti, realizzate prima, durante e dopo le lezioni hanno restituito una gamma variegata di impressioni, in parte legata all'età, al genere e alle esperienze di vita dei partecipanti. I bambini hanno interpretato la piazza come uno spazio aperto che permette di apprendere anche in modo ludico: "C'è il cielo, sembra ricreazione" (bambino marocchino nato in Italia, 8 anni); "Corro un po' e non sono

sempre seduta" (bambina indiana, sette anni). Alcuni hanno mostrato una sensibilità più pratica: «Troppo caldo, ho sete» (bambino pakistano, 10 anni al termine del mese di luglio). Gli adolescenti hanno posto l'accento sulla socialità e sul contatto con persone esterne: "Qualcuno inizia a parlare con noi" (ragazzo siriano, 15 anni). Per altri, la dimensione aperta rappresenta una sfida: "Mi piace, ma quando siamo vicino strada c'è rumore" (ragazza pakistana, 14 anni). È emerso anche un senso di rottura con l'idea scolastica tradizionale: "Non sembra scuola, ma va bene" (ragazza siriana, 16 anni). Gli adulti hanno spesso collegato le proprie osservazioni a esigenze quotidiane. Una donna pakistana (32 anni) ha osservato: "Con lezioni qui vengo con figli, impariamo noi". Un uomo bengalese (42 anni) ha detto: "libero, bello, ma quando c'è pioggia…". "Troppo vento, finiamo oggi?" (donna ucraina, 51 anni); "Studio con figli, molto aiuto" (donna marocchina, 36 anni). Infine, sono emerse osservazioni legate al clima emotivo e relazionale: «conosco amiche siriane» (donna siriana, 40 anni); "Se sbagliamo siamo tranquilli" (ragazzi indiani, 17 e 18 anni). Nel complesso, la piazza è stata percepita come uno spazio che favorisce partecipazione e un apprendimento meno formale, pur con i limiti pratici legati al clima, al rumore e alla comodità.

Come è osservabile nei seguenti grafici, tra il mese di agosto 2020 e il mese di ottobre 2022, nelle stagioni primaverili, estive e autunnali, la scuola all'aperto ha ospitato complessivamente ma non contemporaneamente duecentoventotto studenti, di cui sessanta minori di trentotto nazionalità, incluse le doppie nazionalità. La continuità della frequenza per gli apprendenti è stata eterogenea e la presenza si è concentrata soprattutto nei mesi estivi.

Figura 3. *Nazione di provenienza dei 79 studenti che hanno frequentato la scuola all'aperto da agosto 2020 a ottobre 2020*

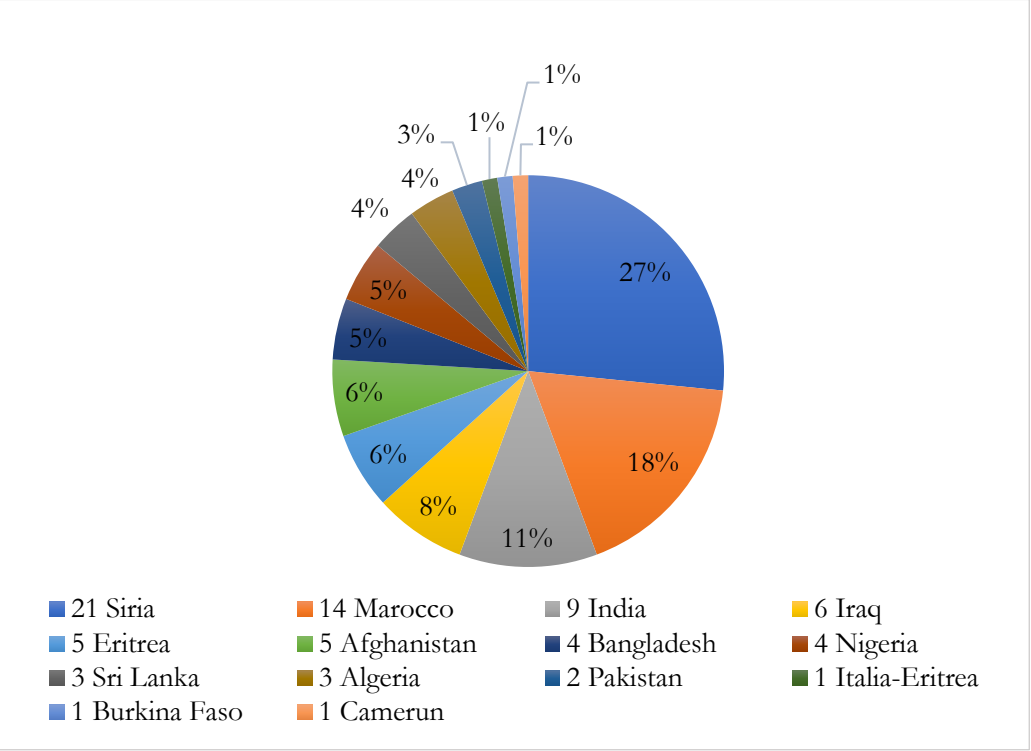


Figura 4. *Nazione di provenienza dei 108 nuovi studenti che hanno frequentato la scuola all'aperto tra maggio e ottobre 2021*

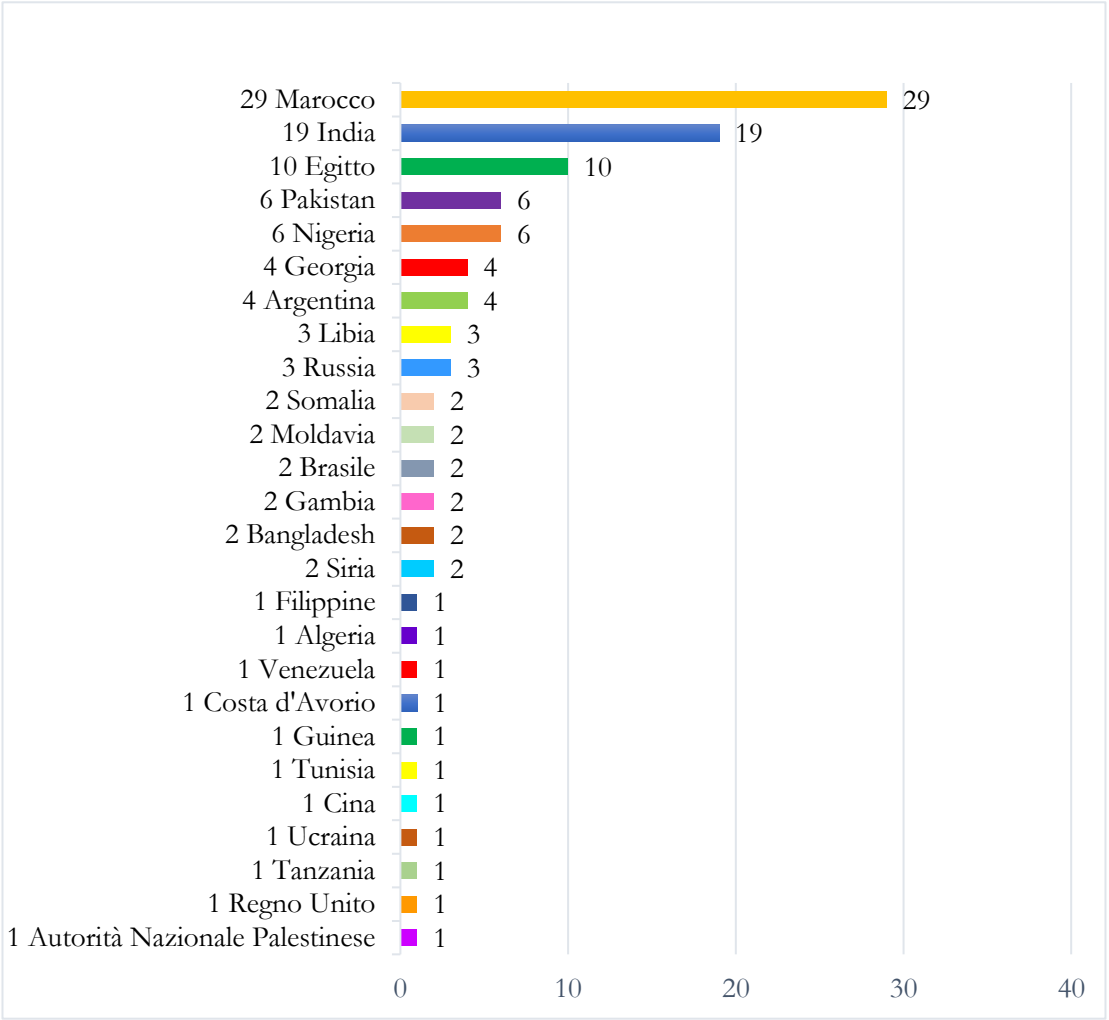
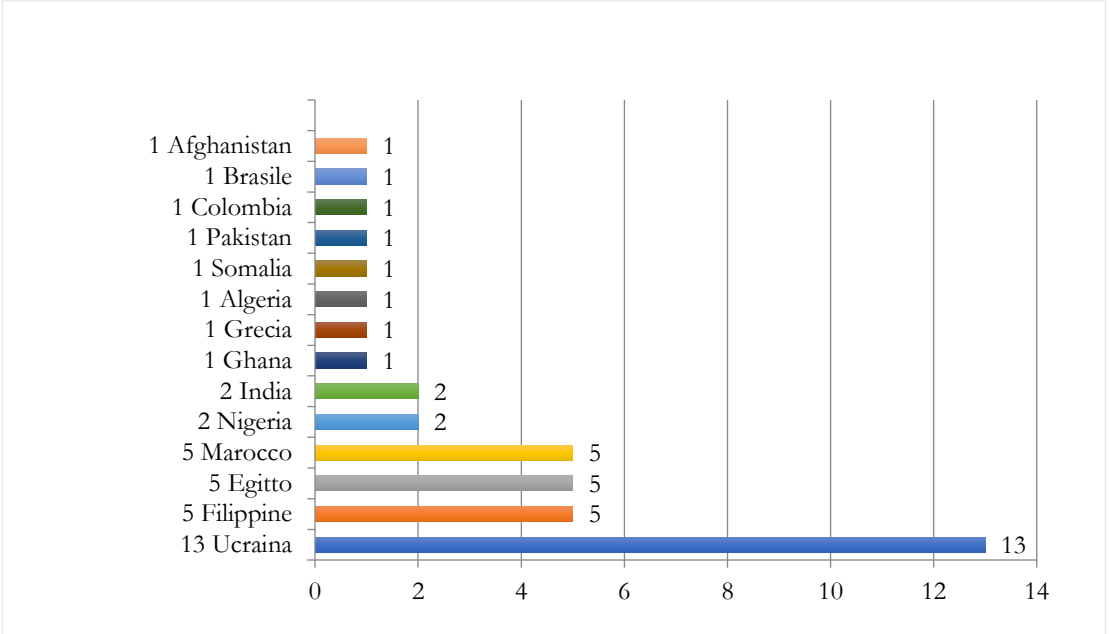


Figura 5. *Nazione di provenienza dei 41 nuovi studenti che hanno frequentato la scuola all'aperto tra aprile e ottobre 2022*



Inizialmente è stata costituita un'unica classe per tutti gli studenti; i docenti, compreso lo scrivente, si sono alternati nel corso delle lezioni. A partire dagli ultimi giorni della seconda settimana dall'apertura, considerato il crescente numero di studenti coinvolti che aveva raggiunto il numero complessivo di 40 persone, sono state create quattro classi per i seguenti gradi di competenza linguistica in italiano: Alfabetizzazione, PreA1, A1, A2. Nelle classi sono confluiti gli allievi sulla base della verifica e osservazione del grado di abilità linguistiche in italiano.

Tuttavia, considerando i nuclei familiari presenti, è stato deciso di garantire, per almeno un tempo parziale delle lezioni, la condivisione dell'esperienza didattica per le famiglie in un'unica classe: a tal scopo è stato richiesto agli studenti con un grado di competenza più elevato all'interno dei nuclei familiari, generalmente i figli, di raggiungere negli ultimi trenta minuti di lezione le classi frequentate dai genitori per collaborare con questi ultimi. I genitori hanno presentato un grado di competenza linguistica in italiano inferiore rispetto ai figli. Si sono verificati due casi in cui i minori assegnati a una classe di livello superiore rispetto ai genitori hanno chiesto di frequentare le stesse classi dei familiari[23]. Quando richiesto, è stato permesso ai figli di unirsi alla classe dei genitori ed è stata osservata dai docenti l'attività dei figli durante la lezione, volta a supportare i genitori in fase di comprensione orale e comprensione e produzione scritta.

Con l'obiettivo di elicitare le competenze glottomatetiche, i minori che hanno frequentato le classi di livello inferiore rispetto alla loro competenza linguistica, sono stati invitati in più occasioni ad affiancare gli insegnanti a dare spiegazioni di contenuti linguistici e comunicativi realizzando, sotto la supervisione dei docenti, anche dialoghi e drammatizzazioni e collaborando con gli insegnanti nella scrittura alla lavagna.

Le classi sono state collocate in punti della piazza non distanti fra loro, con una disposizione delle sedie a ferro di cavallo. Contestualmente alla divisione in classi degli studenti, è stato elaborato dallo scrivente un sillabo progressivamente aggiornato e consegnato ai docenti, contenente indicazioni su aspetti comunicativi, grammaticali, lessicali e culturali da affrontare nel corso delle lezioni per ogni classe, oltre a informazioni sull'approccio induttivo integrato con la riflessione metalinguistica e sul metodo glottodidattico linguistico e comunicativo selezionato per essere usato nel corso delle lezioni. Questo piano didattico è stato successivamente elaborato dagli insegnanti volontari sulla base delle indicazioni di indice e contenuti delle unità didattiche dei testi di italiano per stranieri in dotazione.

È stato predisposto un registro delle lezioni al fine di esaminare la presenza e la continuità di frequenza degli studenti alle attività di insegnamento. Inoltre è stata scattata almeno una fotografia ad ogni classe durante la maggior parte delle lezioni, al fine di garantire la possibilità di documentazione e di un confronto con il numero e i nomi degli studenti presenti annotati nel registro delle presenze.

4.3. *Reclutamento dei docenti*

A seguito delle prime due settimane di lezioni all'aperto, sono state ricevute manifestazioni d'interesse da parte di aspiranti docenti di lingua italiana per stranieri a titolo gratuito, interessati ad aderire al percorso didattico iniziato. Previa osservazione e valutazione da parte dello scrivente delle esperienze lavorative e di studio dei candidati al ruolo di insegnanti, è stato predisposto il loro inserimento progressivo nelle quattro classi della scuola. È stato dunque costituito un gruppo eterogeneo e mediamente qualificato di sedici docenti volontari, di cui dodici donne e quattro uomini. La maggior parte è in

[23] Una figlia di origine siriana di livello A2 in italiano ha chiesto di frequentare la classe della madre, di grado A1. Un figlio eritreo di livello A2 in italiano ha domandato di seguire la classe della madre, di livello A1.

possesso di una laurea magistrale a indirizzo umanistico, mentre quattro insegnanti dispongono di certificazioni specifiche per la didattica dell'italiano L2 (DITALS II o CEDILS). Il corpo docente include professionisti provenienti da ambiti diversi: scolastico, universitario, bibliotecario e socioeducativo. Inoltre sono stati presenti alcuni insegnanti in formazione, accomunati dall'impegno per la promozione linguistica e l'inclusione sociale.

Lo scrivente ha organizzato brevi riunioni almeno una volta alla settimana al termine delle lezioni allo scopo di elicitare il confronto tra insegnanti, i quali hanno proposto soluzioni a problemi pratici come la necessità di sostituzione, acquisto, riparazione o richiesta di donazione dei materiali didattici, l'idea di avanzare richieste al Comune di Reggio Calabria in relazione alla riparazione di alcuni lampioni rotti nella piazza per facilitare la vista degli studenti al tramonto o la proposta di individuare un luogo sicuro in cui lasciare borse o oggetti di valore. Gli insegnanti si sono confrontati tra loro dopo l'avvio della discussione da parte dello scrivente con alcune domande come: "Che cosa vi è piaciuto di più di quello che avete fatto e cosa può essere migliorato?", "Gli studenti vi hanno detto qualcosa di utile o interessante o hanno parlato di qualcosa che non va?", "Si trovano bene o male?" "Perché?". Alcuni insegnanti hanno ammesso di essersi accorti di aver commesso alcuni errori a livello linguistico, come dare per scontato che gli allievi conoscessero già tutti gli articoli determinativi. La maggior parte dei docenti ha affermato che attraverso il confronto con gli studenti, anche prima e dopo le lezioni, stavano iniziando ad apprendere parole o piccole frasi in lingue che non conoscevano. Un'insegnante ha riferito che due allieve in una classe ai margini della piazza si sono lamentate del rumore del traffico, così insieme è stato deciso di collocare quella classe in una posizione più centrale. Un'altra docente ha riferito di essersi graffiata una mano e di essere stata accompagnata da un'allieva preadolescente verso la fontana pubblica vicina. Un docente ha riferito con sorpresa che alunni pakistani e indiani si aiutavano vicendevolmente nel corso delle lezioni quando i contenuti non erano chiari. Al termine di una lezione nel mese di settembre, dopo una considerazione da parte di un insegnante sulla sensazione che l'esperienza in corso stesse contribuendo a formare un legame comunitario tra docenti e discenti, tutti i presenti alla riunione, compreso lo scrivente hanno affermato di trovarsi d'accordo con l'idea appena esposta.

I docenti volontari difatti sono stati condotti progressivamente alla valorizzazione delle proprie potenzialità e al lavoro in autonomia. Da una fase iniziale in cui si rivolgevano allo scrivente per qualsiasi motivo didattico, logistico o per chiedere autorizzazioni, hanno progressivamente maturato competenze nell'autoorganizzazione connesse soprattutto al confronto reciproco e continuativo e hanno dichiarato di aver proseguito con tali dinamiche anche al di fuori del contesto didattico. Gli insegnanti non hanno soltanto condotto le attività didattiche, ma si sono anche occupati autonomamente di aspetti organizzativi, logistici e comunicativi, dalla gestione dei materiali e degli spazi urbani fino alla comunicazione digitale con gli studenti. La totalità degli insegnanti ha dichiarato che i canali dei social network e i gruppi di messaggistica istantanea, questi ultimi creati dai docenti in favore degli studenti, sono risultati fondamentali per comunicare con gli allievi e con le persone interessate ad avere informazioni sulla scuola in merito ad aggiornamenti del calendario delle lezioni e di comunicazioni di eventi significativi. L'organizzazione delle lezioni ha previsto una rotazione funzionale dei docenti, con attenzione particolare alle esigenze della classe di alfabetizzazione, composta da studenti con livelli eterogenei di competenza linguistica e culturale, inclusi analfabeti strutturali.

L'azione formativa è stata ispirata ai principi del *service learning* (Furco, Billig 2002), configurandosi come percorso di cittadinanza attiva fondato sulla connessione tra apprendimento teorico e servizio solidale. In un'ottica trasformativa e partecipata, la formazione è stata arricchita da momenti di riflessione collettiva e seminari tenuti dallo

scrivente e webinar realizzati da esperti universitari su tematiche di glottodidattica e comunicazione interculturale.

Inoltre, sei volontarie del gruppo locale *Nati per leggere* hanno fornito il loro supporto, per almeno una volta alla settimana nel 2020, nelle attività di lettura e scoperta di libri illustrati per bambini. Le volontarie hanno lavorato con i minori che hanno frequentato la scuola in piazza, anche al fine di alleggerire genitori e figli maggiori dall'impegno nei confronti dei componenti della famiglia in età prescolare e all'inizio dell'età scolare. Le volontarie hanno realizzato attività didattiche e ludiche con i bambini, assicurando brevi interazioni tra i minori e i genitori, visibili costantemente dai bambini durante le lezioni, nell'ambiente aperto della piazza. A tali attività hanno partecipato occasionalmente anche bambini italiani, sotto la supervisione dei rispettivi genitori, i quali hanno richiesto allo scrivente il permesso di far partecipare i figli al percorso con i giovani in età prescolare. I genitori stranieri hanno dichiarato, in qualità di studenti, di apprezzare particolarmente le giornate in cui si sono svolte le attività con i bambini perché hanno permesso loro di seguire le lezioni con maggiore attenzione e concentrazione.

4.4. *Attività integrative alla didattica più tradizionale*

La presenza di un numero crescente di docenti volontari ha consentito di organizzare, in collaborazione con associazioni e cooperative con sede nel comune di Reggio Calabria, ulteriori attività didattiche, ludiche, ricreative, culturali e informative, divenute progressivamente parte integrante delle attività della scuola e aventi l'obiettivo di consolidare la comunità scolastica e favorire lo scambio e il dialogo interculturali fra cittadini italiani e stranieri. In particolare sono stati realizzati nella piazza Mezzacapo, a eccezione delle gite scolastiche per le quali la piazza ha rappresentato il punto di partenza:

- il teatro in piazza mediante l'uso della tecnica giapponese del *kamishibai*[24], una forma di narrazione delle storie accompagnata da illustrazioni su supporto cartaceo, usata anche per i percorsi di alfabetizzazione. L'attività è stata compiuta da professionisti locali del teatro, nonché titolari di una biblioteca per ragazzi[25] in due occasioni: nell'autunno del 2020[26] e nell'estate del 2021[27];
- uno spettacolo teatrale intitolato *Storie di pezza*, messo in scena attraverso il teatro di figura con burattini, marionette e ombre cinesi che raccontano otto storie appartenenti a diverse tradizioni culturali, nell'autunno del 2021[28];
- letture ad alta voce in plenum di brevi racconti illustrati in italiano da parte dei docenti volontari e delle volontarie del gruppo *Nati per leggere*, prima dell'inizio delle lezioni, almeno una volta al mese;
- letture di brevi racconti illustrati in lingue straniere contenenti le relative traduzioni in italiano per piccoli gruppi, realizzate dagli studenti della scuola in favore di minori e adulti che conoscono la stessa lingua con la quale gli studenti hanno letto i testi. Questi eventi sono stati organizzati occasionalmente e le letture si sono svolte principalmente in lingua araba, punjabi, bengalese, singalese, cinese, russo, portoghese e inglese. Le

[24] McGowan (2010: 10).
[25] Associazione culturale Spazio teatro: https://www.spazioteatro.net/; La biblioteca dei ragazzi: http://www.bibliotecadeiragazzi.it/kamishibai.
[26] https://www.facebook.com/scuolaitalianainpiazza/photos/pcb.152032936616438/152032873283111/.
[27] https://www.strill.it/citta/reggio/2021/06/reggio-calabria-pillole-di-contaminazioni-festa-di-comunita-2-0/.
[28] Evento organizzato dall'Associazione culturale Spazio teatro con il contributo del Ministero della Cultura Fondo unico spettacolo 2021 e con la collaborazione gratuita della Scuola italiana in piazza: https://www.ragazzimedfest.it/2021/10/18/storie-di-pezza/.

lettrici sono state specialmente donne, le quali hanno rivolto le letture ai propri figli, ad altri bambini e ragazzi e ad adulti;

- quattro gite scolastiche, di cui due nell'estate del 2020 e del 2021 alla Pinacoteca Civica, una presso il Museo archeologico nazionale e una presso il Palazzo della cultura di Reggio di Calabria, passeggiando per le vie centrali della città. I docenti volontari accompagnatori hanno riferito di aver condotto gli studenti raccontando la storia della città. Hanno dichiarato inoltre di avere illustrato ai discenti i ruoli e le funzioni degli uffici istituzionali presenti sul percorso dalla piazza Mezzacapo alla pinacoteca, al museo archeologico e al palazzo della cultura, con particolare attenzione alla Prefettura, al palazzo centrale del Comune, al palazzo della Città Metropolitana e alle Poste centrali;
- due spettacoli di pagliacci con attività ludiche interattive per giovani e adulti nel corso del 2021[29];
- materiali ludici tradizionali e interattivi in legno per bambini e adulti, allestiti in piazza in due occasioni nel 2020[30];
- 2 cacce al tesoro presso la Villa Comunale Umberto I di Reggio Calabria, a pochi passi dalla sede della scuola;
- la *Befana in piazza* agli inizi di gennaio 2021, un evento organizzato in collaborazione con realtà associative di Reggio di Calabria[31], durante il quale sono stati offerti a bambini e ragazzi della scuola giochi e libri donati da cittadini italiani;
- dimostrazione pratica per la creazione di ciondoli artigianali e oggetti con materiali di riciclo nell'estate del 2021[32];
- laboratorio di danze popolari internazionali per giovani e adulti nell'estate del 2021[33].

Le iniziative straordinarie elencate sopra sono state aperte alla cittadinanza e hanno avuto l'obiettivo di consolidare il legame familiare e comunitario tra gli studenti nel contesto d'apprendimento linguistico della piazza, offrendo l'opportunità, anche per mezzo di attività ricreative e ludiche, di instaurare relazioni sociali e di comunicazione interculturale tra i discenti, fra docenti e allievi, tra cittadini italiani e stranieri, in una modalità connessa implicitamente con lo studio e l'apprendimento dell'italiano, obiettivi che sono rimasti il fine ultimo anche nel corso di tali iniziative. Nel corso degli eventi extrascolastici, organizzati con l'intento di coinvolgere sia i singoli cittadini, sia le famiglie, è stata osservata in particolare l'interazione orale tra genitori italiani e stranieri che avevano condotto i propri figli in età prescolare o all'inizio dell'età scolare a partecipare alle attività. Ulteriori occasioni che hanno sollecitato particolarmente l'interazione tra adulti stranieri e italiani, ma che hanno coinvolto anche i minori, sono state rappresentate dai laboratori di danze popolari internazionali e da un'organizzazione spontanea da parte di cittadine pakistane e indiane, le quali hanno portato in piazza materiale decorativo non permanente per la pelle e hanno iniziato a realizzare decorazioni su mani e braccia, inizialmente fra loro. Avendo suscitato l'interesse di studentesse d'italiano provenienti da altri paesi, di insegnanti volontarie e di cittadine italiane presenti, nonché la curiosità dei bambini, le studentesse indiane e pakistane hanno realizzato in favore delle persone interessate altre decorazioni su mani e braccia. Tale occasione è stata replicata in un'altra giornata

[29] Iniziativa organizzata in collaborazione con l'Associazione di promozione sociale Pagliacci clandestini https://www.pagliacciclandestini.it/home.
[30] Evento organizzato in collaborazione con l'Associazione culturale Magnolia Onlus.
[31] Associazione culturale Magnolia, La Biblioteca dei ragazzi, Nati per leggere RC, Adexo associazione.
[32] Evento curato dall'artista T. Azzar, autrice di dipinti ad olio, ritratti su commissione, creazioni di oggetti in rame.
[33] Iniziativa realizzata da A. Scopelliti, Associazione culturale Magnolia, e Associazione Radici del suono.

attraverso l'acquisto del materiale decorativo da parte della scuola e la proposta alle studentesse di realizzare nuove decorazioni per le persone interessate. Questi eventi hanno offerto opportunità di socializzazione e di scambio reciproco di conoscenze, favorendo percorsi verso l'inclusione sociale e una maggiore consapevolezza interculturale per i partecipanti.

4.5. *Si arricchisce il paesaggio linguistico con una piccola biblioteca all'aperto*

Sin dalla nascita della Scuola, il gruppo di *Nati per leggere* ha presenziato alle attività e alle lezioni, con la piena collaborazione delle volontarie che gradualmente e con la mediazione dei docenti volontari sono entrate in contatto con le famiglie straniere, avvicinandole al mondo della lettura. Inizialmente sono stati acquistati albi illustrati in arabo e in curdo e successivamente in punjabi, urdu, bengalese, russo, ucraino, portoghese, singalese e pashtu. La scelta dei testi ha rispecchiato le diverse comunità che si sono avvicendate all'interno del contesto d'apprendimento. Spesso, soprattutto all'aperto, le lezioni sono state introdotte dalla lettura di un albo illustrato, momento durante il quale le diverse classi si sono riunite per godere di alcuni minuti di racconto, supportati anche dalle immagini.

Gli albi illustrati acquisiti sono stati utilizzati anche come materiale didattico; più volte un albo è stato "decostruito" e analizzato da un punto di vista lessicale e grammaticale e si è rivelato uno strumento vincente per abbattere alcune barriere linguistiche. Un evento annotato riguarda la lettura de *Il ghiribizzo*[34], un libro illustrato nel quale una parola a bassa frequenza ma altamente connotativa, inserita in un testo semplice e con immagini significative, ha suggestionato, incuriosito e dato spazio al confronto. Si è inserito nel contesto delineato sopra il progetto Mammalingua[35], rispondendo a necessità già avanzate dalla scuola e ha sollecitato in modo più strutturato la promozione della lettura in lingua straniera. In un'occasione in particolare, in compagnia di una donna siriana e di uomo bengalese, rispettivamente madre e zio di due bambini presenti, si è proposta la lettura di un albo in italiano e nelle lingue di appartenenza di adulti e minori coinvolti.

Altri eventi hanno supportato la promozione della lettura: la partecipazione al Bibliopride 2020 insieme a *La biblioteca dei ragazzi*[36] con l'evento *Teatro di carta, parole in gioco*, che ha valorizzato la lettura animata e il gioco all'interno del contesto urbano; durante le vacanze natalizie 2020, il gruppo locale di *Nati per leggere* ha donato libri ai bambini della scuola, a seguito di una raccolta di libri mediante un'iniziativa di beneficenza chiamata *Libro sospeso*.

In collaborazione con l'associazione Magnolia[37] è stata installata nel mese di ottobre 2021 una piccola struttura in legno con due scaffali e una porta con rivestimento trasparente in un'aiuola della piazza Mezzacapo a seguito di autorizzazione comunale: una piccola biblioteca a carattere internazionale dedicata allo studioso Umberto Zanotti Bianco. Tale struttura è stata inserita nella rete delle *free little library* già presenti in città.

[34] Tognolini, Orecchia (2014).

[35] Nato nel 2015, «il progetto Mamma Lingua. Storie per tutti, nessuno escluso dell'Associazione Italiana Biblioteche si rivolge alle famiglie con bambini da 0 a 6 anni delle più numerose comunità straniere del nostro paese promuovendo la consapevolezza dell'importanza della lettura condivisa in famiglia in lingua madre, della narrazione e della diversità linguistica, tramite la diffusione dei libri per bambini in età prescolare nelle lingue maggiormente parlate nel nostro Paese»: https://www.mammalingua.it/il-progetto-mamma-lingua/.

[36] Società Cooperativa Sociale Onlus La biblioteca dei ragazzi e delle ragazze.

[37] Associazione Culturale Magnolia Onlus: https://www.magnoliarc.org/.

L'associazione Magnolia descrive le piccole biblioteche diffuse come «casette di legno artigianali che contengono libri che possono essere presi e depositati da chiunque»[38].

Il significato di una biblioteca in un'area solitamente di passaggio e dalle frequentazioni vivaci ha rappresentato un invito a rallentare, a porsi domande, a guardarsi attorno. Come indicato nel Manifesto UNESCO sulle biblioteche pubbliche del 1995, la biblioteca è una «via di accesso locale alla conoscenza». Scegliere un libro consente dunque di ascoltare una storia di un lontano o vicino antenato o di un contemporaneo. Che sia un racconto straordinario o quotidiano, la letteratura in ogni forma può rappresentare un'occasione di apprendimento e una proiezione per il futuro. La piccola biblioteca è stata collocata in un'area della piazza visibile, seppur protetta dagli imponenti alberi che la contornano. Una struttura in legno direttamente fruibile, aprendosi agli spazi all'esterno, ha rappresentato un simbolo informale in grado di avvicinare la cittadinanza alla lettura ma anche un presidio di responsabilità al quartiere, costituendo occasioni di confronto interculturale nel corso delle lezioni della scuola.

Insieme alle attività didattiche della scuola, la presenza della biblioteca nella piazza Mezzacapo ha costituito un ulteriore tassello nella definizione di uno spazio di riferimento comunitario e linguistico in cui riconoscersi, incontrarsi e condividere conoscenza. I libri in diverse lingue depositati dai cittadini hanno caratterizzato la vocazione internazionale di questa piccola biblioteca, rispecchiando la componente multiculturale che frequenta la piazza e stimolando interessi o bisogni conoscitivi. Difatti nella struttura è stata riscontrata la presenza di romanzi, fumetti, graphic novel, saggi, guide turistiche, libri illustrati e di narrativa per bambini, alfabetieri e dizionari in italiano, russo, arabo, turco, swahili, inglese, francese, tedesco e spagnolo. La promozione della lettura, sin dall'inizio, ha rappresentato un binario che si è mosso accompagnando e integrando le attività di formazione linguistica della scuola, con piccoli eventi supportati anche da realtà locali, che hanno dato continuità all'azione svolta. I docenti volontari hanno inoltre riferito di avere usato i libri presenti nella biblioteca come ausilio didattico nel corso delle lezioni, in modo da favorire tra gli studenti una maggiore consapevolezza della stretta connessione tra i concetti di scuola, studio, conoscenza e biblioteca. Anche i discenti hanno riferito di aver utilizzato e preso in prestito soprattutto dizionari di italiano, fumetti, libri di cucina e romanzi, ma anche di aver depositato alcuni dei propri libri scritti nella loro lingua materna, come romanzi in lingua russa, francese e portoghese, fumetti in inglese e hindi, guide turistiche in urdu e arabo.

4.6. *Da scuola di italiano a scuola di lingue*

All'inizio dell'inverno del 2021 è stata considerata la possibilità di fornire ulteriori opportunità per promuovere la conoscenza reciproca fra culture e per coinvolgere ulteriormente i cittadini italiani nelle attività settimanali della scuola, in modo da garantire occasioni aggiuntive per la socializzazione tra italiani e stranieri. Con l'idea di avvicinare i cittadini italiani a realtà culturali distanti attraverso lo studio delle lingue, sono stati pianificati percorsi di formazione e apprendimento di lingue straniere, offrendo occasioni di partecipazione non solo per gli italiani, ma anche per i figli dei cittadini con profilo migratorio nati o cresciuti in Italia, con l'obiettivo di consentire alle seconde e successive generazioni di giovani provenienti da contesti migratori di riscoprire le proprie radici attraverso il mantenimento e l'acquisizione di ulteriori competenze nella lingua d'origine, specialmente per quanto concerne le abilità di lettura e scrittura. Difatti nei casi in cui il sistema di scrittura nella lingua d'origine è differente da quello usato nel paese ospitante,

[38] Associazione Culturale Magnolia (2020), Piccole Biblioteche Diffuse – Reggio Calabria: https://www.magnoliarc.org/piccole-biblioteche-diffuse-reggio-calabria/.

le seconde e le successive generazioni di cittadini con retroterra migratorio, nati o cresciuti in una società diversa da quella di provenienza dei genitori o dei nonni, rischiano di non acquisire le competenze necessarie a scrivere e leggere nella lingua d'origine.

Per realizzare gli obiettivi sopra esposti, sono stati individuati, con il supporto e la consultazione dei docenti volontari italiani, i migliori studenti della scuola che avessero anche ottime capacità organizzative, comunicative e relazionali. Sono stati selezionati sei studenti, ai quali sarebbe stato proposto d'insegnare la propria lingua materna, la propria cultura e altre lingue conosciute a un ottimo livello di competenza, a studenti italiani o a studenti con un retroterra migratorio nati o cresciuti in Italia. Su sei studenti, tre hanno espresso l'interesse a organizzare e portare avanti autonomamente dei corsi di lingua straniera, da avviare inizialmente presso la sede invernale della scuola e successivamente da proseguire nelle tre restanti stagioni nel contesto all'aperto della piazza. Le studentesse coinvolte provengono da Siria, Russia, Brasile. La volontaria siriana, la quale ha concluso gli studi superiori nel suo Paese d'origine, avrebbe insegnato l'arabo; la volontaria russa, con una laurea in lingua e letteratura russa, avrebbe realizzato un corso di lingua e cultura russa; la volontaria brasiliana, studentessa di un corso di laurea in enogastronomia nel suo Paese di provenienza e con origini italiane, avrebbe insegnato il portoghese. È stata offerta piena autonomia organizzativa dei corsi e i futuri docenti hanno partecipato a un incontro formativo tenuto dallo scrivente e aperto anche agli insegnanti volontari italiani, riguardante i processi cognitivi degli apprendenti di una seconda lingua e di una lingua straniera. Nel corso dell'evento formativo è stato esplicitato il concetto della diversità dei punti di vista e delle differenti visioni del mondo in relazione alle culture di provenienza degli individui che apprendono una lingua non materna e dei docenti che insegnano la propria lingua madre.

Con la consapevolezza che gli insegnanti volontari non presentavano una formazione specifica nell'ambito della glottodidattica, i corsi sono stati orientati su un'idea di condivisione di contenuti e aspetti linguistici e culturali della lingua materna e della cultura di provenienza. È stata mantenuta una proposta di percorso formativo nel settore della didattica delle lingue, offerta dallo scrivente sia ai volontari italiani, sia ai volontari stranieri, per favorire l'evoluzione e il consolidamento delle competenze didattiche.

Per garantire ai cittadini interessati la possibilità di acquisire informazioni sui nuovi corsi direttamente dagli insegnanti volontari di lingue straniere, è stata organizzata una giornata di presentazione dei nuovi corsi nella piazza Mezzacapo nel mese di gennaio 2021. In quest'occasione, gli insegnanti volontari hanno presentato i loro corsi, hanno raccolto le relative iscrizioni e hanno creato gruppi di messaggistica istantanea finalizzati alla comunicazione con gli studenti, comprendente l'invio di materiale didattico, la calendarizzazione dei corsi e la trasmissione d'informazioni utili a uno svolgimento ottimale dei corsi.

Alle prime lezioni delle lingue proposte hanno partecipato ventotto studenti adulti italiani, tra i quali otto insegnanti volontarie della scuola. Nel corso di interviste, queste ultime hanno motivato l'interesse a studiare una lingua straniera affermando che il percorso di apprendimento di un'altra lingua le avrebbe aiutate a comprendere meglio le difficoltà che affrontano i loro studenti di lingua italiana e i relativi bisogni formativi, confermando inoltre il coinvolgimento nello studio di una lingua straniera anche per motivi d'interesse personale.

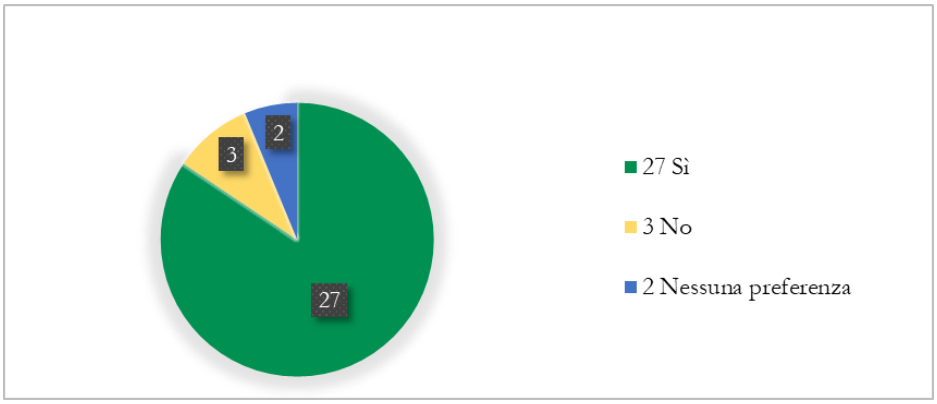
Le lezioni di lingue straniere sono iniziate il 27 gennaio 2022 in un ambiente privato non all'aperto, a una distanza di circa 500 metri dalla piazza sede della scuola, reso disponibile dal parroco della Chiesa degli Ottimati. Le attività si sono svolte per un giorno alla settimana, con la durata di circa un'ora e quindici minuti per lezione, in orari e giorni diversi rispetto alle lezioni di italiano per garantire la fruizione ottimale degli spazi al coperto. Dieci studenti hanno iniziato a seguire il corso di russo, sedici persone hanno

cominciato a frequentare le lezioni di arabo, undici allievi hanno iniziato a seguire il corso di portoghese. Nove studenti hanno seguito due corsi contemporaneamente e una studentessa ha partecipato alle lezioni di tre corsi, dal momento che erano organizzati in orari diversi. All'inizio del mese di febbraio, uno studente italiano di lingua russa ha chiesto di poter insegnare il tedesco pur non essendo la sua lingua materna, ma confermando di averla studiata e appresa durante un corso di laurea in interpretariato e traduzione all'università e di aver raggiunto un elevato grado di competenza linguistica. Lo studente ha dichiarato di avere anche competenze glottodidattiche perché in possesso di una certificazione per la didattica dell'italiano a stranieri[39]. In un'ottica di libera circolazione delle conoscenze tra studenti e discenti della scuola, è stato deciso di permettere allo studente di organizzare il corso di tedesco che all'inizio di febbraio contava tre iscritti adulti e un minore. Su un totale di trentadue studenti di lingue straniere, nove di questi allievi hanno seguito contemporaneamente due corsi e una studentessa contemporaneamente tre corsi.

Figura 6. *Corsi di lingue straniere e numero di studenti iscritti per ogni corso*

Lingua	Arabo	Portoghese	Russo	Tedesco
studenti	16	11	10	4

Figura 7. *Vorresti seguire un corso di lingue all'aperto, quando le condizioni climatiche saranno favorevoli?*



Per il numero relativamente elevato di studenti di lingua araba, è stato inizialmente necessario suddividere in due sezioni la classe e svolgere le lezioni in due turni, in orari diversi dello stesso pomeriggio. Trentadue studenti di lingue straniere hanno risposto a un questionario sull'opportunità di studiare lingue straniere all'aperto. L'84% degli informanti riferisce di essere disponibile a frequentare una scuola di lingue straniere all'aperto. L'apertura di un elevato numero di studenti alla possibilità di seguire lezioni in un ambiente all'esterno ha consentito la pianificazione di una scuola di lingue in piazza da realizzare contestualmente alla scuola di italiano.

Lo scrivente ha osservato le lezioni dei corsi di lingue straniere, rilevando l'impostazione comunicativa dei corsi di arabo, portoghese, russo e tedesco. Gli insegnanti volontari di queste lingue hanno organizzato il corso sin dalle prime lezioni dando ampio spazio alle funzioni comunicative di base, insegnando ad esempio le forme per salutare, congedarsi, presentarsi, ringraziare. I docenti di lingue straniere volontari hanno

[39] Certificazione DITALS di I livello rilasciata dall'Università per Stranieri di Siena.

considerato solo successivamente l'idea di attuare il percorso d'insegnamento del sistema di scrittura e lettura per quanto concerne la lingua araba e russa. I docenti delle quattro lingue sopracitate hanno riferito di aver fatto ampio riferimento a elementi culturali distintivi per sollecitare la comunicazione e l'interesse negli studenti e proseguire con il percorso di apprendimento linguistico.

La metà degli studenti dei corsi di arabo, russo e portoghese hanno seguito costantemente le lezioni, mentre i restanti allievi hanno frequentato occasionalmente. Il corso di tedesco ha registrato una frequenza stabile dei quattro studenti. Il 23 aprile 2022 si sono svolte le prime lezioni all'aperto di russo e arabo nel corso di un evento di promozione della lettura organizzato dalla scuola in piazza Italia un'altra piazza centrale di Reggio di Calabria, registrando diciannove partecipanti alla lezione di arabo e nove studenti alla lezione di russo.

La docente volontaria di arabo, nel corso delle sue lezioni, ha iniziato a portare con sé i propri figli in età prescolare per offrire anche a questi ultimi una prima lezione di scrittura e lettura della lingua araba. L'insegnante volontaria ha dichiarato di aver deciso autonomamente di svolgere lezioni di arabo in favore dei due figli, dichiarando che è stata la prima occasione in cui i figli hanno iniziato a studiare l'arabo scritto. La docente ha inoltre affermato di aver svolto successivamente lezioni di arabo per i figli, riconoscendo l'importanza di offrire ai bambini l'opportunità di apprendere la lingua materna anche nella sua forma scritta.

Durante l'intero periodo di emergenza sanitaria, altri corsi di arabo, svolti in precedenza gratuitamente presso le moschee di Reggio Calabria, sono risultati sospesi nel 2021. Sulla base delle indagini effettuate, nel comune non è stata riscontrata attività di corsi di lingua araba in modalità in presenza nel corso del 2021, pur essendovi una comunità marocchina rilevante in termini numerici, insediatasi nella città nel corso degli ultimi trent'anni.

Constatato l'interesse della cittadinanza per i corsi di lingue straniere, i corsi di lingue sono stati trasferiti nella piazza Mezzacapo nel mese di maggio 2022, con l'obiettivo di coinvolgere nello studio della lingua d'origine le famiglie provenienti da contesti migratori, e in particolare le seconde e le successive generazioni arabofone, nel contesto più visibile e accessibile della piazza pubblica. Ulteriore scopo della realizzazione dei corsi di lingue all'aperto è stato rappresentato dall'interesse a fornire un'opportunità aggiuntiva di incontro tra cittadini italiani e stranieri e di confronto interculturale nel medesimo contesto di una piazza pubblica.

4.7. *Una biblioteca mobile con funzione aggregatrice prima e dopo le attività didattiche*

In occasione dell'evento all'aperto del 23 aprile 2022, con il supporto logistico del Comune di Reggio Calabria è stato condotto in piazza il BiblioHUB, «una biblioteca mobile su ruote polifunzionale e multimediale di informazioni su cultura, tempo libero e servizi al cittadino, punto di prestito di libri, ebooks scaricabili con QR code, vetrina di bookcrossing, hotspot wifi, internet point, laboratorio ludico-didattico per bambini e luogo d'incontro e di socializzazione»[40]. All'interno del mezzo erano presenti libri illustrati in diverse lingue, prestati alla scuola dall'Associazione Italiana Biblioteche. In questa occasione il gruppo di *Nati per leggere* ha realizzato attività ludiche e di lettura in italiano e

[40] Bonito D. (2018), *BiblioHUB: la biblioteca itinerante in tour per l'Italia*, Associazione Italiana Biblioteche, https://www.aib.it/attivita/bibliopride/2018/70379-bibliohub-biblioteca-itinerante/. Il BiblioHUB è un mezzo progettato per l'Associazione Italiana Biblioteche e presentato alla XV Mostra internazionale di Architettura della Biennale di Venezia; è stato affidato alla Scuola italiana in piazza da aprile a giugno 2022 dopo che quest'ultima ha vinto il premio *Maria Abenante 2021* bandito dall'Associazione italiana biblioteche.

inglese, mentre le docenti volontarie di lingue straniere della scuola hanno letto libri in arabo e portoghese, destinando le letture principalmente ai bambini in età prescolare o all'inizio dell'età scolare presenti. La struttura del BiblioHUB ha facilitato il gioco per i bambini, soprattutto sull'area del mezzo che presenta un'estesa imbottitura, colorata di blu e in lieve discesa, con la funzione di raccordo tra interno ed esterno del BiblioHUB. Nella stessa giornata la scuola ha ricevuto un'onorificenza al merito dal Comune di Reggio di Calabria[41].

Il BiblioHUB è stato utilizzato in cinque altre occasioni, prima durante e dopo le lezioni di italiano e delle lingue straniere. Inteso come biblioteca mobile multifunzionale e multilingue, il BiblioHUB ha rivestito un ruolo significativo nell'arricchire il linguistic landscape della piazza interculturale di Reggio Calabria, trasformandola temporaneamente in uno spazio educativo dinamico e sensorialmente denso. La sua presenza ha reso visibile, accessibile e condivisibile una varietà di codici linguistici e culturali, contribuendo a costruire un paesaggio linguistico plurilingue e partecipato, in cui le lingue dei cittadini di provenienza migratoria hanno acquisito legittimità e dignità simbolica.

Il valore glottodidattico del BiblioHUB si è espresso attraverso la pluralità dei materiali linguistici offerti, come libri illustrati in diverse lingue, QR code per ebook, letture in italiano, inglese, arabo, portoghese, russo, tedesco, spagnolo, singalese, punjabi e bengalese. Altri aspetti rilevanti sono stati rappresentati dalla mediazione affettiva promossa dallo spazio ludico e dalla struttura fisica accessibile anche ai più piccoli; dalla valenza educativa informale, capace di attivare l'apprendimento attraverso l'interazione spontanea, l'ascolto, la lettura condivisa e il gioco; dal rafforzamento del repertorio linguistico plurimo, attraverso la valorizzazione delle lingue d'origine come risorse comunicative e formative. In un'ottica pedagogica, il BiblioHUB rappresenta un potente strumento di democratizzazione dell'accesso alla cultura e alla lingua, in grado di fungere da ponte tra apprendimento formale e informale, tra docenti, studenti e comunità. La sua collocazione nello spazio urbano lo rende anche un elemento di paesaggio linguistico mobile, capace di trasformare temporaneamente l'ambiente in un contesto favorevole alla consapevolezza linguistica e all'inclusione.

4.8. *Il paesaggio linguistico nelle lezioni*

Da quanto emerso sinora, dalla ricerca è stato possibile osservare che il linguistic landscape può essere modificato e adattato a fini pedagogici, in particolare glottodidattici, qualora l'approccio all'insegnamento sia ancorato a una prospettiva di ricerca azione. Ciò consente un ulteriore avvicinamento alla realtà della lingua da parte degli apprendenti. Nell'ambito dell'insegnamento della lingua della società ospitante a cittadini di provenienza migratoria, il linguistic landscape non costituisce soltanto uno sfondo passivo, poiché può essere configurato come elemento attivo e dinamico del processo glottodidattico. L'ambiente linguistico circostante, anche in contesti urbani come una piazza pubblica, offre opportunità di apprendimento incidentale e stimoli autentici che, se riconosciuti, valorizzati e utilizzati consapevolmente dai docenti, possono essere trasformati in risorse didattiche efficaci. Diversamente dagli ambienti scolastici tradizionali, caratterizzati da interazioni linguistiche prevalentemente pianificate, le classi all'aperto immerse nel paesaggio urbano favoriscono esperienze formative radicate nella realtà sociale circostante. Un aspetto rilevante affrontato in questo contributo riguarda la riflessione sulle modalità di integrazione didattica degli elementi apparentemente

[41] L'onorificenza del San Giorgio d'oro è un premio conferito il 23 aprile dal primo cittadino a quanti, mediante la propria testimonianza di vita e professionale, onorano la città contribuendo alla crescita economica, sociale e culturale del territorio.

imprevedibili del paesaggio linguistico all'interno di lezioni di lingua seconda o di percorsi glottodidattici. Si riportano di seguito alcuni episodi osservativi e interventi significativi, in cui il paesaggio linguistico si è rivelato motore di ampliamento delle attività didattiche e di arricchimento del contatto pragmatico con il contesto urbano.

Nel mese di settembre 2020 era in corso una mia osservazione di una conversazione tra una madre e una figlia di origine marocchina residenti in Italia da quindici anni. La madre, in condizione di analfabetismo strutturale e con un livello Pre-A1 nelle competenze orali in italiano, era assistita dalla figlia, con competenza di livello B2 in lingua italiana. Avevo chiesto alla figlia di osservare un testo per l'alfabetizzazione in lingua italiana e di proporre alla madre le relative attività seguendo le istruzioni per apprendere a leggere e scrivere le vocali. L'adolescente si stava soffermando sulla differenza di pronuncia tra *A*, *E* ed *I* aiutandosi nella spiegazione con la lingua materna, la variante marocchina dell'arabo. Successivamente hanno svolto un'attività sulla pronuncia e la scrittura di diverse parole con differenti vocali iniziali, tra cui la parola *aereo*. La madre, in seguito, ha osservato un aereo di passaggio sul cielo della piazza, e indicandolo mi ha detto: *aereo*, *Teiyaara*, la parola equivalente nella sua lingua materna. La figlia ha tradotto per me alcune affermazioni della madre: l'intenzione di quest'ultima era di farmi conoscere alcune parole della lingua del suo paese. Successivamente ho chiesto alla madre di elaborare una frase in cui ci fosse appunto la parola *aereo* nella sua lingua e lei l'ha formulata dicendo: *teiyaara katir foq lmdina*. La figlia ha tradotto in lingua italiana con: *un aereo che vola sulla città*. Si è verificata dunque un'occasione di apprendimento per me, consentendomi di memorizzare facilmente la parola *Teiyaara*, ma c'è stata anche un'occasione di condividere le conoscenze linguistiche da parte della madre nei miei confronti, dunque un'attività reciproca di insegnamento di fronte a un evento nel paesaggio linguistico che in una situazione di didattica ordinaria potrebbe essere considerato come un elemento di distrazione. La situazione sopra descritta è valutabile come momento utile per l'acquisizione linguistica reciproca e l'integrazione delle conoscenze, dove entrano in gioco elementi della realtà che sollecitano la sfera emozionale e contribuiscono al consolidamento dell'apprendimento per gli studenti coinvolti. Si crea così una relazione più orizzontale tra i ruoli, che permette una distensione emotiva, non intesa come rilassatezza, ma come momento gradevole e di soddisfazione all'interno della lezione.

Un'altra situazione di influenza del contesto sulla lezione si è verificata nel mese di luglio 2021, nell'occasione in cui una madre pakistana, analfabeta strutturale e con abilità orali in italiano a un livello Pre-A1, svolgeva attività di apprendimento della scrittura di base con i suoi due figli preadolescenti di livello A2 in lingua italiana. I figli stavano aiutando la madre a scrivere le lettere dell'alfabeto italiano in stampato maiuscolo. Erano giunti alle ultime lettere dell'alfabeto quando, sul braccio di uno dei ragazzi, si è posata una zanzara. Ho chiesto al ragazzo di dirmi il nome dell'insetto in italiano, ma, pur avendo quest'ultimo una competenza superiore rispetto alla madre, né lui né la sorella ricordavano il termine di riferimento. L'osservazione di una zanzara ha innescato la necessità di recuperare il lessico relativo, portando la madre a fornire spontaneamente e in forma orale il termine *zanzara*. I figli hanno ripetuto il nome e successivamente lo hanno anche scritto correttamente. L'episodio si è rivelato determinante per introdurre, su mio consiglio, la lettera *Z* dell'alfabeto e consentire alla madre di scrivere quella parola in lingua italiana. Inoltre l'episodio ha consentito ai figli di consolidare l'apprendimento del lessico, integrando in modo significativo l'esperienza di alfabetizzazione in corso.

In una circostanza diversa si è verificato il seguente evento nel mese di ottobre 2020, in una classe di livello A1 iniziale, con la quale il docente stava svolgendo attività sull'uso del verbo *piacere*. Mentre l'insegnante stava conducendo una riflessione con l'ausilio della lavagna mobile e con il supporto di fotocopie, si è avvicinato il parroco della chiesa antistante la piazza per comunicare che gli orari della messa erano cambiati. Nonostante

la maggior parte degli apprendenti fosse di fede musulmana, il parroco ha ritenuto opportuno fornire in ogni caso questa informazione. L'insegnante è apparso inizialmente infastidito dall'interruzione della lezione; tuttavia, ho ritenuto che la situazione potesse essere impiegata come occasione didattica per introdurre elementi linguistici riguardanti l'orario, che in ogni caso sarebbero stati affrontati nel corso di lezioni successive. Ho suggerito al docente di osservare insieme agli studenti gli orari affissi accanto al portone d'ingresso della chiesa e di fare domande al parroco riguardanti gli orari di apertura e chiusura. Dopo essere tornati a concludere il lavoro su verbo *piacere*, sono stati così introdotti anche lessico e strutture utili per chiedere e indicare l'ora e gli orari di apertura e chiusura. L'insegnante è stato invitato a condurre la classe presso diversi esercizi commerciali e di servizi e presso la sede della prefettura, situati intorno alla piazza, per osservare e analizzare gli orari esposti. Questo episodio è stato un input prezioso per introdurre nuovi elementi lessicali, grammaticali e culturali osservandoli, utilizzandoli e comprendendoli direttamente nel contesto.

Nel mese di luglio 2021, mentre mi trovavo in piazza a svolgere funzioni di osservazione, due insegnanti impegnate nella classe di livello A1 si sono avvicinate per segnalarmi la presenza di una persona che si era seduta su una delle sedie libere, solitamente lasciate a disposizione di eventuali nuovi studenti, anche di passaggio, interessati a seguire una prima lezione. Quest'uomo adulto, evidentemente con madrelingua italiana nella sua varietà romana, dopo aver inizialmente simulato difficoltà con la lingua italiana, ha iniziato a disturbare il regolare svolgimento della lezione, creando disagio alla classe e alle insegnanti. Sono quindi intervenuto per spiegare che le lezioni erano dedicate ad apprendenti di lingua italiana e che, considerato il suo livello, la sua presenza non era funzionale allo scopo didattico della classe. Dopo una discussione di alcuni minuti sulla necessità di lasciare il posto libero, l'uomo si è allontanato, utilizzando un linguaggio irrispettoso nei confronti delle insegnanti. Ho approfittato di questa situazione di potenziale disagio per introdurre in modo immediato una riflessione sugli aggettivi relativi al comportamento, come *maleducato*, *educato*, *gentile*, *cortese* e *scortese*, coinvolgendo gli studenti in attività sulla ricerca dell'opposizione tra altri aggettivi connessi al comportamento, stimolando la costruzione di frasi orali e scritte e l'esplorazione del lessico relativo ai tratti caratteriali e promuovendo un'elaborazione linguistica di un'esperienza emotivamente coinvolgente. La lezione si è così ampliata e ha proseguito con il percorso già avviato in lezioni precedenti sull'aspetto fisico, estendendosi in modo naturale al tema del carattere. Questo esempio mostra come un evento imprevisto, potenzialmente problematico, possa essere trasformato in un'occasione didattica efficace, favorendo la distensione emotiva e l'arricchimento lessicale degli apprendenti.

Nel mese di giugno 2021 una circostanza dalla gestione apparentemente critica è stata rappresentata dal passaggio di un topo tra le diverse classi all'aperto, in particolare durante una lezione di livello A2. Osservando l'animale che attraversava il cerchio della classe formato dagli studenti seduti in piazza, ho annotato il comportamento degli studenti: quelli di origine indiana sono rimasti relativamente tranquilli, mentre le madri di origine siriana sorridevano tra loro, mostrando una reazione emotiva più visibile. L'insegnante ha interrotto temporaneamente il suo lavoro, manifestando stupore in un'atmosfera generale di apparente ilarità. Ho deciso dunque di intervenire per trasformare l'accaduto in un'opportunità didattica, avviando una discussione sui concetti di *sporcizia* e *pulizia*. Ho affermato che la presenza di topi è comune in molte, se non tutte, le città del mondo e ho chiesto agli studenti di raccontare la loro esperienza rispetto alla presenza di topi nei loro paesi di origine. È nato così un confronto culturale sui concetti di igiene e ambiente urbano. Questo momento ha permesso di introdurre nuovo lessico, di comporre frasi relative alle attività domestiche quotidiane e di utilizzare una situazione imprevista per

sviluppare competenze linguistiche e interculturali, consolidando l'idea che anche elementi apparentemente estranei alla didattica possano essere trasformati in preziose risorse formative.

In un altro episodio, durante una lezione di livello A1 nel mese di maggio 2022, due cani hanno iniziato ad abbaiare, interrompendo inevitabilmente l'attività didattica. Anche in questo caso ho colto l'occasione per trasformare l'imprevisto in opportunità glottodidattica. Ho proposto esempi sull'uso del verbo *abbaiare* in relazione al presente indicativo dei verbi regolari studiati nelle precedenti lezioni. Successivamente ho avviato un confronto sui suoni onomatopeici associati all'abbaiare e ad alcuni versi degli animali nelle lingue materne degli studenti, confrontando il modo in cui il verso del cane viene rappresentato linguisticamente nei vari idiomi e introducendo alcuni verbi relativi ai versi di altri animali. Questa attività ha consentito di elaborare frasi semplici, arricchire il lessico e consolidare il presente indicativo dei verbi regolari, integrando spunti lessicali, grammaticali e interculturali a partire da un elemento apparentemente disturbante del contesto reale.

Nel mese di maggio 2021, durante una lezione rivolta a una classe di livello A1, ho osservato una dinamica connessa a un'attività di insegnamento delle funzioni comunicative relative al dare e chiedere indicazioni stradali. Mentre l'insegnante stava lavorando sul tema, un conoscente di uno degli studenti di origine marocchina si è avvicinato alla classe per rivolgersi direttamente a quest'ultimo. Preoccupato per possibili interruzioni, mi sono avvicinato per comprendere la natura della conversazione: è emerso che l'amico proponeva allo studente di allontanarsi dal gruppo per andare insieme a chiedere informazioni stradali in giro per la piazza e per le vie adiacenti.

Riconosciuta la potenzialità didattica implicita in tale proposta, ho suggerito all'insegnante di estendere l'attività a tutta la classe. Dopo una fase di simulazione e consolidamento linguistico svolta all'interno della lezione, durante la quale sono state fissate le principali strutture per chiedere e dare indicazioni, gli studenti sono stati invitati a interagire in piccoli gruppi con i passanti e con il personale dei negozi circostanti, chiedendo loro indicazioni reali su come raggiungere determinati luoghi a scelta. Questa esperienza ha evidenziato, ancora una volta, il ruolo determinante del linguistic landscape nel favorire l'apprendimento in contesto: l'ambiente urbano della classe si è configurato non solo come sfondo, ma come spazio interattivo e dinamico in grado di fornire stimoli concreti e immediati. In questo caso, il paesaggio linguistico, inteso nella sua dimensione pragmatica e sociale, ha offerto un'occasione reale di applicazione delle competenze appena acquisite, trasformando un'interazione casuale in un'esperienza formativa centrata sulla comunicazione con la società. L'integrazione tra contesto reale e attività didattica ha permesso di abbassare il filtro affettivo, aumentare la motivazione degli apprendenti e rafforzare la competenza pragmatica e comunicativa degli studenti.

5. Risultati e proposta di un modello glottodidattico

L'impostazione metodologica ha considerato i partecipanti non come oggetto, ma come parte attiva del percorso di ricerca, promuovendo una relazione empatica e di prossimità. Tale approccio ha permesso di comprendere in profondità i bisogni, le risorse e i percorsi di apprendimento di soggetti che, per condizioni sociali, linguistiche o affettive, risultano spesso esclusi dai circuiti formali di istruzione.

La ricerca si è focalizzata sull'osservazione delle dinamiche di apprendimento legate all'interazione con lo spazio urbano, interpretato come risorsa pedagogica diffusa. I dati emersi contribuiscono alla riflessione sull'importanza del linguistic landscape in tutte le sue forme, visive, sonore, digitali e sensoriali, come fattore di contesto in grado di

stimolare, rinforzare e prolungare l'esposizione alla lingua oggetto di apprendimento in forme sia intenzionali che incidentali.

Le attività sono state adattate tenendo conto dei diversi livelli di alfabetizzazione degli studenti, secondo il modello dei profili di apprendenti proposto da Borri e collaboratori (2014) e approfondito da Brichese (2019), integrando strategie di differenziazione e approcci a mediazione sociale (Caon, Tonioli, 2016; Tonioli, 2017; Caon 2019). Particolare attenzione è stata riservata alla selezione degli spazi di apprendimento, essendosi ispirati ai criteri emersi nello studio di Tonioli (2019) sui corsi di prossimità: ambienti accessibili, familiari e motivanti, capaci di ridurre il senso di estraneità nei confronti del contesto educativo.

L'ambito generale in cui sono avvenute le sperimentazioni è stato principalmente un ambiente d'apprendimento realizzato ad hoc in una piazza pubblica. Contestualmente il percorso di studio ha visto l'attuazione di un'indagine sulla validità del ruolo aggregativo e di coinvolgimento di uno spazio pubblico di prossimità all'aperto in Italia meridionale, nel quale sono state progettate attività per fornire occasioni d'apprendimento della lingua della società d'accoglienza, di lingue straniere e opportunità di socializzazione e dialogo interculturale tra nativi e stranieri, contribuendo a modificare il paesaggio linguistico. Nel corso di sedici mesi, 228 studenti stranieri hanno partecipato a percorsi di apprendimento dell'italiano. Sono stati raccolti dati anagrafici e linguistici mediante schede individuali contenenti informazioni su nazionalità, lingua madre, altri idiomi conosciuti, tempo di permanenza in Italia, eventuale nascita nel paese ospitante e precedenti esperienze formative. A questi dati è stato affiancato un test di ingresso scritto e orale, con l'obiettivo di valutare il livello di competenza iniziale nella lingua italiana e confrontarlo con le evidenze emerse durante e dopo le attività. Questa fase ha permesso di costruire un quadro complesso e dettagliato dei repertori linguistici individuali e collettivi, utile per interpretare i percorsi di apprendimento e le strategie adottate in relazione al panorama linguistico.

La partecipazione di 168 adulti e 60 minori a un nuovo percorso di apprendimento linguistico in un contesto di prossimità, testimonia la necessità d'organizzazione di ulteriori offerte di formazione linguistica che possano avvicinare le comunità immigrate per favorirne l'inclusione sociale.

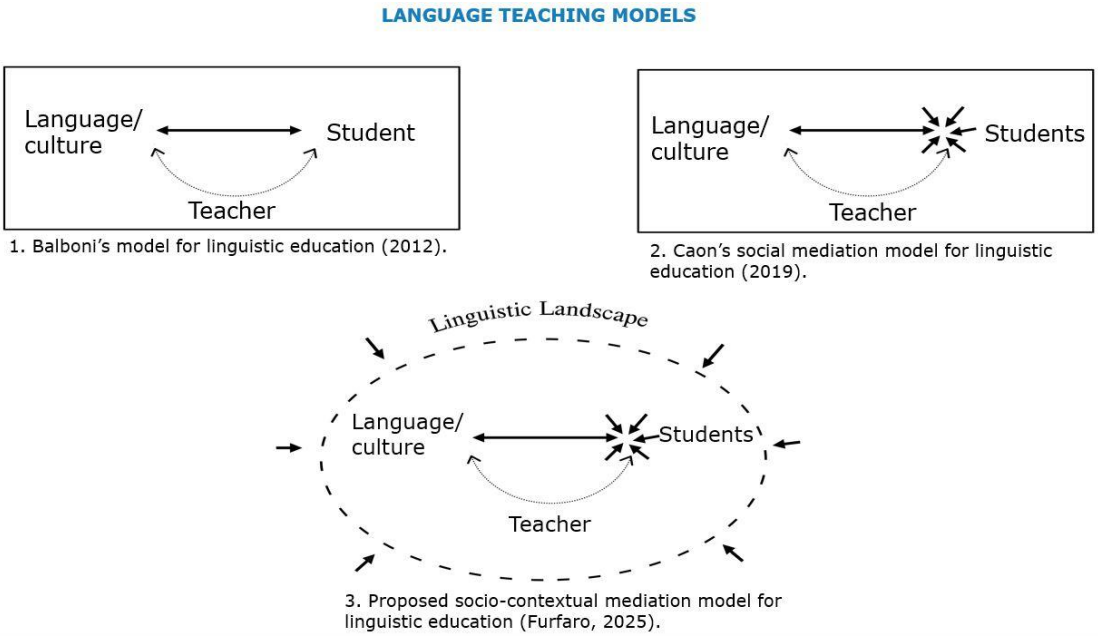
Le attività didattiche, pur strutturate in base ai livelli di alfabetizzazione e ai livelli QCER-VC (Pre-A1, A1, A2), hanno favorito interazioni trasversali tra minori e adulti, spesso appartenenti a culture e lingue differenti, ma accomunati dal medesimo bisogno di apprendimento linguistico. Lo spazio aperto della piazza pubblica si è configurato come luogo formativo informale, inclusivo e visibilmente segnato da elementi del paesaggio linguistico, diventando il teatro di pratiche comunicative spontanee e osservabili. In tal modo, il linguistic landscape ha operato non solo come sfondo, ma come parte integrante dell'esperienza glottodidattica quotidiana, supportando forme di mediazione, attenzione selettiva, contatto visivo-linguistico e stimolo mnemonico che si sono rivelati particolarmente efficaci per l'acquisizione della seconda lingua.

La scuola all'aperto ha offerto spazi e tempi estesi, non separando nettamente l'ambiente dell'aula dal mondo esterno ma immergendosi nella realtà in cui la lingua studiata è parlata, ascoltata, letta e scritta. Panorama linguistico e scuola, interagendo, si sono influenzati reciprocamente: passanti, insegne, segnali, spettatori occasionali, animali, piante, volantini, architetture, persone alloglotte e libri in diverse lingue sono diventati parte integrante delle lezioni.

In relazione a queste sperimentazioni si propone d'integrare il modello di didattica a mediazione sociale per l'educazione linguistica di Caon (2019), il quale a sua volta propone un'evoluzione del modello di Balboni (2012), con l'aggiunta del panorama linguistico come quinto elemento costitutivo: una risorsa d'apprendimento transculturale, influente

in particolare da un punto di vista sociopragmatico nelle relazioni tra lingue/culture, docente, studente e interazione tra studenti.

Figura 8. *Modelli didattici per l'educazione linguistica*



Il docente, a partire dal modello di Balboni, ha come compito principale quello di favorire la creazione di una relazione significativa tra lingua e studente, e con Caon tra studente e studenti. È emblematico che i due modelli proposti da Caon e Balboni siano delimitati da un rettangolo, che potrebbe ricordare l'aula di studio tradizionale, non solo generalmente di forma rettangolare, ma anche rigorosamente chiusa. Nel modello didattico a mediazione socio-contestuale proposto, il cerchio esterno è tratteggiato a sottolineare la permeabilità dell'aula. L'insegnante, in un contesto didattico immerso in un paesaggio linguistico urbano come una piazza pubblica, dovrebbe considerare non solo il margine di imprevedibilità delle lezioni legato alla conformazione e alle caratteristiche della classe, ma dovrebbe anche impiegare in modo efficace gli elementi del paesaggio nella lezione e tenere presente che il linguistic landscape potrebbe essere introdotto o introdursi nella classe in diverse occasioni nel corso dell'attività didattica. Pertanto dovrebbe valorizzare gli aspetti prevedibili e statici del panorama linguistico ma essere anche pronto e competente per utilizzare nel migliore dei modi le caratteristiche dinamiche e imprevedibili del paesaggio linguistico, paralinguistico ed extralinguistico intorno alla classe. Cogliendo gli aspetti dinamici del linguistic landscape, utilizzando l'imprevisto, si possono creare le condizioni per generare emozioni positive tra gli studenti, elementi chiave per il consolidamento dei contenuti nella memoria a medio e lungo termine e per l'apprendimento significativo in relazione ai fondamenti neuropsicologici dell'apprendimento (Balboni, 2008; Daloiso, 2009). In queste circostanze, gli apprendenti possono percepire che ciò che stanno imparando in quel momento non era previsto ex ante dal docente, il quale tuttavia sarebbe in grado di dimostrare la capacità di valutare, cogliere e utilizzare quegli elementi nuovi che talvolta prepotentemente e inevitabilmente entrano nella lezione in un contesto urbano all'aperto.

Nel corso delle sperimentazioni svolte nella scuola all'aperto, gli effetti dell'aggregazione e del lavoro di squadra tra attori, fruitori e osservatori hanno contribuito

a generare ruoli fluidi dei docenti e dei discenti, basati sull'interscambio. Tre studentesse di italiano della scuola all'aperto particolarmente meritevoli, dopo un breve periodo di formazione hanno iniziato a svolgere corsi di lingua araba, russa e portoghese. Sei docenti di italiano volontarie della scuola hanno seguito questi corsi, dichiarando che frequentare un corso di lingua straniera sarebbe stato utile per loro anche per comprendere meglio le difficoltà rilevate dai propri allievi in fase di apprendimento linguistico. Anche la proposta di attività extradidattiche, volte pur sempre a favorire l'apprendimento linguistico, non comportano un'uscita dall'aula, perché il contesto di apprendimento è già all'esterno dell'aula intesa nel senso classico del termine. Tali attività assicurano dunque continuità del contesto di apprendimento, che varia ma mantiene la sua caratteristica di luogo permeabile e ricco di stimoli linguistici e culturali. Nel momento in cui si svolgono attività didattiche nell'ambito di un paesaggio linguistico pubblico, è possibile che quest'ultimo si modifichi nello stesso momento in cui contribuisce a trasformare le conoscenze della classe. Le attività della scuola all'aperto hanno contribuito a modificare in maniera significativa il paesaggio linguistico: temporaneamente con le lezioni quotidiane, le attività extrascolastiche e con la presenza del BiblioHUB; in maniera più costante nel tempo con l'installazione della piccola biblioteca all'aperto, una vera e propria biblioteca della scuola e un punto di scambio di testi scritti e un luogo d'incontro per la cittadinanza. Un ulteriore elemento di riflessione riguarda la presenza della piccola biblioteca all'aperto. Nelle aule tradizionali, la biblioteca, se presente, è solitamente collocata in spazi separati e accessibili in momenti specifici. Nell'esperienza della scuola all'aperto, invece, la biblioteca è diventata parte integrante dell'ambiente di apprendimento quotidiano. Questa modalità ha ricordato un'esperienza personale vissuta in un liceo classico, dove, durante un periodo di ristrutturazione, le lezioni per una classe si erano svolte nella biblioteca scolastica. In quel contesto gli studenti, avendo accesso libero ai libri a scaffale aperto, interagivano spontaneamente con i testi, consultandoli, discutendone tra loro e integrando i materiali disponibili nei momenti di studio, anche in modo creativo. Analogamente, nella piazza, la piccola biblioteca ha favorito un'interazione continua degli apprendenti italiani e stranieri con i libri: dizionari di lingua italiana, testi didattici, fumetti, guide turistiche, atlanti e libri nelle lingue materne degli studenti, portati talvolta dagli stessi partecipanti ma anche da cittadini stranieri che svolgevano attività lavorative nei pressi della piazza. Questa pratica ha arricchito il paesaggio linguistico, creando un contesto dinamico dove materiali plurilingui e supporti didattici erano a disposizione durante le attività, contribuendo alla promozione della lettura e alla valorizzazione delle competenze linguistiche e dei relativi repertori.

Il modello glottodidattico a mediazione socio-contestuale potrebbe inoltre incentivare l'avvicinamento, tramite punti di convergenza, tra linguistica acquisizionale e glottodidattica. Dal momento che le attività di apprendimento linguistico si sono svolte in immersione nel paesaggio linguistico della realtà sociale, si favorirebbe la penetrazione di situazioni caratteristiche dei contesti di acquisizione naturale di una seconda lingua all'interno di un contesto strutturato di apprendimento caratteristico dell'aula con l'insegnante. Questo approccio permetterebbe di coniugare aspetti spontanei dell'acquisizione con aspetti guidati dell'insegnamento, in un continuum tra ambiente scolastico e ambiente urbano. Non si verificherebbe, dunque, una netta separazione tra l'aula chiusa e la spontaneità della lingua viva all'esterno dell'aula, ma piuttosto una loro integrazione dinamica, capace di rendere l'esperienza linguistica e formativa più autentica, motivante e significativa per gli apprendenti. In un'ottica di avvicinamento di più linguaggi in un contesto reale, si realizzerebbe un'amplificazione cognitiva ed esperienziale dei percorsi di apprendimento linguistico mediante le opportunità di accesso a un più ampio repertorio semiotico, conoscitivo e di sperimentazione immediata in contesto.

6. Conclusioni

L'integrazione del panorama linguistico nelle pratiche didattiche dell'italiano L2 si può configurare come una strategia educativa capace di valorizzare l'interazione tra lingua, spazio e contesto sociale. In particolare, l'impiego dell'ambiente urbano, come nel caso della piazza pubblica, per attività di insegnamento della lingua italiana come lingua seconda, consente di trasformare lo spazio quotidiano in un laboratorio linguistico e interculturale, in cui gli apprendenti sono chiamati a osservare, interpretare e rielaborare i messaggi linguistici, paralinguistici ed extralinguistici che abitano il loro paesaggio sensoriale ed emozionale. L'apprendimento si realizza così attraverso il contatto diretto con la realtà, stimolando non solo le competenze linguistiche ma anche la consapevolezza pragmatica, critica e metalinguistica. I resoconti delle attività didattiche proposte si fondano sull'idea che l'imprevisto, il non pianificato, l'effimero, elementi tipici degli spazi pubblici, non costituiscano ostacoli, ma al contrario risorse preziose per attivare un apprendimento e riflessioni motivanti. Il coinvolgimento attivo degli studenti nella documentazione e nell'interpretazione del paesaggio linguistico favorisce inoltre un ruolo più partecipativo, cooperativo e creativo, in linea con le più recenti prospettive di didattica situata e plurilingue. In una società interconnessa, l'educazione linguistica non può prescindere dal dialogo con lo spazio urbano e dalla valorizzazione delle risorse semiotiche disponibili nel territorio. La proposta qui presentata, pur nella sua semplicità operativa, intende offrire un modello replicabile, flessibile e graduabile, capace di coniugare obiettivi linguistici, riflessione interculturale e cittadinanza attiva. In questa prospettiva, il paesaggio linguistico non è più solo oggetto di osservazione, ma diventa ambiente di apprendimento, strumento di inclusione e voce della realtà che ci circonda.

Riferimenti bibliografici

Ambrosini M. (2011), *Sociologia delle migrazioni*, il Mulino, Bologna.

Ambrosini M. (2018), *Irregular immigration in Southern Europe. Actors, dynamics and governance*, Palgrave Macmillan, London.

Ambrosini M., Caneva E. (2009), "Le seconde generazioni. Nodi critici e nuove forme di integrazione", in *Sociologia e politiche sociali*, 12, 1, pp. 25-46.

Ambrosini M., Panichella N. (2016), "Immigrazione, occupazione e crisi economica in Italia", in *Quaderni di Sociologia*, 72, pp. 115-134.

Androulakis G., Mastorodimou E., van Boeschoten R. (2016), "Using qualitative methods for the analysis of adult immigrants' L2 needs: Findings from a research project in greece focusing on school-parents communication", in *Irish Journal for Culture, Arts, Literature and Language*, 1, 1, pp. 1-19.

Aoyama K., Guion S. G., Flege J. E., Yamada T., Yamada R. A. (2008), "The first years in an L2 speaking environment: A comparison of Japanese children and adults learning American English", in *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 46, 1, pp. 61-90.

Artar P. (2017), *The role of translation in foreign-language teaching*, Doctoral dissertation, Universitat Rovira I Virgili.

Backhaus P. (2015), *Attention, please! A linguistic soundscape/landscape analysis of ELF information provision in public transport in Tokyo*, in Vettorel P. (ed.), *New Frontiers in Teaching and Learning English*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle upon Tyne, pp. 177-199.

Balboni P. E. (2012), *Le sfide di Babele. Insegnare le lingue nelle società complesse*, UTET Università, Torino.
Balboni P. E. (2015), "La comunicazione interculturale e l'approccio comunicativo: dall'idea allo strumento", in *EL.LE.*, 4, 1, pp. 1-20.
Barillà S., Martinelli F., Sarlo A. (2020), "Explaining the enduring deficit of public ECEC services in the south of Italy: The case of Reggio di Calabria", in *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40, 7/8, pp. 713-731.
Belma H., Peyton J. K., Young-Scholten M. (2018), "Teaching adult migrants: A focus on the languages they speak", in *Critical Multilingualism Studies*, 6, 1, pp. 155-183.
Bennett M. J. (2015), *Principi di comunicazione interculturale. Paradigmi e pratiche*, FrancoAngeli, Milano.
Bertani M., Di Nicola P. (a cura di) (2009), *Sfide transculturali e seconde generazioni*, FrancoAngeli, Milano.
Berry J. W. (1997), "Immigration, acculturation, and adaptation", in *Applied Psychology*, 46, 1, pp. 5-34.
Bolognesi I. (2016), "Coinvolgere i genitori nella scuola multiculturale. Un progetto di ricerca azione per la costruzione di una cultura della partecipazione", in *Rivista italiana di educazione familiare*, 11, 2, pp. 81-93.
Bondi C. (2019), "Doors Open, Doors Closed: Toronto's Little Free Libraries", in *The iJournal: Student Journal of the University of Toronto's Faculty of Information*, 5, 1, pp. 107-124.
Bonvino E. (2020), "Siamo davvero pronti per una didattica plurilingue? Nuovi strumenti", in Serena E., Bernhard G., Gallerani I., Visser J. (a cura di), *L'italiano in contesti plurilingui: contatto, acquisizione, insegnamento*, in *Italiano LinguaDue*, 12, 2, pp. 4-15: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15047.
Borri A., Minuz F., Rocca L., Sola C. (2014), *Italiano L2 in contesti migratori. Sillabo e descrittori dall'alfabetizzazione all'A1*, Loescher, Torino.
Brichese A. 2018, "Lo studente adulto analfabeta e semi-analfabeta", in *EL.LE*, 7, pp. 7-24.
Brichese A., Caon F. (a cura di) (2019), *Insegnare italiano ad analfabeti*, Bonacci-Loescher, Torino.
Brichese A., Tonioli V. (a cura di) (2017), *Il mediatore interlinguistico e interculturale e il facilitatore. Natura e competenze*, Marsilio, Venezia.
Bruner J. (1996), *The Culture of education*, Harvard University Press, Cambridge (MA)-London.
Caon F. (2008), *Educazione linguistica e differenziazione: gestire eccellenza e difficoltà*, UTET Università, Torino.
Caon F. (a cura di) (2017), *Educazione linguistica nella classe ad abilità differenziate: teorie di riferimento e quadro metodologico*, Bonacci, Torino.
Caon F. (2019), "Dalla parte del docente: didattica dell'italiano L2 a studenti analfabeti e bassamente scolarizzati", in Brichese A., Caon F. (a cura di), *Insegnare italiano ad analfabeti*, Bonacci-Loescher, Torino, pp. 33-45.
Caon F., Tonioli V. (2016), "La sfida delle classi ad abilità linguistiche differenziate (CAD) in Italia e in Europa", in Melero Rodríguez C. A. (a cura di), *Le lingue in Italia, le lingue in Europa: dove siamo, dove andiamo*, Edizioni Ca' Foscari, Venezia, pp. 137-154.
Cenoz J., Gorter D. (2024), "El paisaje lingüístico en contextos educativos", in *Revista Iberoamericana de Educación*, 96, 1, pp. 13-29.
Checa F., Caruso F., Corrado A. (2018), "Territorios en transición. Migraciones y agricultura en el Sur de Europa. Los casos de Almería (España) y Sibari (Italia)", in *Cuadernos Geográficos*, Universidad de Granada, 57, 3, pp. 313-337.

Chini M. (2009), "Educazione linguistica e bisogni degli alunni (stranieri)", in *Italiano LinguaDue*, 1, 1, pp. 185-202: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15047.
Chomsky N. (1965), *Aspects of the theory of syntax*, MIT Press, Cambridge (MA).
Chu C. M. (1999), "Immigrant children mediators (ICM): Bridging the literacy gap in immigrant communities", in *New Review of Children's Literature and Librarianship*, 5, 1, pp. 85-94.
Clemente M. R. (2020), *Paisagem linguística na cidade: orientações e propostas educativas interdisciplinares para o 1.º Ciclo do Ensino Básico*, Ministério da Educação – Direção-Geral da Educação, Lisboa.
Cognigni E. (2021), *Educare alla diversità linguistica e culturale. Per una scuola inclusiva e plurilingue*, FrancoAngeli, Milano.
Colucci M., Gallo S. (a cura di) (2014), *L'arte di spostarsi. Rapporto 2014 sulle migrazioni interne in Italia*, Donzelli, Roma.
Consiglio d'Europa (2020), *Common European Framework of Reference for Languages: learning, teaching, assessment. Companion volume*, Strasbourg: https://rm.coe.int/common-european-framework-of-reference-for-languages-learning-teaching/16809ea0d4. Trad it. a cura di Barsi M., Lugarini E., Cardinaletti A., *Quadro comune europeo di riferimento per le lingue: apprendimento, insegnamento, valutazione. Volume complementare*, in *Italiano LinguaDue*, 12, 2, 2020: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15120/13999.
Coppola D., Moretti R. (2018), "Valorizzare la diversità linguistica e culturale. Uno studio di caso", in Coonan C. M., Bier A., Ballarin E. (a cura di), *La didattica delle lingue nel nuovo millennio. Le sfide dell'internazionalizzazione*, Edizioni Ca' Foscari, Venezia, pp. 397-412.
Corona R., Stevens L. F., Halfond R. W., Shaer C. M., Reid-Quiñones K., Gonzalez T. (2012), "A qualitative analysis of what latino parents and adolescents think and feel about language brokering", in *Journal of Child and Family Studies*, 21, 5, pp. 788-798.
Creswell J. W. (2014), *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, Sage, Thousand Oaks (CA).
Cummins J. (1981a), *Bilingualism and minority-language* children, Language and Literacy Series, The Ontario Institute for Studies in Education, Toronto.
Cummins J. (1981b), "The role of primary language development in promoting success for language minority students", in Cummins J., Krashen S., Legarreta-Marcaida D., Terrell T. D. (eds.), *Schooling and language minority students: a theoretical framework*, California State University Press, Los Angeles.
Daloiso P. (2009), *Neuropsicologia e didattica delle lingue. Come insegnare le lingue ai bambini*, UTET, Torino.
D'Agostino M. (2017), "Analfabeti nell'Italia di ieri e di oggi. Dati, modelli, persone, parole. La lezione di Tullio De Mauro", in *Bollettino - Centro di studi filologici e linguistici siciliani*, 28, pp. 35-58.
Deardorff D. K. (2011), "Assessing intercultural competence", in *New Directions for Institutional Research*, 149, pp. 65-79.
Deardorff D. K. (2006), "The identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization", in *Journal of Studies in International Education*, 10, 3, pp. 241-266.
Deiana I., Spina S. (2020), "Breve storia della classe di concorso A23 - lingua italiana per discenti di lingua straniera", in *Italiano LinguaDue*, 12, 2, pp. 1-19: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/14969.
Deiana I. (2024). "L'insegnamento dell'italiano L2 ad adulti nella scuola pubblica", in *Italiano a scuola*, 6, pp. 149-188.

De Mauro T. (2011), *Storia linguistica dell'Italia unita*, Laterza, Bari.
De Wilde J., Verhoene L., Tondeur J., Van Praet E. (2021), "Go in practice: Linguistic landscape and outdoor learning", in Krompák E., Fernández-Mallat V., Meyer S. (eds.), *Linguistic landscapes and educational spaces*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 120-138.
Diadori P. (2012), *Insegnare italiano a stranieri*, Le Monnier, Firenze.
Di Fraia G., Risi E. (2019), *Empiria. Metodi e tecniche della ricerca sociale*, Hoepli, Milano.
Duff P. A. (2019), "Social dimensions and processes in second language acquisition: multilingual socialization in transnational contexts", in *The Modern Language Journal*, 103, 51, pp. 6-22.
Durán P. (2003), "Children as mediators for the second language learning of their migrant parents", in *Language and Education*, 17, 5, pp. 311-331.
Epstein J. L. (2013), "Ready or not? Preparing future educators for school, family, and community partnerships", in *Teaching Education*, 24, 2, pp. 115-118.
Esterberg K. G. (2002), *Qualitative Methods in Social Research*, McGraw-Hill, New York.
Favaro G. (2013), "Parole d'integrazione. L'italiano per dire e per imparare", in Favaro G. (a cura di), *L'italiano di prossimità; Indicazioni didattiche, materiali e percorsi per apprendenti di livello iniziale*, Centro COME, Milano, pp. 12-26.
Flege J., Liu S. (2001), "The effect of experience on adults' acquisition of a second language", in *Studies in Second Language Acquisition*, 23, 4, pp. 527-552.
Fuligni A. J. (1997), "The academic achievement of adolescents from immigrant families: the role of family background attitudes and behavior", in *Child Development*, 67, 2, pp. 351-363.
Furco A., Billig S. H. (eds.) (2002), *Service Learning: The Essence of the Pedagogy*, Information Age Publishing, Greenwich, Connecticut.
Furfaro G. (2023), "Una prospettiva intergenerazionale nella didattica dell'italiano a cittadini di provenienza migratoria", in *Carte di viaggio: studi di lingua e letteratura italiana*, 16, pp. 99-126.
Gelosi C. (2014), *Una città per tutti. Partecipazione, accessibilità, relazioni nella dimensione urbana*, FrancoAngeli, Milano.
Gelosi C. (2016), *Patrimoni di diversità. Culture, identità, comunità*, FrancoAngeli, Milano.
Giacalone Ramat A. (a cura di) (2003), *Verso l'italiano. Percorsi e strategie di acquisizione*, Carocci, Roma.
GISCEL (1975), *Dieci tesi per un'educazione linguistica democratica*: https://giscel.it/dieci-tesi-per-leducazione-linguistica-democratica/.
Hernández-Martín L., Skrandies P. (2021), "Taking the foreign out of the language teaching: opening up the classroom to multilingual city", in Malinowski D., Maxim H. H., Dubreil S. (eds.), *Language in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer International Publishing, Cham, pp. 293-325.
Hickey T. (1999), "Parents and early immersion: reciprocity between home and immersion pre-school", in *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 2, 2, pp. 94-113.
Johnson D. W., Johnson R. T., Holubec E. J. (1994), *Apprendimento cooperativo in classe. Migliorare il clima emotivo e il rendimento*, trad. it., Erickson, Trento.
Kramsch C. (2000), "Second language acquisition, applied linguistics, and the teaching of foreign languages", in *The Modern Language Journal*, 84, 3, pp. 311-326.
Kitis E., Milani T. (2015) "The performativity of the body: Turbulent spaces in Greece", in *Linguistic Landscape,* 1, 3, John Benjamins, Amsterdam, pp. 268-290.
Kostogriz A. (2004), *Rethinking the spatiality of literacy practices in multicultural conditions*, Melbourne, Deakin University.

Lahaie C. (2008), "School readiness of children of immigrants: Does parental involvement play a role?", in *Social Science Quarterly*, 89, 3, pp. 684-705.
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.
Lenneberg E. H. (1967), "The biological foundations of language", in *Hospital Practice*, 2, 12, pp. 59-67.
Lou J. J. (2016), *The linguistic landscape of Chinatown: A sociolinguistic ethnography*, Multilingual Matters, Bristol.
Lozano C., Jiménez-Caicedo J., Abraham L. B. (2021), "Linguistic landscape projects in language teaching: Opportunities for critical language learning beyond the classroom", in Malinowski D., Maxim H. H., Dubreil S. (eds.), *Language teaching in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Cham, pp. 137-161.
Luykx A. (2005), "Children as socializing agents: Family language policy in situations of language shift", in *Proceedings of the 4th International Symposium on Bilingualism*, University of Miami, Miami.
Malinowski D., Maxim H. H., Dubreil S. (eds.) (2021), *Language teaching in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Cham.
McGowan T. M. (2010), *The Kamishibai classroom: Engaging multiple literacies through the art of "Paper Theater"*, Greenwood Publishing Group, Santa Barbara (CA).
McIntosh M. K. (2013), *Exploring a prefigurative culture in the immigrant family: A look at the sociolinguistic impact of children on the immigrant parent*, EdD dissertation thesis, West Virginia University.
McNamara T., Shohamy E. (2008), "Language tests and human rights", in *International Journal of Applied Linguistics*, 18, 1, pp. 89-95.
Mead M. (1970), *Culture and commitment. A study of the generation gap*, The Bodley Head, London.
Miceli S. (2016), "La capacità di aspirare. Immagini di futuro di figli e figlie di migranti a Reggio Calabria", in *Cambio. Rivista Sulle Trasformazioni Sociali*, 4, 8, pp. 141-154.
Minuz F., Borri A., Rocca L. (2016), *Progettare percorsi di L2 per adulti stranieri. Dall'alfabetizzazione all'A1*, Loescher, Torino.
Minuz F. (2019), "L'apprendente analfabeta: una definizione internazionale", in A. Brichese, F. Caon (a cura di), *Insegnare italiano ad analfabeti*, Bonacci-Loescher, Torino, pp. 33-45.
Mirici I. H., Galleano R., Torres K. (2013), "Immigrant parent vs. immigrant children: attitudes toward language learning in the US", in *Novitas-Royal (Research on Youth and Language)*, 7, 2, pp. 137-146.
Ministero dell'Istruzione, Osservatorio Nazionale per l'integrazione degli alunni stranieri e l'Intercultura (2020), *È la lingua che ci fa uguali. Nota per ripartire senza dimenticare gli alunni stranieri*, in:
https://www.ditals.com/wp-content/uploads/2020/11/e_la_lingua_che_ci_fa_uguali_miur.pdf.
Ministero dell'Istruzione, Osservatorio nazionale per l'integrazione degli alunni stranieri e l'educazione interculturale (2022), *Orientamenti interculturali, idee e proposte per l'integrazione di alunni e alunne provenienti da contesti migratori*:
https://www.mim.gov.it/documents/20182/0/Orientamenti+Interculturali.pdf.
Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (2014), *Linee guida per l'accoglienza e l'integrazione degli alunni stranieri*:
https://www.mim.gov.it/documents/20182/2223566/linee_guida_integrazione_alunni_stranieri.pdf.

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (2016), *Tabella A, Nuove classi di concorso: denominazione, titoli di accesso, insegnamenti relativi*, supplemento ordinario num. 5/l alla *Gazzetta Ufficiale*, Serie Generale, 43.
Morrice L., Tip K., Collyer M., Brown R. (2019), "You can't have a good integration when you don't have a good communication: English-language learning among resettled refugees in England", in *Journal of Refugee Studies*, 34, 1, pp. 681-699.
Moro M. R. (2005), *Bambini di qui venuti da altrove. Saggi di transcultura*, FrancoAngeli, Milano.
Moscato M. T. (2008), *Diventare insegnanti. Verso una teoria pedagogica dell'insegnamento*, La Scuola, Brescia.
Oberg K. (1960), "Cultural shock: adjustment to new cultural environments", in *Practical Anthropology*, VII, 4, pp. 177-182.
Pavlenko A. (2004), "Stop doing that, ia komu skazala!: language choice and emotions in parent-child communication", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 25, 2-3, pp. 179-203.
Pena C., Everett P. A., Quintero J. M. (2018), "Immigrant adult education: a literature review", in *Adult Education Research Conference*: https://newprairiepress.org/aerc/2018/papers/21/.
Pena-Diaz C. (2019), "Child language brokering: Challenges in Spanish intercultural education", in *Intercultural Education*, 30, 4, pp. 368-382.
Pennycook A., Otsuji E. (2015), *Metrolingualism: Language in the city*, Routledge, London-New York.
Pielke M. (2019), *Language learning outside the classroom: evaluating the efficacy of instructional repair techniques in one-on-one tutoring sessions between university students and immigrant employees*, Doctoral dissertation, University of Colorado at Boulder.
Prada J. (2024), "Sensescapes in multilingual environments: a case study of a moroccan marketplace", in Krompák E., Fernández-Mallat V., Meyer S. (eds.), *Linguistic Landscapes and Educational Spaces*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 47-68.
Purdie N., Oliver R. (1999), "Language learning strategies used by bilingual school-aged children", in *System*, 27, 3, pp. 375-388.
Pütz M., Mundt N. F. (eds.) (2018), *Expanding the linguistic landscape: linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource*, Multilingual Matters, Bristol.
Sani S. (2021), "Le conseguenze economiche, sociali e scolastiche della pandemia da Coronavirus per le famiglie immigrate e per i loro figli", in *Education Sciences & Society*, 22, 1, pp. 56-73.
Santagati M. (2016), "Interculturalism, education and society: Education policies for immigrant students in Italy", in *Australia and New Zealand Journal of European Studies*, 8, 2, pp. 6-20.
Santisteban D. A., Mitrani V. B. (2003), "The influence of acculturation processes on the family", in *American Psychological Association*, pp. 121-135.
Sarlo A. (2015), "L'emigrazione nella Calabria dall'economia fragile", in Balbo M. (a cura di), *Migrazioni e piccoli comuni*, FrancoAngeli, Milano, pp. 46-76.
Schiedi A. (2017), "Per una pedagogia dell'armonia: oltre l'aut-aut accoglienza/ diffidenza", in *Tra accoglienza e diffidenza. Problemi delle migrazioni nell'età della globalizzazione*, Rivista della Scuola di dottorato in Formazione della persona e mercato del lavoro, Università degli Studi di Bergamo, 5, 22, pp. 18-29: https://cqiiarivista.unibg.it/index.php/fpl/article/view/315.
Scarvaglieri C., Redder A., Pappenhagen R., Brehmer B. (2013), "Capturing diversity: Linguistic land-and soundscaping", in Sebba M. H., Mahootian S., Jonsson C. (eds.), *Linguistic superdiversity in urban areas: research approaches*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam-Philadelphia, pp. 45-74.

Schneider J. (1998), *Italy's "southern question": orientalism in one country*, Routledge, London-New York.
Schofield T. J., Parke R. D., Kim Y., Coltrane S. (2008), "Bridging the acculturation gap: Parent-child relationship quality as a moderator in Mexican American families", in *Developmental Psychology*, 44, 4, pp. 1190-1194.
Schouten A. (2009), "The critical period hypothesis: support, challenge, and reconceptualization", in *Studies in Applied Linguistics and TESOL*, 9, 1, Teachers College, Columbia University: https://journals.library.columbia.edu/index.php/SALT/article/view/1462.
Schwartz M. (2013), "Immigrant parents' and teachers' views on bilingual preschool language policy", in *Language and Education*, 27, 1, pp. 22-43.
Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, New York.
Souto-Manning M. (2007), "Immigrant families and children (re)develop identities in a new context", in *Early Childhood Education Journal*, 34, 6, pp. 399-405.
Tognolini B., Orecchia G. (2014), *Il ghiribizzo*, Motta Junior, Milano.
Tonioli V. (2019), *Didattica dell'italiano L2 ad adulti analfabeti o bassamente scolarizzati in corsi di prossimità*, in Brichese A., Caon F. (a cura di), *Insegnare italiano ad analfabeti*, Bonacci-Loescher, Torino, pp. 229-234.
Tse L. (2001), *Why don't they learn English? Separating fact from fallacy in the US language debate*, Teachers College Press, New York.
Turuk M. C. (2008), "The relevance and implications of Vygotsky sociocultural theory in the 2nd language classroom", in *Annual Review of Education, Communication and Language Sciences*, Newcastle University, Newcastle, 5, pp. 244-262.
UNESCO, Institute for Statistics (2017), *Literacy rates continue to rise from one generation to the next*, 45.
UNESCO (2019), *Strategy for youth and adult literacy (2020-2025)*, General Conference, 40th Session, Paris.
United Nations Secretary-General (2020), *Literacy for life, work, lifelong learning and education for democracy: report of the Secretary-General*, United Nations: https://digitallibrary.un.org/record/3877001?v=pdf.
Verdicchio P. (1997), "The preclusion of postcolonial discourse in Southern Italy", in Allen B., Russo M. (eds.), *Revisioning Italy: national identity and global culture*, University of Minnesota Press, Minneapolis-London, pp. 191-212.
Wihtol De Wenden C. (2004), "Giovani di seconda generazione. Il caso francese", in Ambrosini A., Molina S. (a cura di), *Seconde generazioni. Un'introduzione al futuro dell'immigrazione in Italia*, Edizioni Giovanni Agnelli, Torino, pp. 107-128.
Wodak R., Boukala S. (2015), "(Supra)national identity and language: rethinking national and european migration policies and the linguistic integration of migrants", in *Annual Review of Applied Linguistics*, 35, pp. 253-273.
Ying X. (2017), "Literature review on critical period hypothesis", in *International Journal of Liberal Arts and Social Science*, 5, 5, pp. 44-48.
Zincone G., Caponio T. (2005), *Immigrant and Immigration Policy-Making: The Case of Italy*, IMISCOE Working Papers, Amsterdam.

CHALLENGING MONOLINGUALISM: LINGUISTIC LANDSCAPE-BASED ACTIVITIES IN PRIMARY INTERNATIONAL EDUCATION

Chiara Facciani[1]

1. INTRODUCTION

The increasing linguistic diversity in educational contexts has led to a growing interest in how schools can foster multilingual awareness among students. One approach that has gained attention is the use of the Linguistic Landscape (LL) as a pedagogical tool. Originally developed to examine language visibility in public spaces, LL research has expanded to educational settings, where it serves as a lens to explore language ideologies, power relations, and identity construction (Gorter, 2018). Studies have demonstrated the pedagogical benefits of integrating LL into classroom practices, particularly for enhancing literacy development (Rowland, 2013) and supporting foreign language learning (Malinowski *et al.*, 2021). However, most of this research has focused on secondary and higher education, especially in the Italian context (Bellinzona, 2024; Bagna *et al.*, 2018; Povalko *et al.*, 2023), while primary school contexts have received less attention (Dagenais *et al.*, 2009). Furthermore, despite their inherently multilingual student populations, international schools have not been extensively examined in LL research. These institutions are often shaped by 'English-only' ideologies, which manifest in language policies and school practices that prioritize English over other languages, as reflected in the schoolscape. This study addresses this gap by examining a LL-based activity a Grade 2-3 class in an international school in Italy following the International Baccalaureate (IB) curriculum.

Drawing from this background, the aim of the research is to explore how the LL can be used as a pedagogical tool to raise awareness of linguistic diversity and to promote a more inclusive, multilingual environment in an international primary school setting. Specifically, the study addresses the following research questions:

1. How can LL be used as a pedagogical tool to promote awareness of linguistic diversity among students in primary school settings, that is, to help students recognize, understand, and value the variety of languages and linguistic practices present in their classroom and broader community?
2. What role does LL play in challenging 'English-only' ideologies and in transforming a monolingual school environment into a more inclusive multilingual space?

The findings, based on classroom observations, student-generated data, and a teacher interview, show that LL can function as both a pedagogical tool and a means of transforming the traditionally monolingual schoolscape of an international school into a more inclusive multilingual environment, thereby influencing the school's implicit language policies. Even in contexts where English is institutionally dominant, LL activities foster critical reflections on linguistic diversity and challenge the school's monolingual norms.

[1] Università per Stranieri di Siena.

2. Linguistic landscape definition and research trajectories

The concept LL has gained significant attention in sociolinguistics, applied linguistics, and educational research. Initially defined by Landry and Bourhis (1997: 23) as the «visibility and salience of languages on public and commercial signs in a given territory or region», LL has evolved into a multidisciplinary field that explores different themes, including multilingualism and language policy, identity and agency, and methodological approaches. For instance, studies have investigated how LL reflects official and unofficial language policies (Spolsky, Cooper, 1991; Ben-Rafael *et al.*, 2006) and how linguistic choices in public spaces represent community identities and sociopolitical interplays (Blommaert, 2013), including the visibility of minority languages (Gorter *et al.*, 2012) and the presence of English in the LL (Bolton, 2012). Furthermore, researchers investigated processes of gentrification (Trinch, Snajdr, 2020; Bagna, Bellinzona, 2019) and dynamics of immigration (Calvi, Uberti-Bona, 2020). Another area of growing interest within LL studies is education, with an increasing number of studies examining the role and potential of LL in educational contexts (Melo-Pfeiffer, 2023; Krompák *et al.*, 2022; Malinowski *et al.*, 2021; Cenoz, Gorter 2008). Cenoz and Gorter (2024) have observed that, despite not being an absolute dichotomy, research on LL in relation to education can be broadly divided into two main areas. On the one hand one, a group of studies (Bellinzona, 2021; Krompák *et al.*, 2022; Menken *et al.*, 2018) focused on the analysis of signs within educational institutions (i.e., schoolscape), analysing how language visibility within educational spaces reflects institutional policies, language ideologies, and students' linguistic identities. On the other hand, another group examined the use of LL as an educational resource to support teaching and learning. With regard to the former, research analysed LL within educational contexts, highlighting language policy-related dynamics. For example, Bellinzona (2021) conducted both a quantitative and qualitative analysis of the schoolscape in 12 lower and upper secondary schools across 9 regions in Italy. Similarly, the study by Krompák *et al.* (2020) compared the LL of educational settings in Switzerland and Malta, while the research conducted by Menken *et al.* (2018) examined the process of modifying the schoolscape to include the languages from students' repertoires in 23 schools in New York. Regarding the second group of studies, research developed interventions to examine the use of LL as a pedagogical tool in language learning and literacy development (Clemente *et al.*, 2012; Malinowski *et al.*, 2021; De Wilde *et al.*, 2021; Hernández-Martín, Skrandies, 2021). The use of LL in education aligns with the principles of place-based learning and multimodal literacy, offering students opportunities to engage with real-world linguistic data. Teachers can draw on signs to create authentic literacy activities that promote critical engagement with language (Hewitt-Bradshaw, 2014). The use of LL as a pedagogical tool has been implemented in various ways. Among these, it has been used for teaching a foreign language. For instance, Bagna *et al.* (2018) investigated the application of the LL approach in the context of international students learning Italian as an L2. By bringing pictures of public signs into the classroom, learners became more aware of linguistic diversity and variation, integrating these insights into the processes of learning, teaching, and assessment. This approach was also used to foster students' language awareness (Hawkins, 1984), understood as explicit knowledge about language and a conscious sensitivity towards its use, as well as their metalinguistic awareness, defined as «the capacity to use knowledge about language as opposed to the ability to use language» (Bialystok, 2001:124). In this way, the activity supported reflection on language and linguistic systems while raising awareness of linguistic diversity. For instance, Hancock (2012) proposed a LL activity designed to engage both learners and educators in documenting and analysing the linguistic diversity of their environment. Through small-scale investigations such as "camera safaris", participants were encouraged

to reflect on the multilingual realities surrounding schools. Studies such as those by Cenoz and Gorter (2008) and Sayer (2010) have proposed that LL enhances students' metalinguistic awareness by exposing them to authentic multilingual settings. Furthermore, research has shown that LL-based activities foster learners' awareness of multilingualism and the sociolinguistic roles of different languages (Dagenais *et al.*, 2009), enhancing their understanding of cultural and linguistic diversity, as well as their ability to analyse different textual and multimodal representations (Scarvaglieri, 2007; Hewitt-Bradshaw, 2014; Aladjem, Jou, 2016).

Pedagogical LL approaches have been effectively implemented across different educational contexts, involving students of various ages and educational stages (Malinowski, 2010; Chesnut *et al.*, 2013; Hewitt-Bradshaw, 2014; Bellinzona, 2024), international students (Bagna *et al.*, 2018), and pre-service teachers (Kim, 2017). Research has also examined LL-based activities involving children (Dagenais *et al.*, 2009; Chern, Dooley, 2014; Roos, Nicholas, 2019). Findings suggest that drawing children's attention to the multiple layers of meaning embedded in multilingual texts fosters critical literacy, encouraging engagement with diverse voices in their communities (Comber, Simpson, 2001; Gutiérrez, Rogoff, 2003). In line with Bertucci's (2005) advocacy for experience-based pedagogy, such activities integrate students lived experiences, values, and perceptions, revealing the dynamic interplay between language, identity, and space. While these studies highlight the potential of LL in educational settings, both from a pedagogical perspective and in terms of rethinking language policies, no research has yet explored these dynamics in the context of international schools, particularly involving primary school students.

In international school contexts, language policies often reflect and reinforce a monolingual English-only orientation (Lehman, 2023), which influences how both teachers and students perceive and engage with linguistic diversity, and also shapes the schoolscape itself. In this sense, the examination of LL offers valuable insights into how multilingualism is, or is not, represented and acknowledged in educational spaces, both in terms of pedagogical practice and the visible presence or absence of languages in the environment. By focusing on this particular setting, this article aims to contribute to the broader discussion on the LL pedagogical potential to foster multilingual awareness and to rethink language policies from a multilingual perspective. The following section explores how such linguistic dynamics are embedded within formal language policies, with a specific focus on the International Baccalaureate curriculum.

3. LANGUAGE POLICIES IN THE INTERNATIONAL BACCALAURATE CURRICULUM

A school language policy is more than just determining the conventions around the language of instruction; it also incorporates the physical environment of the school and classroom, what Brown defined schoolscape (2012). As pointed out by Shohamy *et al.* (2010: xi), the LL of a school «functions not only as an informational indicator, but also as a symbolic marker communicating the relative power and status of linguistic communities in a given territory». Hult (2018) suggests that LL analysis connects to language policy in two primary ways, one indirect and one direct. Indirectly, language policies reflect underlying language ideologies; by examining how linguistic order is visually displayed in a community's public space, we gain insight into whether and how the values embedded in official policies are echoed in everyday life. Directly, certain governments or authorities impose regulations on which languages are permitted in public spaces and define how those languages may be used. This dynamic is also visible in schools where the LL can reflect both explicit language policies and implicit language

ideologies. According to Menken and García (2010), even in the absence of an explicit language policy, schools inevitably develop implicit language practices shaped by the actions and decisions of teachers and administrators, which reflect their underlying linguistic orientation (Corson, 1999). Such practices are often visible in the schoolscape, showing which languages are recognized, which are ignored, and which are excluded. This means that the visibility (or invisibility) of certain languages within school spaces reinforces language hierarchies and influences students' perceptions of linguistic legitimacy and belonging (Hult, 2018). Extensive research has been conducted across various contexts and geographical areas (Szabó, Laihonen, 2024; Bellinzona, 2021; Gorter, Cenoz, 2014), exploring different aspects of schoolscapes – ranging from the visibility of languages within schools to the underlying ideologies they convey, the functions of signage, and the distinctions between top-down and bottom-up signs. Yet international schools' LL remains underexplored as studies of international educational spaces only focused on higher education (Povlako *et al.*, 2023).

Despite being by nature multilingual settings (Burr, 2018; Gogolin, Neumann, 1997), many international schools, whether intentionally or by default, adopt language policies that align with a monolingual framework. Scholars noted that is usually a consequence of a monolingual curriculum and the push towards proficiency in English (Carder, 2007; Burr, 2018). As a consequence, this approach often privileges speakers of the dominant language, reinforcing their linguistic capital while marginalizing other linguistic repertoires, leading to restricted language development, the loss of competences in non-dominant languages, missed opportunities to challenge discrimination, and barriers preventing parents from engaging in their children's education (Piller *et al.*, 2024).

The International Baccalaureate (IB) is an international curriculum implemented in schools across the world. In IB documentation, language is described as playing an important role in supporting the development of critical thinking, intercultural understanding, and awareness of multiple perspectives (IB, 2011, p. 3). Furthermore, the curriculum promotes multilingualism by requiring students to study or be educated in more than one language, based on the view that engaging with multiple languages can support recognition of linguistic and cultural diversity. However, as highlighted by Fee *et al.* (2014) in their review of IB schools' language policies, the promotion of multilingualism in IB settings is often confined to the languages included in the curriculum (i.e., English, Spanish and French) and the official language(s) of the host country. As a result, students' heritage languages tend to be overlooked when they fall outside these predefined categories, limiting their recognition and integration within the school environment.

4. THE CASE STUDY

This section introduces the case study, providing an overview of the context and participants. It then describes the implemented educational intervention and outlines the research methodology used in the study.

4.1. *Context and participants*

This study was conducted in an international school located in the North-East region of Italy that follows the IB curriculum. The IB is a globally recognized educational framework and it offers programs from primary to pre-university levels, supporting inquiry-based learning and international-mindedness. While the official IB languages are

English, French, and Spanish, individual schools have flexibility in language policies and instructional approaches. In the international school examined where this study was conducted, no documents specify explicit language policies. However, implicit language policies persist, positioning English as the dominant language. As reported by the teacher who participated in the study, English serves both as the medium of instruction for every subject and as the primary language of communication with families. Furthermore, a visit to the school, conducted before the LL intervention, showed that the schoolscape is predominantly monolingual in English, with the exception of a welcome sign at the entrance displayed in multiple languages and a sign for the school canteen written in Italian (i.e., "mensa"). Yet, as reported by the teacher, despite the implicit monolingual school language policy, both the students population and the teaching body is multilingual, with total of 23 languages and dialects spoken within the school community.

With regard to the broader context, it should be specified that the school is located in Rimini, a small city of just over 150,000 inhabitants in the Emilia-Romagna region of northeastern Italy. As of January 2024, 19,850 residents were foreign nationals, representing 13.2% of the population, with the largest communities including Romanian, Ukrainian, Albanian, Chinese, Senegalese, Moldovan, Moroccan, and Bangladeshi. Rimini is also a tourist destination, with significant seasonal flows of domestic and international visitors, particularly from Germany, Austria, and France, and previously also from Russia. These demographic and cultural characteristics contribute to notable linguistic diversity, which shaped the activity. Nevertheless, the activity is fully replicable in other contexts.

The participants in this study included eight students from Grade 2 and Grade 3, along with their teacher, who led a pedagogical activity based on LL. A mapping of the students' home languages, carried out prior to the intervention, revealed a high degree of linguistic heterogeneity within the class. As the Table 1 below shows, the students came from diverse linguistic and cultural backgrounds, reflecting the international nature of the school community.

Table 1. *Participants*

Student's pseudonym	**Age**	**Nationality**	**Home languages**
Ryan	8	Italian	Italian, English
Filippo	8	San Marino	Italian, English
Camilla	8	USA	English, Spanish, Italian
Amir	7	Egypt	Arabic, Italian
Angelica	8	San Marino	Italian
Jennifer	7	San Marino	Italian
Agnes	7	Norway and Estonia	Norwegian, Estonian, Italian, English
Christian	7	Italy and Poland	Italian, Polish, English

Furthermore, an additional participant in the study is the teacher, who has 15 years of teaching experience. Although the teacher's repertoire includes Italian and English, English is the language of instruction for her classes. She teaches English language, mathematics, science, and social studies.

4.2. *Classroom intervention*

The teacher attended a professional development session for school staff focused on the promotion of linguistic diversity, where, among various topics, the use LL as a pedagogical tool was discussed. The activity was entirely designed by the teacher, who only consulted with the researcher leading the training seminar and authoring this contribution. The researcher visited the school only before and after the intervention, while monitoring was conducted remotely, with the teacher reporting on the progress of the activity. The teacher involved in the study aimed to integrate the LL activity within the IB curriculum, which is structured around six "units of inquiry" per academic year. According to the IB curriculum (2011), a unit of inquiry is an in-depth exploration of a concept that lasts between 6 and 8 weeks. During this time, students investigate a central idea or key understanding, guided by lines of inquiry and questions posed by the teacher. Throughout the unit, students develop their knowledge and skills related to the specific subject areas connected to the themes covered. The LL activity was embedded within the unit titled "How we express ourselves", which focused on the central idea that signs and symbols help us communicate. The teaching sequence was structured as follows:

Phase 1: *Classroom discussion*

The teacher engaged students in an introductory discussion on LL by asking them to hypothesize which language(s) they would expect to find in the city where the school is located.

Phase 2: *Exploration of the city's LL*

Students were guided through an observational walk in the city where the school is located, documenting various linguistic signs and symbols in the city. They independently took photographs and noted linguistic diversity in public spaces.

Phase 3: *Classroom reflections*

Students shared their observations, discussing the presence of different languages in city's linguistic landscape.

Phase 4: *Expert interviews*

Three linguistic "experts" (i.e., speakers of in Arabic, Russian, and Chinese) visited the classroom to provide insights into these languages found in the city.

Phase 5: *Written reflections on the activities*

Students composed written reflections on their findings, exploring how different languages coexist and the role of multilingualism in communication and identity.

Phase 6: *The schoolscape*

As culminating activities, students collaborated to create a board showcasing their LL findings from the city where the school is located. This schoolscape activity aimed to bring greater awareness of linguistic diversity into the school environment, challenging the dominant monolingual norms. Furthermore, the sequence of activities led to a transformation of the schoolscape by translating or by asking others to translate signs present in the school (e.g., tags of the school spaces).

4.3. *Research methodology*

This study adopts a qualitative case study approach, which enables an in-depth exploration of a specific educational setting (Merriam, 1998). Case study methodology is particularly suited to examining complex educational phenomena within their real-life context, allowing for a holistic understanding of the use of LL as a pedagogical tool (Creswell, 1998). This approach supports the analysis of classroom dynamics, student engagement, and teacher perspectives, drawing on multiple sources of data to provide a comprehensive view of the intervention's impact.

Data for this study was collected through three different sources to ensure a comprehensive understanding of the implementation and outcomes of the LL activity. First, teacher's classroom observations were collected to document how the activity unfolded in real-time, capturing the participant's understanding and perception of students' engagement and interactions. Second, the outcomes of the activity were analysed. These included, first and foremost, the linguistic signs photographed by the students during the activity. The signs collected were examined using the LL analysis grid proposed by Bellinzona (2021), which allows for a detailed examination of the characteristics of the signs and, consequently, an understanding of students' awareness of the linguistic diversity they encountered. Bellinzona's annotation grid is organised into five macrocategories for LL sign analysis: informative, linguistic, multimodal, purpose, and agency. For the purposes of this study, the grid was adapted to focus on the informative, linguistic, and multimodal categories, as these were the most relevant for exploring students' awareness of the LL in terms of the types of signs they identified, the languages present, and the multimodality, with attention to the forms of support used for the signs themselves. Since the aim of the activity was to encourage reflection on signage in general and linguistic diversity in particular, the analysis of these categories helps to understand what the participants noticed and their ability to identify and select signs in different languages. These artifacts provided insight into students' perceptions of linguistic diversity and their ability to engage with the LL as a pedagogical tool. In addition, students' final reflections on the experience were collected and analysed, along with the new signs they created, which contributed to modifications in the schoolscape. Finally, to triangulate the data and strengthen the validity of the findings, a semi-structured interview was conducted with the teacher who implemented the activity. The interview was analysed using a Qualitative Content Analysis approach (Mayring, 2004). The audio transcripts were systematically segmented into units of meaning, and codes were generated inductively from the collected data. These codes were then grouped into categories that guided the interpretation and discussion of the findings. The interview aimed to gain a deeper understanding of the teacher's perspective on the LL's educational value, the challenges encountered during implementation, and the broader implications for language policy and pedagogical practice within the school.

5. RESULTS

This section presents the results obtained, with particular attention to the activity carried out by the students, situating it within the broader framework of the International Baccalaureate (IB) curriculum. The analysis also takes into account the teacher's role in designing and facilitating the activity, highlighting how it was integrated into the curricular objectives and inquiry-based approach promoted by the IB. Furthermore, it examines the pedagogical impact of the activity on the students, especially in terms of their linguistic awareness and engagement with multilingualism. Finally, this section discusses the ways

in which the activity led to concrete modifications of the schoolscape, with potential implications for the school's language policies and its approach to linguistic diversity.

5.1. *Alignment with the IB curriculum*

The activity aligned well with the IB framework, as it included an initial exploratory phase in which students engaged as observers. This alignment was noted by the teacher, who described the activity as both manageable and consistent with the principles of the IB curriculum, particularly in how it supports the idea of students having agency, as they take ownership of their learning, make choices, and engage actively and autonomously in the learning process. The teacher reported that

> We say that students have agency, so they are the agents, let's say. And so I literally put the tablet in their hands, and they had to be the ones to take the pictures, even if they came out badly, even if they were blurry. So they had to take the pictures themselves, and they were supposed to be the ones to identify the different linguistic systems, the different alphabets[2].

In the IB curriculum underscores the importance for teachers to "acknowledge learner agency and the importance of self-efficacy" so that "students become partners in the learning process" (IB curriculum website).

Additionally, the teacher observed that, from a methodological perspective, the activity was also well integrated into the IB approach, which is grounded in the development of conceptual understanding rather than mere content acquisition, using local examples as starting points for broader inquiry.

> Our curriculum is based on the concept. I mean, it's a curriculum of concepts rather than content, but based on local examples. You start with local examples and then expand a bit to look at global examples, okay? So, we observed multilingualism in our small community of Rimini and also in our school community.

As per the IB curriculum for primary education, learning should follow a conceptual inquiry approach which is understood as a vehicle for learning that value concepts and promotes meaning and understanding (IB curriculum website). In relation to this, the IB curriculum's emphasis on beginning with local contexts ensures that activities involving observation of the immediate environment are well aligned with its educational framework. In this sense, an activity centred on exploring the LL of the city in which the school is located is consistent with the IB approach, as it encourages students to engage with real-world examples drawn from their own surroundings.

5.2. *From monolingual expectations to linguistic diversity awareness*

With regard to the implementation of the activity across its different stages, the teacher reported that, during the initial phase (phase 1), she engaged the students in a discussion about their expectations regarding the LL of their city. The teacher recalled that "Everyone said, 'Well, Italian, obviously, because we are in Rimini, so there will be signs

[2] It should be noted that this excerpt, as well as all those that follow, are English translations from the original Italian interview.

in Italian'. And so we said, maybe we'll see things like "Poste Italiane", "farmacia", "banca", and so on. This moment revealed the students' predominantly monolingual expectations.

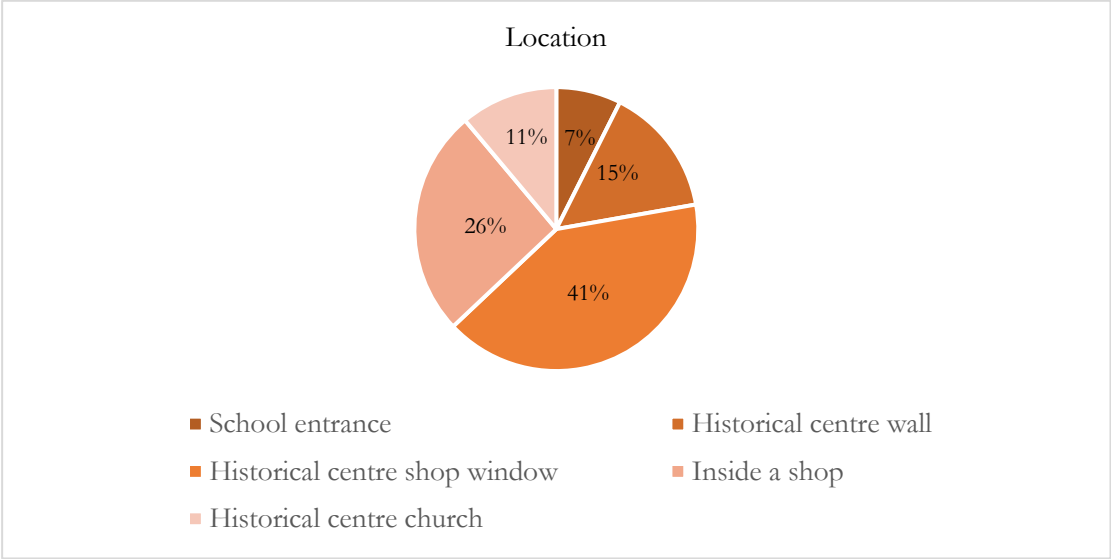
The teacher reported that the class was surprised to discover ten different languages in the city's LL, as they had initially expected to find only Italian. The educational significance of the activity in terms of raising students' awareness of the linguistic diversity present in their everyday surroundings emerged from the teacher's account, as she emphasized how unexpected it was for the students to encounter such a variety of languages in a space they thought they knew well.

> When we went back to the classroom, we reflected on their predictions and on the actual exploration. And I think we had found ten different linguistic systems. And well, some were kind of planned, like Chinese, Thai, and Arabic, because I had a bit of an idea where to take them. But others just happened. They happened by chance, like English, they were already surprised to find English.

During LL exploration (phase 2) which lasted 2 consecutive hours, the students collected in total 27 photographs. These were taken by the students themselves, and the signs in different languages were identified independently by the students, without the teacher's intervention. The analysis of the LL data collected by the students during the activity allows for the assessment of their ability to critically observe the urban space and to identify and interpret the presence and distribution of languages within it. The analysis of the LL data collected by the students during the activity allows for the assessment of their ability to critically observe the LL and to identify and interpret the presence and distribution of languages within it.

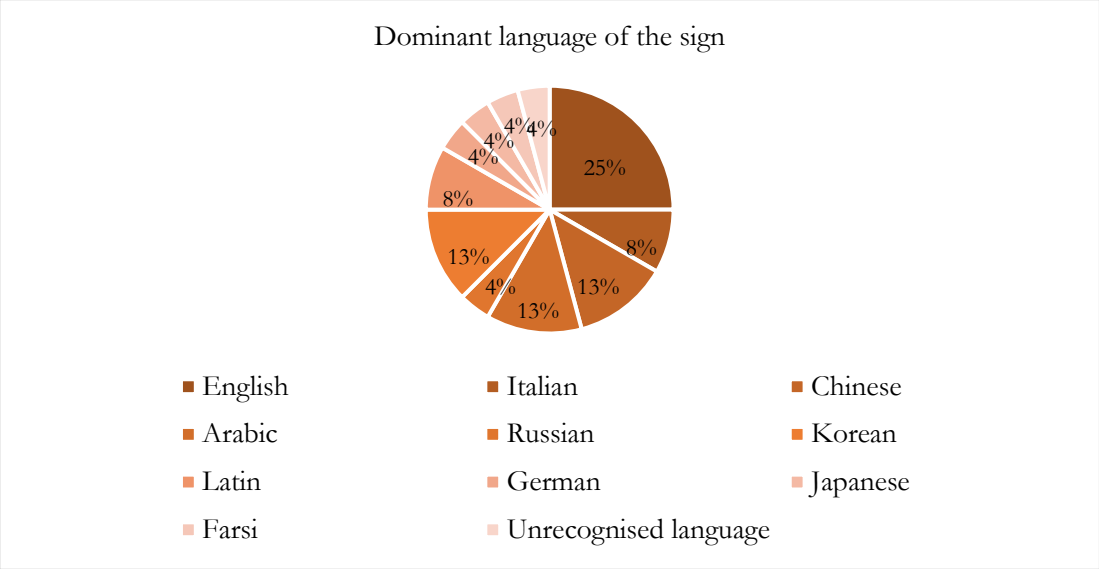
With regard to the thematic area "informative" and specifically the place where the signs were identified (Bellinzona, 2021), the data students collected were predominantly displayed on the shop windows located in city's historical centre (11 signs) and inside a shop (7 signs) as Graph 1 shows. Furthermore, students also identified signs on the school entrance (2 signs), on the walls of the historical centre (4 signs) and on a church in the historical centre wall (3 signs).

Graph 1. *Informative category – Location*



Moving to the linguistic thematic area, signs collected by the students included 11 different languages and the dominant language distribution is shown in Graph 2. Furthermore, the analysis allowed to identify that out of the 27 signs, 18 signs were monolingual, 7 signs were bilingual signs and 2 signs were multilingual.

Graph 2. *Dominant language of the sign*



Amongst the signs, students photographed signs both in language that they know because they are languages that belong to the repertoire of all the students of the class such as English and Italian (see Picture 1) as well as signs with languages they do not know such as Russian, as Picture 2 shows.

Picture 1. *Example of monolingual sign in a language belonging to the linguistic repertoires of the class (English)*



Picture 2. *Example of monolingual sign in a language different from the linguistic repertoires of the class (Russian)*



This is the same for bilingual signs. Students also captured pictures where a known language (e.g. Italian) appeared next to a language that is not included in the linguistic repertoire of the class as Picture 3 shows, and signs that included the languages of the class, namely English and Italian (Picture 4).

Picture 3. *Example of bilingual sign including a language of the class (Italian) and a language different from the linguistic repertoires of the class (Chinese)*



Picture 4. *Example of bilingual sign including two languages of the class (Italian and English)*



During the initial discussion, students expressed the expectation that they would find only Italian in the city's linguistic landscape. However, during the activity, they were able to identify languages that did not belong to their own repertoires nor to those of their classmates. This suggests that the LL activity, in which students were directly involved as active agents (taking photos and documenting signs themselves) helped them develop a critical eye and an increased sensitivity to linguistic diversity. The process of observing and recording the environment led them toward a form of multilingual awareness (Bialystok, 2001), as simply walking through the city became an opportunity to become more aware of the linguistic realities surrounding them.

Furthermore, students also identified signs that included a language part of the repertoire of one of the students, i.e., Arabic. Specifically, students identified four signs in Arabic and one in Farsi, which Amir, one of the students, was able to read since Farsi and Arabic share the same script. Students identified a monolingual sign in Arabic (see picture 5) from a halal butcher shop, a bilingual sign from a carpet shop featuring Farsi and Italian, and a multilingual sign displaying English, Italian, and Arabic together in the sign of a barber shop.

Picture 5. *Example of monolingual Arabic sign*



Picture 6. *Example of bilingual Farsi-Italian sign*



Picture 7. *Example of multilingual English-Arabic and Italian sign*



In this context, the activity also incorporated Amir's heritage language, which is typically excluded from educational practices as it differs from both the language of instruction (English) and the local language (Italian). This inclusion contributed to the recognition and valorisation of the student's linguistic repertoire and his competence in his heritage language. His classmates expressed surprise at his ability to read in that language, which in turn prompted a transformation in classroom group dynamics. As a consequence, Amir's role evolved from being passive to becoming actively engaged, as he was directly involved in the activity and assumed the role of expert. The teacher explained the dynamics that took place as it follows.

> It was definitely interesting to see the Egyptian boy, who is usually very inactive in class, to see him as the expert. So he really changed. I mean, his role changed. And the kids, the children, were actually asking him questions in class, and some of them, well, we knew he spoke Arabic, that he's Egyptian. But when we went and he read something like carpets, nice, beautiful carpets. 'Come inside and see'. For us, it was a bit of a revelation because they were really, I mean, they're unrecognizable symbols, and then the other kids asked, 'But, do you know how to read it?' and he said, 'Yes'. And that was really nice.

Thus, in addition to fostering a critical perspective on the linguistic diversity present in their surroundings, the activity also led to changes in classroom dynamics. In particular, it encouraged the active participation of a student who typically remains more reserved. The activity created an opportunity for this student to become more engaged, and his linguistic competences were positively recognized and valued by his classmates, contributing to a more inclusive and supportive learning environment.

5.3. *Immersive learning*

The analysis also revealed certain dynamics related to the very structure that characterizes all LL activities, namely, their nature as place-based learning experiences in which students engage with real-world linguistic data (Hewitt-Bradshaw, 2014). In relation to this, the teacher shared students' engagement in identifying languages in the city's LL. She reported that most of them responded positively to the activity and that students were «very engaged, very focused, very active, and some in particular would say, 'Ah, didn't you see this? Didn't you see that? ». In addition, the teacher as a privileged spectator of the activity and of students' reactions explained that the LL exploration made the students «conscious and it made them aware, indeed, it made them aware of what we can find even in a small community like ours in terms of languages».

A further impact and development of the activity emerged directly from the LL itself. During phase 2, an important dynamic became evident because of the immersive nature of the activity (Hancock, 2012). Rather than being entirely planned and directed by the teacher, part of the learning process unfolded organically, shaped by the opportunities that arose from the LL itself. In particular, the spontaneous encounters with unexpected signs and languages guided students' inquiry and engagement, demonstrating how the environment can actively influence and enrich the learning experience. This became evident when, during phase 2, the teacher and her students encountered a Chinese Cultural Centre and were invited to enter. This incidental and unplanned encounter was a consequence of the LL exploration and offered the teacher an opportunity to enrich and expand the learning activity, which had originally included the invitation of linguistic experts of the languages encountered in the LL into the classroom. The teacher reported that:

> So we found the Chinese centre attracted by the Linguistic Landscape activity. So we said, 'Ah, but what is that? Is it a Chinese restaurant?' No, it wasn't a Chinese restaurant. Later, it also said in Italian, 'Chinese Cultural Centre, and we actually ran into the president himself. And so, from there, the dialogue began, and even a collaboration with him. He became our third expert that we interviewed. In fact, two days later, we went back to that centre where he gave us a lesson [on Chinese language].

In this subsequent phase (phase 4), the focus was placed on three specific languages by inviting 'language experts' into the classroom, namely Amir's mother for Arabic, another teacher at the school where the activity was conducted for Russian (Anastasia), and the president of the Chinese Cultural Centre for Chinese they encountered.

At the end of this phase, the teacher asked the children to write their final reflections on the activities (phase 5). From these reflections, several insights emerged. First of all, an appreciation for other languages, like Ryan, as one student said "Arabic surprised me because it is fun. I think that it is so exciting Arabic and I like it a lot" or Camilla that wrote that "I think that Arabic and Chinese are lovely language" and Enea that said that "Arabic is fantastic". Secondly, students' reflections also revealed a growing awareness of their own learning processes. On the one hand, some students highlighted perceived challenges. For example, Camilla stated, "I learned the Chinese characters. It was hard," and Ryan commented, "I like hard things, and Chinese is hard." On the other hand, other students described the process as less difficult. Jennifer, for instance, said "I liked Arabic because it is not difficult and Anastasia was very kind. I learned the Latin alphabet from my mum". In this case the student not only reflected on the learning activity at school but also incorporated her experience at home by explaining her mum supporting her learning process.

5.4. *Transforming the schoolscape*

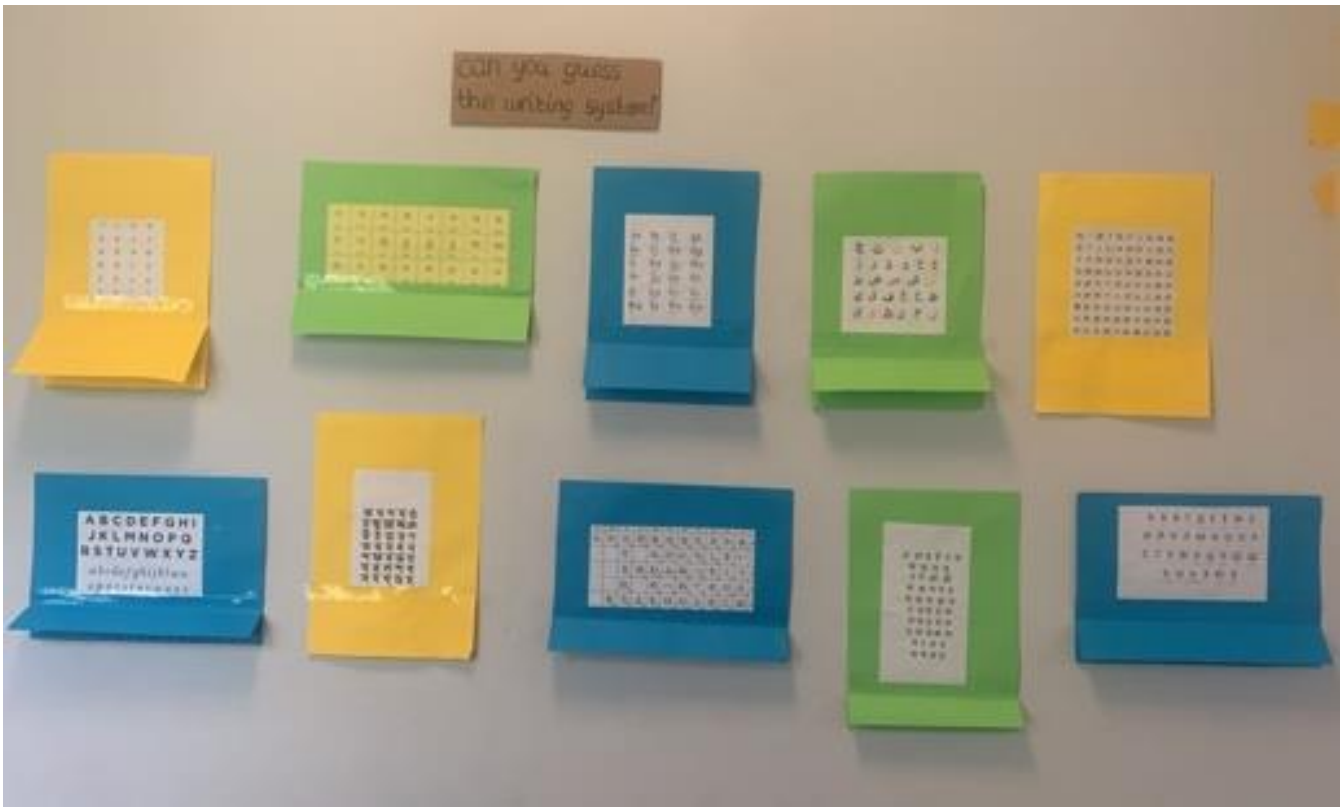
A final impact of the classroom-based project was the transformation of the schoolscape itself. In the final stage (Phase 6), the LL exploration activity was brought into the school environment, as students made their work visible through the creation of two final products. The first was a poster displaying the LL signs photographed by the students, which was exhibited in the school corridor (Picture 8). The second was an interactive game titled "Guess the writing systems" also placed in the corridor so that anyone passing by could engage with it (Picture 9).

An additional final product of the activity that emerged from the final class discussion on LL was the idea of using multilingual signs within the school to reduce potential language barriers, particularly for parents or visitors to the school. The class engaged in a discussion on how to utilize these symbols and linguistic systems to reduce potential language barriers, particularly for parents or visitors to the school. Students proposed to translate various signs and display them in multiple languages, including "office", "cafeteria", "garden", "library", and "teachers' room" (Picture 10). As the teacher described it, it was "a small action, again based on our school community, within the school". Most of the signs were already available in English, and the schoolscape activity involved creating a board where the school community could contribute translations.

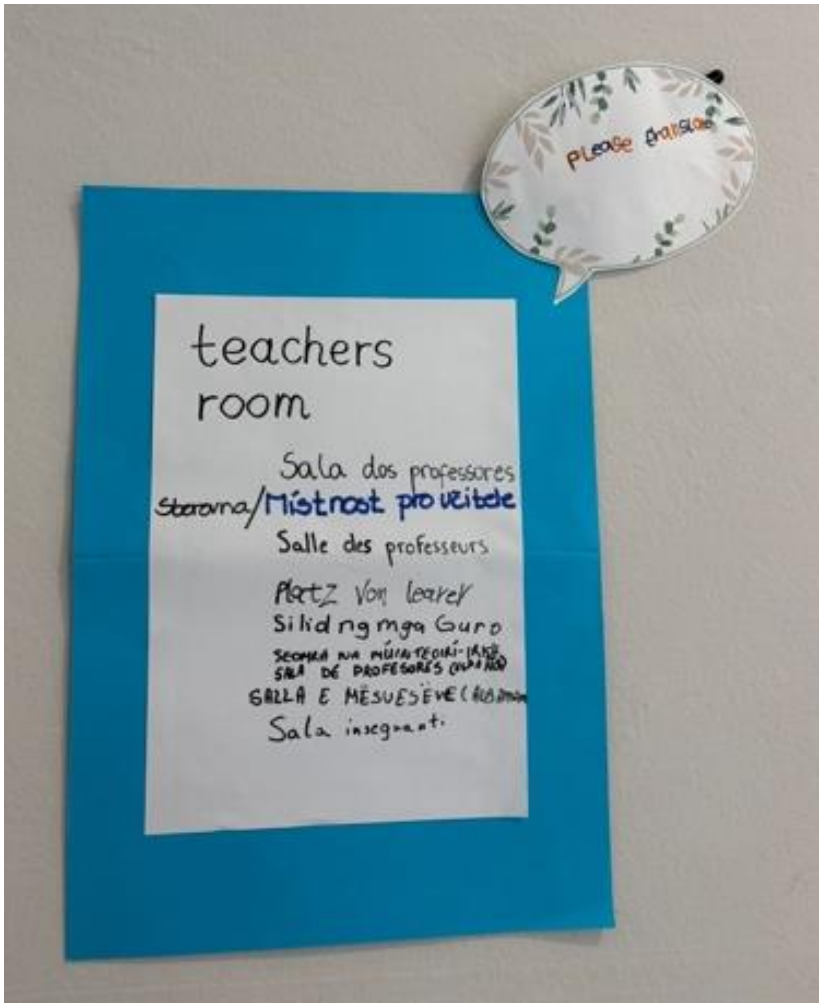
Picture 8. *Schoolscape – Rimini's LL*



Picture 9. *Schoolscape – Guess the writing system*



Picture 10. *Schoolscape – Multilingual sign*



These three products (Pictures 8, 9 and 10), and in particular the last one, had a significant impact on the schoolscape in three main ways. Firstly, they made students' activity visible, as the final products were displayed in the school corridors. This placement allowed anyone passing by, including other students, teachers, the headmaster, and visitors, to engage with and appreciate the outcomes of the students' work. Secondly, they altered the previously monolingual schoolscape by introducing languages that are not usually visible and displayed on the walls of the school. This change made these languages visible and valued within the school environment, thereby broadening the linguistic representation of the school community and partially disrupting the school's monolingual orientation. Thirdly, the transformation of the schoolscape became an interactive process in which the entire school community was involved. It was not a top-down initiative, but rather a participatory bottom-up activity that encouraged collective engagement and the sharing of knowledge.

The fact that the activity led to a transformation of the schoolscape (typically characterized by a predominantly monolingual environment) carries significant implications for language policy. As Spolsky (2004: 222) observed, «the real language policy of a community is more likely to be found in its practices than in management». Building on this perspective, Hult (2018) emphasized that the construction of LL can itself be seen as a form of policymaking through practice, whereby the resulting semiotic aggregate constitutes a de facto language policy. From this standpoint, the LL activity

carried out in the school did not merely serve a pedagogical function but actively contributed to a bottom-up shift in language policy by reshaping the visible linguistic space of the school and promoting the inclusion of diverse languages in its public environment (Dal Negro, 2009).

6. Discussion and conclusion

This study set out to explore how LL-based activities could foster reflection on linguistic diversity and challenge the dominance of English within an international educational environment that follows the IB curriculum. The findings point to several significant outcomes at the pedagogical, social, and policy levels.

Within the classroom context, the integration of LL activities in a Grade 2-3 international setting contributed to the development of a critical perspective and an awareness of the presence of multiple languages in the urban space where the school is located. This became evident when comparing the students' initial monolingual expectations, many of them believed they would find only Italian in the city's LL, with the increased awareness they developed during the LL exploration activity. As they engaged in the collection of signs, students identified examples not only in the curricular languages (Italian and English), but also in languages present in their own repertoires (such as Arabic), as well as in languages not represented within the class (including Chinese and Russian). Moreover, the signs were located in different parts of the city and appeared on a variety of multimodal supports, highlighting the students' developing critical observational skill. Their active involvement and motivation throughout the activity enabled them to collect a small yet heterogeneous corpus of LL items, reflecting both linguistic and contextual diversity. This observation aligns with existing literature that highlights the potential of LL to enhance multilingual awareness and prompt reflection on language use in everyday environments (Dagenais *et al.*, 2009). The evidence gathered supports the notion that engagement with LL enables young learners to develop a more nuanced understanding of language as both a social and cultural construct, reinforcing the pedagogical value of LL.

In addition, the activity contributed to noticeable shifts in classroom dynamics. One emergent bilingual student (Amir), for instance, took on the role of a linguistic expert, surprising his peers with his ability to read in Arabic and demonstrating a high level of engagement that contrasted with his usual classroom behaviour. This redefinition of roles not only empowered the student but also challenged prevailing hierarchies that often privilege monolingual norms (i.e., English as the only language of instruction despite the linguistic heterogeneity of the classrooms). Such developments suggest that LL activities can promote more inclusive and participatory classroom environments by validating students' linguistic resources and enabling more equitable peer interactions. While these changes were encouraging, the study acknowledges the need for further research to understand the long-term effects on classroom relationships and student learning.

Beyond the individual and classroom levels, the LL activity also contributed to a transformation within the schoolscape. Prior to the intervention, as observed by the author of this contribution and reported by the teacher, the school environment was largely dominated by English, reflecting the official language practices typical of IB schools. However, the participatory nature of the activity facilitated a bottom-up shift in the visibility of other languages within the school. The increased representation of linguistic diversity extended beyond the immediate group of student participants, engaging the wider school community and promoting a more linguistically inclusive environment. These changes suggest that LL-based initiatives may not only enrich

classroom pedagogy but also influence institutional practices and potentially prompt a reconsideration of language policies in educational settings.

Overall, the integration of LL into teaching practices appears to offer a range of benefits. At the individual level, students' linguistic awareness was enhanced, and their sensitivity toward multilingualism increased. At the social level, the activity supported the reconfiguration of classroom roles, particularly by recognizing and empowering bilingual students. At the institutional level, the intervention contributed to shifts in the schoolscape that made linguistic diversity more visible and valued. These outcomes demonstrate the potential for LL-based pedagogy to create more inclusive educational environments and foster a stronger alignment with the values of the IB curriculum, particularly its emphasis on international-mindedness and respect for cultural and linguistic diversity.

Nonetheless, the study recognizes certain limitations. The focus on a single school context and the qualitative nature of the data may limit the generalizability of the findings. Moreover, while the short-term outcomes are promising, the long-term impact of LL-based activities remains to be explored. Future research could examine the implementation of LL in other international schools, assessing its potential to support broader educational goals such as intercultural competence and global citizenship, as well as the activity's impact on other teachers.

In conclusion, this study highlights the value of LL as a dynamic and multifaceted pedagogical tool. Its integration into classroom practice, alongside supportive institutional policies, can contribute meaningfully to the creation of more inclusive, reflective, and linguistically responsive learning environments.

REFERENCES

Aladjem R., Jou B. (2016), "The linguistic landscape as a learning space for contextual language learning", in *Journal of Learning Spaces*, 5, 2, pp. 66-70.

Bagna C, Bellinzona M. (2019), "Linguistic landscape, multilinguismo urbano e gentrification", in Paone S., Venturi S., Carpi E. (eds.), *Scenari urbani in trasformazione*, Edizioni ETS, Pisa, pp. 57-89.

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., Bier A., Ballarin E. (eds.), *La didattica delle lingue nel nuovo millennio: le sfide dell'internazionalizzazione*, Edizioni Ca' Foscari, Venezia, pp. 219-231.

Bellinzona M. (2021), *Linguistic landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.

Bellinzona M. (2024), "Il paesaggio linguistico per le competenze digitali: una sperimentazione didattica in contesto universitario", in *Italiano LinguaDue*, 16, 1, pp. 672-696: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/23870.

Ben-Rafael E., Shohamy E., Hasan Amara M., 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.

Bertucci M.-M. (2005), *Écrire entre 10 et 14 ans. Un corpus, des analyses, des repères pour la formation* (M.-L. Elalouf, Dir.), SCEREN / CRDP de l'Académie de Versailles, Versailles.

Bialystok E. (2001), *Bilingualism in development: Language, literacy, and cognition*, Cambridge University Press, Cambridge.

Blommaert J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*, Multilingual Matters, Bristol.
Bolton K. (2012), "World Englishes and linguistic landscapes", in *World Englishes*, 3, 1, pp. 30-33.
Brown K. D. (2012), "The linguistic landscape of educational spaces: Language revitalization and schools in Southeastern Estonia", in Gorter D., Marten H., Van Mensel L. (eds.), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, New York, pp. 281-298.
Burr E. C. (2018), "Challenging the monolingual habitus of international school classrooms", in *The International Schools Journal*, 37, 2, pp. 77-84.
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.
Carder M. (2007), *Bilingualism in international schools: A model for enriching language education*, Multilingual Matters, Bristol.
Cenoz J., Gorter D. (2008), "The perception of the linguistic landscape in multilingual educational contexts", in Kovacevic M., Cenoz J. (eds.), *Research methodologies in language studies*, Naklada Slap, Jastrebarsk.
Cenoz J., Gorter D. (2024), "The potential of pedagogical translanguaging in English language and in English-medium content classes", in *Linguistics and Education*, 86, pp. 1-8.
Chern C. I., Dooley K. (2014), "Learning English by walking down the street", in *ELT Journal*, 68, 2, pp. 113-123.
Chesnut M., Lee V., Schulte J. (2013), "The Language lessons around Us: Undergraduate English pedagogy and linguistic landscape research", in *English Teaching: Practice and Critique*, 12, 2, pp. 102-120.
Clemente M., Andrade A. I., Martins F. (2012), "Learning to read the world, learning to look at the linguistic landscape: A study in the first years of formal education", in Hélot C., Barni M., Janssens R., Bagna C. (eds.), *Linguistic landscapes, multilingualism and social change*, Peter Lang, Bern, pp. 267-285.
Comber B., Simpson A. (eds.) (2001), *Negotiating critical literacies in classrooms*, Routledge, London.
Corson D. (1999), *Language policy in schools: A resource for teachers and administrators*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Mahwah (NJ).
Creswell J. W. (1998), *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*, Sage Publications, London
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, London, pp. 253-269.
Dal Negro S. (2009), "Local policy and modeling the linguistic landscape", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, New York, pp. 206-218.
De Wilde J., Verhoene L., Tondeur J., Van Praet E. (2021), ""Go in practice": Linguistic landscape and outdoor learning", in Krompák E., Fernández-Mallat F., Meyer, S. (eds.), *Linguistic landscapes and educational spaces*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 120-138
Gogolin I., Neumann U. (eds.) (1997), *Großstadt-Grundschule. Eine Fallstudie über sprachliche und kulturelle Pluralität als Bedingung der Grundschularbeit*, Waxmann-Verlag, Münster.
Gorter D. (2013), "Linguistic landscapes in a multilingual world", in *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, pp. 190-212.

Gorter D., Cenoz J. (2014), "The linguistic landscapes inside multilingual schools", in Spolsky B., Inbar-Lourie O., Tannenbaum, M. (eds.), *Challenges for language education and policy: Making space for people*, Routledge, New York, pp. 151-169.
Gutiérrez K. D., Rogoff B. (2003), "Cultural ways of learning: Individual traits or repertoires of practice", in *Educational Researcher*, 32, pp. 19-25.
Hancock A. (2012), "Capturing the linguistic landscape of Edinburgh: a pedagogical tool to investigate student teachers' understandings of cultural and linguistic diversity", in Hélot C., Barni M., Janssens M., Bagna C. (eds.), *Linguistic landscapes, multilingualism and social change*, Peter Lang, Frankfurt, pp. 249-266.
Hawkins E. (1984), *Awareness of language: An introduction*, Cambridge University Press, Cambridge.
Hernández-Martín L., Skrandies P. (2021), "Taking the foreign out of the language teaching: opening up the classroom to multilingual city", in Malinowski D., Maxim H., Dubreil S. (eds.), *Language in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer International Publishing, Cham, pp. 293-325.
Hewitt-Bradshaw I. (2014), "Linguistic landscape as a language learning and literacy resource in Caribbean creole contexts, in *Caribbean Curriculum*, 22, pp. 157-173.
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 Academic, Oxford.
International Baccalaureate (2011), *Language and learning in IB programmes*, International Baccalaureate Organization.
International Baccalaureate Organization (n.d.), *International Baccalaureate*, retrieved June 6, 2025: https://www.ibo.org/.
Kim S. (2017), "Linguistic landscape in pre-service teacher education: Potentials and considerations", in *Multimedia-assisted Language Learning*, 20, 4, pp. 66-98.
Krompak E., Camilleri Grima A., Farrugia M. T. (2020), "A visual study of learning spaces in primary schools and classrooms in Switzerland and Malta: The relevance of schoolscape studies for teacher education", in *Malta Review of Educational Research*, 14, 1, pp. 23-50.
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, 1, pp. 23-49.
Lehman C. (2023), "Language Policy in English-medium international schools: Transparency, policy cycle, and implications", in *Asian Journal of Instruction*, 11, pp. 1-17.
Malinowski D., Maxim H. H., Dubreil S. (eds.) (2021), *Language teaching in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Cham.
Mayring P. (2004), "Qualitative content analysis", in Flick U., Von Kardorff E., Steinke I. (eds.), *A Companion to qualitative research*, 1, pp. 159-176.
Melo-Pfeifer S. (2023), "Introduction: Linguistic landscapes in language (teacher) education: multilingual teaching and learning inside and beyond the classroom", in Melo-Pfeifer S. (ed.), *Linguistic landscapes in language and teacher education: Multilingual teaching and learning inside and beyond the Classroom*, Springer, Singapore, pp. 1-17.
Menken K., García O. (eds.) (2010), *Negotiating language policies in schools: Educators as policymakers*, Routledge, London.
Menken K., Perez Rosario V, Guzman Valerio L. A. (2018), "Increasing multilingualism in schoolscapes", in *Linguistic Landscape*, 4, 2, pp. 101-127.
Merriam S. (1998), *Qualitative research and case study applications in education*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.

Piller I., Torsh H., Bodis A., Bruzon A. S. (2024), "The monolingual habitus of the multilingual school as a barrier to educational equity", in Downes P., Li G, Van Praag L., Lamb S. (eds.), *The Routledge international handbook of equity and inclusion in education*, Routledge, London.
Povalko P. Y., Smolii E. S., Kolysheva O. N. (2023), "Linguistic landscape of an international university campus: Approaches, features, findings", in *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 14, 4, pp. 1321-1336.
Roos J. N., Howard N. (2019), "Using young learners' environments for EFL learning. Ways of working with linguistic landscapes", in *AILA Review*, 32, 1, pp. 91-111.
Rowland L. (2013), "The pedagogical benefits of a linguistic landscape project in Japan", in *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 16, 4, pp. 494-510.
Sayer P. (2010), "Using the linguistic landscape as a pedagogical resource", in *ELT Journal*, 64, 2, pp. 143-154.
Scarvaglieri C. (2017), "'Educational landscaping': A method for raising awareness about language and communication", in *Language Awareness*, 26, 4, pp. 325-342.
Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, London.
Spolsky B. (2004), *Language policy*, Cambridge University Press, Cambridge.
Spolsky B., Cooper R. (1991), *The language of Jerusalem*, Oxford University Press, Oxford.
Szabó T. P., Laihonen P. (2024), "Building participatory video projects for multilingual schoolscapes", in *International Journal of Multilingualism*, 22, 2, pp. 379-396.
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.

ITALIAN LINGUISTIC SCHOOLSCAPE IN BUDAPEST: A CASE STUDY

Máté Huber, *Andrea Zentainé Kollár*[1]

1. INTRODUCTION

Bilingual programs occupy a special place in Hungarian public education, as the students studying in these programs do not only have a high number of lessons in the chosen foreign language, but also study some subjects in this language, thus their foreign language competences also extend to certain specialised areas and subject content by the end of their studies (Vámos, 1998). This framework has become established in the literature of glottodidactics under the name *Content and Language Integrated Learning*, or CLIL for short (Bognár, 2005), and it is currently a highly promoted methodological approach in the European Union, which is not only recommended for bilingual classrooms, but also for the purpose of enabling students to learn languages at a much higher level than usual without increasing the time spent studying at school (Huszthy, 2024).

Bilingual schools in Hungary have a very special characteristic; the schools and their teachers try to create a multilingual situation in such a way that outside the walls of the institution their students are socialized in a monolingual environment, so bilingualism is in fact an artificially created internal reality of the school, i.e. the institution is responsible for the development of all segments of communicative and intercultural competence. To create this special universe, a number of tools are available: specific curricula, teaching materials, school trips, international exchange programs, native speaker teachers and, last but not least, a physical environment that surrounds the pupils every day. By physical environment, we do not only mean textbooks and school furniture, but also the walls of the classroom, more specifically the signs, posters, aids, maps and student work displayed on them. In a bilingual classroom, increased attention can be paid to the verbal cues that are in the classroom every day in the students' field of vision. The importance of the function of signs on classroom walls and corridors is also emphasised by linguistic schoolscape researchers (Brown, 2005), since it is clear, especially in foreign language learning, that visual-verbal signs placed in the physical space surrounding the student, in addition to the teacher and the textbook, can also contribute greatly to enhancing learning outcomes (Szabó, 2017).

In the present research, we examine the linguistic schoolscape of a bilingual institution, focusing on the question of how the linguistic landscape of the school reflects the institutional presence of a language taught in a large number of lessons. Our study was conducted in two phases in a secondary school in Budapest: the Italian-Hungarian bilingual section of Szent László Gimnázium in the Kőbánya district. The first phase took place in the spring of 2024, during which an Italian teacher helped us to learn about the history of the school, the characteristics of the school and the current situation of the institution. Our results were published in a pilot study in 2024 (Huber, Zentainé Kollár,

[1] University of Szeged.

2024), and in the autumn of the same calendar year we returned to the school to collect further data relevant to our linguistic schoolscape research, and also conducted another interview, this time with one of the deputy heads of the institution. In the present study, adding to the preliminary results of the first phase of the research, we are now able to provide a complete picture of the linguistic landscape of the high school under study, as well as the views of the teachers of the school on the function and usefulness of linguistic schoolscape as a pedagogical tool.

The school in our study was one of the first in Hungary to establish an Italian-Hungarian bilingual section. Szent László Gimnázium (formerly known as László I. Gimnázium) in Budapest's Kőbánya district started its first bilingual class on an experimental basis in 1988. In the first preparatory year of the five-year course, students learn Italian in 18 lessons a week, and in the following years they study Italian civilisation, geography, history, art history and mathematics in this language. In the school year 2023/24, there was a total of 150 students in the program, taught by 14 Italian teachers, three of whom were native speakers.

The popularity of the bilingual section and the Italian language in the institution has been continuous since the beginning, in line with national trends (Zentainé Kollár, 2022; Horváth, 2023), as evidenced by the success of the bilingual class every year.

2. CONTEXT

Before presenting our research project in detail, it is worth briefly reviewing the most important historical and statistical data and characteristics of Italian language education in Hungary. In the Hungarian education system today, the presence of Italian is strongest in state high schools. This has historical reasons, as a hundred years ago, in 1924, the Hungarian Minister of Education, Kunó Klebelsberg, developed a public education reform plan, one of the most important objectives of which was to make it possible to learn Italian, French, or English in state high schools in addition to the compulsory German and Latin (Horváth, 2022). Klebelsberg was convinced that learning Italian was essential for understanding European culture (Klebelsberg, 1927). After the minister's bill was approved by parliament, the first high school classes in which students could learn Italian as a second foreign language were launched in 1925. Of course, Italian language teaching already had a long tradition in church institutions and universities by then (Farkis, 2021), however, thanks to Klebelsberg's law of public education, Italian also found its place in state schools. The socialist regime banned the teaching of so-called Western languages for a few years in the 1950s, but with the softening of the dictatorship, English, French, and Italian became part of the curriculum again (Pelles, 2006).

In Hungary today, secondary education is divided into three branches; in vocational and trade schools, learning one foreign language is compulsory, while in grammar schools, students choose two foreign languages. The first foreign language, which students begin learning at the age of ten, can only be English or German, while the second foreign language can be chosen depending on which languages are offered in the school's educational program. Currently, there are 226,000 students enrolled in 880 secondary schools in Hungary, of whom 17,438 chose Italian in 2024[2]. There are currently 200 secondary schools offering Italian, with approximately 300 Italian teachers (Kollár, 2024). Summarizing the national data, we can say that every fourth Hungarian secondary school offers the opportunity to learn Italian, and 7.8% of students take advantage of this opportunity. The vast majority of students learn their second foreign language in three

[2] Central Bureau of Statistics database: https://www.ksh.hu/stadat_files/okt/hu/okt0016.html.

lessons per week, which means that they attend approximately 400 language lessons during their four years of secondary school. However, many schools also offer extended hours of instruction, and in fact, many schools offer the option of enrolling in bilingual classes. Italian- Hungarian bilingual programs are currently offered by three schools in Hungary: one in Budapest, the capital, one in Pécs, and one in Debrecen.

The Szent László High School of Kőbánya, which this study focuses on, offers several other specializations in addition to the Italian bilingual program, so the Italian program is only one of six parallel classes operating at the school. Most of the school's students come from the Kőbánya district of the capital, and the number of native Italian-speaking students is very low. The Italian program is operated by the Hungarian state, but the school has a wide network of contacts in Italy. The institution is very proud that Aldo Moro, then Minister of Foreign Affairs, visited their school in 1974, and that Oscar Luigi Scalfaro, then President of the Republic of Italy, visited the high school in 1997[3].

Two Hungarian teachers of Italian participated in our research. The first interview was conducted with a young teacher with ten years of teaching experience, who, in addition to teaching Italian, also practices bibliotherapy. The second interview was with a colleague in her fifties who has been teaching Italian, Latin, and Geography for thirty years. She is currently the head of the Italian department of the school, and one of the institution's deputy principals.

3. THEORETICAL BACKGROUND: THE STUDY OF LINGUISTIC SCHOOLSCAPES

By now, a plethora of case studies have contributed to broadening the scope of linguistic landscape (LL) research toward pedagogical contexts (cf. Brown, 2012; Szabó, 2015; Laihonen, Tódor, 2017; Amara, 2018 etc.). Among others, Gorter and Cenoz (2015) highlight the role of LL in shaping diverse social spaces and the formation and expression of identities. More recently, drawing on the groundbreaking observations of these studies, entire edited volumes have been published on the topic of linguistic schoolscapes, including Malinowski *et al.* (2020), who explore how linguistic landscapes can be used as a resource for language teaching, emphasizing the pedagogical potential of engaging students with the semiotic environment around them. Taking this framework a step further, Melo-Pfeifer (2023) focuses on the role of LL in shaping language and teacher education, and highlights how both the physical and symbolic dimensions of schoolscapes contribute to language learning and multilingual awareness in the context of language as well as teacher education.

Within this expanding body of research, scholars have proposed various classifications of signs. To start with, Gorter and Cenoz (2015) distinguish between top-down signs, produced by official institutions such as school administrations, and bottom-up signs, created by individuals or grassroots actors, including students. Both of these can obviously be found in the school context under study in the present paper.

Amara (2018) adds further granularity to this distinction by introducing further categories, such as official, commercial, and grassroots signs, thereby highlighting the diverse actors contributing to the linguistic landscape, which is also true with respect to the school context at hand. Additionally, Savela (2018) proposes a highly complex system of categorization involving administrative, linguistic, multimodal, agency, function, as well as spatial categories, and conducting multidimensional data analysis across these dimensions. This illustrates how different analytical lenses – such as authorship, function, modality, or pedagogical use – can illuminate complementary aspects of the linguistic

[3] Data on the school are taken from the interviews as well as from the institution's website: https://www.szlgbp.hu/nappali/intezmeny_tortenete/.

schoolscape. The present study builds on these frameworks by paying attention to all of the aforementioned factors when it comes to the interpretation of signs in the schoolscape of the institution under study, addressing specific bilingual dynamics in the Hungarian–Italian educational context.

4. Hypothesis and research question

Taking into account the institutional background described above, the hypothesis of our research was that Italian would play a dominant role in the linguistic schoolscape of the high school under study, especially concerning signs that are connected to the everyday life of the school, as well as student projects (cf. Huber, Zentainé Kollár, 2024). We therefore expected that the school would show a tendency to exploit the pedagogical potential offered by linguistic schoolscape in the field of Italian language teaching. However, this hypothesis was – at least partially – refuted in our pilot study in 2024, which is the antecedent of the present research. We concluded then that, although the role of Italian is indeed significant in the linguistic landscape of the school under study, the Italian presence is far from being dominant, and the pedagogical–methodological potential offered by the linguistic schoolscape needs to be significantly improved (Huber, Zentainé Kollár, 2024). In the present paper, we report on the results of our fieldwork in the autumn of 2024, as a continuation of the research conducted in the spring of 2024, seeking to find out to what extent the preliminary results are modified by the data collected in the continuation.

5. Method

In both spring and autumn 2024, we used Szabó's (2016) tourist guide technique for data collection, combining qualitative and quantitative research methods in a triangulation approach, which allowed us to analyse the linguistic schoolscape of the institution in question in a complex way, thus arriving at more complex results and exploring more diverse interpretative possibilities, as suggested by Savela (2018). In the spring, we were shown around the school by a young Italian teacher, while in the autumn we were shown around by an experienced Italian teacher, who is also the deputy head of the institution and therefore had a different perspective from her young colleague. In line with the principles set out by Szabó (2016), both teachers selected for the interview have a deep knowledge of the school, as they spend their workdays there, but we believe that the fact that the two colleagues have a very different internal perspective, one as a young teacher and the other as a deputy head, adds significantly to the depth of our qualitative observations.

An important element of Szabó's (2016) tourist guide technique is that, while the local teacher is showing the visitors around the institution, he or she is constantly telling them about the school, its daily life and the role of the linguistic schoolscape in it. So, in fact, while the photographs taken in the institution (in our case a total of 130 pictures) provide a clear opportunity for a quantitative analysis, the comments and the narrative of the teacher from an insider's point of view - like an interview - open up the possibility of a qualitative analysis.

In our pilot study (Huber, Zentainé Kollár, 2024), we reported on the results of the first data collection in the spring of 2024, which this research complements with the findings of our visit in the autumn of 2024. During the first visit, 61 pictures were taken, but at that time part of the building was closed due to the graduation exams that were

being administered on that day. As a result, we had to return in the autumn, when we added another 69 images to the existing database, bringing the total to 130 pictures, which were taken in various parts of the school, including the classrooms, the staff room, the hallways, the entrance of the building, the school cafeteria, and so on, encompassing the entirety of the institution. These images were categorised according to the content of the signs and also according to the language(s) in them. The results of this categorisation will be reported in detail in a later subsection of the present paper. It is important to note that the number of pictures does not correspond to the number of signs captured in them, as in some cases there are several signs in the same picture. However, there are no photos showing signs in different languages, as the dataset is intended to reflect the clear-cut separation of languages that was observable in the school, indicative of a strongly monoglossic perspective.

The categorisation and interpretation of the pictures was complemented by an analysis of the interviews, one of which lasted approximately 40 minutes and the other approximately 75 minutes. The texts were analysed using the qualitative content analysis software *Taguette*, following the research methodology guidelines recommended by Schreier (2013). Once the interviews were transcribed, they were read and re-read in order to gain a deeper understanding of their content, and finally, the coding was performed - inductively for the first interview and deductively for the second. This meant that, while in the first interview, we created the codes (i.e. the important thematic units and thematic foci of the interview) while reading the transcript, in the second interview we had the coding frame (the set of codes from the first interview) at our disposal, and we worked on the basis of this code frame in a concept-driven way, assigning new coded interview segments to the existing codes.

The resulting coding frame contained the following elements (cf. Huber, Zentainé Kollár, 2024):

1. digital language use
2. history of the school
3. everyday life
4. subject-related signs
5. personal opinions, attitudes, and practices.

These were the main themes that emerged again and again in the interviews, and to these we assigned coded segments (interview excerpts) in which one of the teachers expresses her thoughts on the theme. Among these coded segments, there were short, one- or two-sentence segments, but there were also quite long ones, where the interviewee talked about the topic for several minutes. With this in mind, and also due to the qualitative nature of this segment of the research, we do not quantify the number of interview segments assigned to a given code in this analysis, as such a figure would be irrelevant to the interpretation of the data, and often even misleading (cf. Huber, Zentainé Kollár, 2024).

6. RESULTS

In what follows, we attempt to present the results of our empirical research. The first subsection deals with the results of the quantitative and the second with the results of the qualitative segment. It is important to mention that compared to the pilot study (Huber, Zentainé Kollár, 2024), the qualitative segment is rather new, while the quantitative segment confirms and deepens our previous results with an increased number of elements (from 61 to 130 pictures).

6.1. *Results of the quantitative segment*

At first glance, the quantitative results show that the potential of the linguistic schoolscape is exploited only to a rather limited extent in the institution under study, as suggested by the small numbers in Table 1. The possible reasons for this are discussed in more detail in the next chapter.

Table 1. *Number and language breakdown of pictures by category*

	HUNGARIAN	ITALIAN	ENGLISH
Signs connected to everyday school life	60	2	7
Student projects	12	9	5
Tourism-related cultural materials and maps	8	1	4
Certificates	3	3	0
Inscriptions relating to the history of the school	3	0	0
Official signs, regulations	6	0	0
Language teaching materials	0	0	7
Total	92 (pictures)	15 (pictures)	23 (pictures)

The predominance of Hungarian signs is clearly visible in Table 1: a total of 92 photos were taken of Hungarian signs, compared to 15 of Italian and 23 of English inscriptions. The difference is particularly striking in the area of school life (cf. Picture 1), where there are 60 images of Hungarian signs and only 9 of foreign ones, but the situation is similar for official signs and regulations, as well as inscriptions on the history of the school, where all the signs are in Hungarian without exception (cf. Picture 2).

Picture 1. *A sign instructing students not to leave their gym class equipment on the floor of the hallway (in Hungarian)*



Picture 2. *A sign commemorating teachers, students, and janitors of the school who died in the first World War (in Hungarian)*



Most of these are signs that students need to be able to interpret quickly, and since the vast majority of students in this institution are native Hungarian speakers, the predominance of Hungarian in these categories is justified, even though we believe that there would be many opportunities for a greater proportion of foreign languages in these areas - especially in the case of signs relating to the history of the school, given the regular foreign visitors, exchange students and the like.

Contrary to the above, foreign languages play a much greater role in the case of the student projects displayed, with 12 images of signs in Hungarian, 9 in Italian (as exemplified by Picture 3 below), and 5 in English. This confirms Badstübner-Kizik and Janíková's (2018) as well as Gorter's (2018) ideas about the multiple possibilities of using

the linguistic schoolscape in language teaching, but also, as the numbers are still rather low, it highlights once again the under-utilisation of these opportunities in the institution under study. This will be explored further int he qualitative component of the present research.

Picture 3. *An Italian student project displayed in the school*



A separate category was devoted to materials related to language teaching, which mainly included posters by language textbook publishers. We found only English (as seen in Picture 4) – there were no examples of Italian, which illustrates the different position of English and other foreign languages in the Hungarian education system. While institutional teaching of English is supported by a well-developed textbook publishing infrastructure – be it textbooks, learning aids or even the organisation of training courses – this is much less the case for other languages, which means that if a Spanish or Italian teacher wants to put up Spanish or Italian materials on the walls of their classroom, they are much more likely to rely on self-made posters, student projects, infographics, etc, than an English teacher who is more likely to get such materials ready-made from publishers. On the one hand, this places an extra burden on colleagues teaching these languages, but on the other hand, it can be seen as an opportunity, as they are more likely to exploit the diverse pedagogical potential of the linguistic schoolscape in their institution (as described by Badstübner-Kizik, Janíková, 2018, and Gorter, 2018).

Picture 4. *An English language learning poster*



6.2. *Results of the qualitative analysis*

Compared to the above, a lot more new observations are made in the qualitative segment of the study in comparison with the pilot project, although here we also build to a large extent on the preliminary results (Huber, Zentainé Kollár, 2024). In what follows, we assign to each code a few selected interview excerpts that are typical for that code in some respect, and use them to present our results for that code. As the original interviews were conducted in Hungarian, we translated the transcripts into English, and it is these English translations that are included here.

6.2.1. *The history of the school*

> Recently, we have become accustomed to naming classrooms after former teachers. This one was named after Lóránt Pálmai, who actually taught very little here, then he taught at university, but his wife worked here, and he also came back to us a lot to organise competitions, school house competitions, and after he died, we named this room after him, this mathematics room, and then we placed this memorial plaque here in his memory... (I2)

> It was called Szent László Gimnázium, and then it became László I Gimnázium during the socialist times, and then it became the Szent László Gimnázium again. It was built in Hungarian Art Nouveau style, which can be seen in the decorations, the floral, folk motifs, and on the floor, too, if you look at the owls and the depictions of the Danube. (I1)

While this theme is not always directly related to the linguistic schoolscape, it is important to highlight that both interviewees mentioned different aspects of the school's history on several occasions. The first of the two excerpts above gives an example of a statement made in relation to a specific inscription, a plaque to be precise, while the second provides some art historical background in relation to the school building itself. Since both types of coded segments – i.e. those related to a specific inscription and those about the history of the school in general – were relatively frequent in the interviews, we thought it important to illustrate each of them with an example above – also highlighting the hybridisation of linguistic and non-linguistic signs, as the two are often in fact indistinguishable from each other, which is a very important premise in linguistic landscape studies (cf. Otsuji-Pennycook, 2013; Pütz-Mundt, 2018; Rubdy, 2013).

6.2.2. *Everyday life*

> Maybe we can check the cafeteria to see if there are only official inscriptions or any other things. (I1)

> On the first Thursday of every month, a small concert is held in the assembly hall during recess, featuring teachers and children, about 10-15 minutes, some music and singing, and everyone can come. (I2)

In this code, i.e. the theme of everyday life in the school, we have included a very large number of interview fragments dealing with different sub-themes, reflecting the complexity of everyday life in a secondary school, a complexity that inevitably appears in the linguistic schoolscape. This code contains the largest number of coded segments, which provides an excellent illustration of the importance of the topic, although, as mentioned earlier, this is not the most important aspect of our analysis in this qualitatively oriented component, but it is also an obvious consequence of the very heterogeneous thematic distribution of the coded segments associated with it. The first quote highlighted above, for example, is intended to illustrate the many occasions that our interviewees commented on specific rooms, corridors or parts of the building, such as the canteen in this case, while walking around the school building. In the second excerpt, then, the deputy head of the school talks about an event that is held in the school on a monthly basis, and there were posters on the walls of the corridors, bringing this event to people's attention.

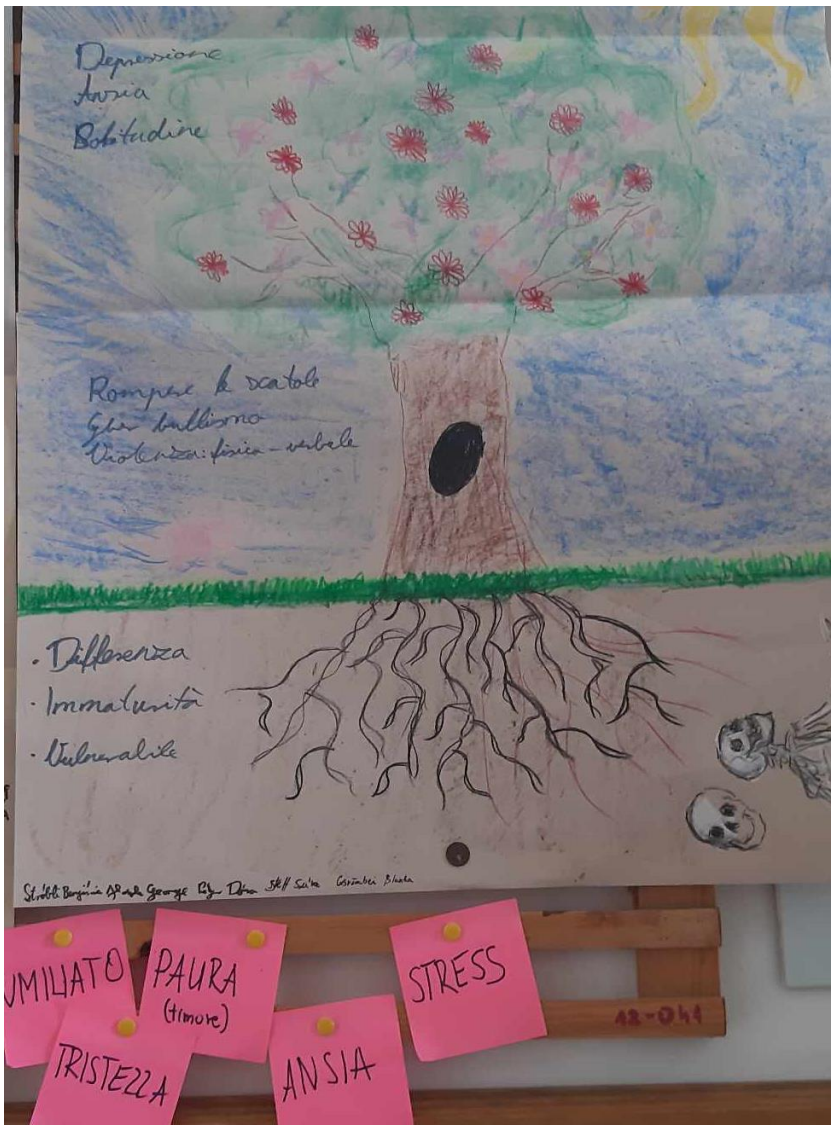
6.2.3. *Subject-related signs*

> There are a lot of student projects displayed here; for instance I had one group do that one on [bullismo]. (I1)

> This is student work. We teach geography in Italian, and when we teach geography, this is how we do it, or at least when I taught it, this is how we did it, so that a group ... got it and then they had to make a tableau of it, and then they had to make some of these ... and then they had to stand up and perform it. (I2)

It has been mentioned earlier that the Italian materials in the linguistic schoolscape are often the students' own work. This finding is refined by the second interview extract above, which shows that these materials are often not primarily related to Italian language teaching, but to other subjects which are, at the same time, taught in Italian in bilingual classes, in accordance with the principles of CLIL.

Picture 5. *An Italian student project*



It should also be noted that Italian lessons – and other subjects taught in Italian – are rarely taught in the same room every day. It is much more common for Italian classes to have all their lessons in a different room, and for these rooms to be shared with other subjects, so it is not very common for a teacher to have the opportunity to design the decoration of a classroom and the visual aids placed there according to his or her own concept. However, it is clear from the above interview extracts that the linguistic schoolscape provides a great pedagogical toolbox for thematising different social issues as well as for achieving a greater subject focus by activating students to create something tangible (as exemplified by the student project shown in Picture 5, which is accompanied by a collection of useful Italian vocabulary items connected to the topic at hand).

6.2.4. *Personal opinions*, *attitudes*, *and practices*

> You can write on post-its and then stick them on the blackboard. It is also more colourful because not everyone writes on the blackboard in chalk, but it is more transparent, because the colours are differentiated and everyone's handwriting is visible (I1).

> This topic does not really arise at the level of the teaching staff, only regarding the prohibition not to display things, but as a possible methodological tool to display students' works or to engage them in a project or whatever, so it is not so much part of the methodological toolbox that we use the space, the walls. (I1)

> So I feel that it's also because everyone has a thousand side jobs, no time, we have to rush with the material. (I1)

> It's more important in the lower grades. Not here. It doesn't make them feel more at home, I think. ... It's not because we tell them it's not allowed. (I2)

Of the above interview excerpts, the first one reports on the interviewee's own pedagogical practice and the ephemeral emergence of the linguistic schoolscape in her use of the blackboard, which is also a relatively new horizon in lingustic schoolscape studies (Krompák, 2022), while the other three quotes focus more on teachers' personal opinions and attitudes regarding the pedagogical potential of the language landscape and its under-utilisation.

As for the first quote, it is particularly interesting to note that the linguistic landscape in schools can be manifested in short-lived classroom activities that do not necessarily leave a permanent imprint on the classroom walls, as they are removed from the walls or blackboard even before the end of the lesson, but are clearly an important part of the visual environment of the learning-teaching process and have a significant pedagogical function, be it in terms of visualisation, motivation or even mnemotechnical tools. This observation fully supports the findings of Bagna and Bellinzona (2022), Krompák (2022) and Malinowski *et al.* (2023), among others, regarding the temporary and dynamic nature of linguistic schoolscapes, sometimes with especially ephemeral elements (such as the post-it notes in the above interview excerpt), but at the same time with a high potential for activating learners.

The other three interviews are more concerned with the under-utilisation of the pedagogical potential of the linguistic schoolscape, and more specifically with the possible reasons for it. The first interviewee (I1), on the one hand, refers to the teachers' overwork, lack of time and capacity, and, on the other hand, mentions the school administration's prohibition of the use of posters and visual aids, citing the need to preserve the walls of

the building. In contrast, the second interviewee (I2) expresses scepticism about the – perceived or real – age characteristics of the secondary school age group, and assumes that the linguistic landscape of the school is more relevant for primary school pupils. In the latter comment, a kind of egodefensive, external mechanism of appropriation is evident, whereby the respondent (I2), when examining the causes of the perceived problem (in this case, the low utilisation of the pedagogical potential of the linguistic schoolscape), primarily focuses on aspects outside the individual, beyond herself (cf. Weiner-Graham, 1990: 467), while the other respondent (I1) also takes into account aspects within the school, including the situation, the personal attitudes and preferences of the teachers. However, what is certainly common to both interviewees' accounts is that they perceive and acknowledge the underexploited pedagogical potential of the linguistic schoolscape.

6.2.5. *Digital language use*

> On messenger we are also now sending pictures related to the Palermo student exchange, and then I can see who is liking them. So now you can react to the messages and then you can also post something like "Please, if you read this, indicate it with an emoji" and then they will react with an emoji. (I1)

Although at first glance one might say that digital language use is not closely related to the topic of linguistic schoolscapes, we decided that it is worth devoting a separate code to it (Huber, Zentainé Kollár, 2024), on the one hand because of the many occasions when digital language use was mentioned in the interviews, and on the other hand, because the functions of communication and information flow have been largely relocated from the old-fashioned, noticeboard-type information surfaces to the online space. Moradi and Chen (2019), Porter (2005) and Wolf (2012), among others, also argue for the inclusion of digital language use in institutional language teaching, since a significant part of language use outside school is also taking place online, and the teaching-learning process itself is increasingly shifting to various online platforms.

One manifestation of this can be found in the interview excerpt above: online interactions with learners are characterised by a high degree of hybridity and interactivity, a mix of linguistic and non-linguistic stimuli and the possibility of instantaneous responses, as opposed to the relatively clear and static nature of the traditional linguistic landscape in schools.

7. CONCLUSION

As we have already stated in the pilot study, our results clearly show that the pedagogical-methodological toolkit of the linguistic schoolscape is not widely used in the institution under study (Huber, Zentainé Kollár, 2024). The results of our fieldwork in the autumn of 2024, as a continuation of the spring data collection, primarily confirm and deepen the previous results, especially as regards the quantitative segment of the research - more than doubling the number of elements of the sample examined. On the basis of the above, we can therefore confirm the conclusion that, although Italian is noticeably present in the linguistic landscape of the school in question, this Italian presence is far from being dominant, and in fact it is not commensurate with the number of hours Italian is included in the school curriculum. It is also important to reiterate the finding that a

rather clear-cut separation of languages was observable in the school, which indicates a strongly monoglossic perspective on language education.

The qualitative segment of the research has produced several new follow-up results that complement the conclusions drawn in the previous phase. This confirms the importance of the methodological step of including two Italian teachers with very different perspectives in the interview data collection, thus broadening the interpretative horizon of our results. Among the conclusions that can be drawn is the hybridisation of linguistic and non-linguistic signs in the linguistic landscape of the school, whether digital or physical, as well as the cross-curricular presence of Italian-language student works as a result of the work of bilingual classes int he framework of CLIL, and the egodefensive, externalised mechanism of appropriation that emerges in the interviews when discussing possible explanations for the under-utilisation of the pedagogical potential of the linguistic schoolscape.

Plans to continue this research include an investigation of the school's website and social media platforms, justified by the aforementioned proliferation of digital language use. We would also like to compare the results of our present study with those of other bilingual schools, particularly primary schools, as the interview data presented in this study suggest that the latter are more likely to exploit the pedagogical potential of the linguistic schoolscape than secondary schools.

Furthermore, we believe that a large-scale, mixed-methods study using questionnaire and interview data collection is warranted to explore teachers' as well as learners' perceptions of the potential of linguistic schoolscape for language pedagogy. Finally, in light of the present findings, we intend to propose teacher training on linguistic schoolscape as a pedagogical tool.

REFERENCES

Amara M. H. (2018), "Palestinian schoolscapes in Israel", in *Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education*, 3, 7, pp. 1-18. https://doi.org/10.1186/s40862-018-0047-1.

Badstübner-Kizik C., Janíková V. (2018), *Perspectives for language, culture and literature didactics*, Peter Lang, Berlin.

Bagna C., Bellinzona M. (2022), "Italian linguistic schoolscape neoplurilingualism in an age of migration", in Krompák E., Fernández-Mallat V., Meyer S., *Linguistic landscapes and educational spaces*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 77-103: https://doi.org/10.21832/9781788923873-006.

Bognár A. (2005), "A tartalom fontossága az idegen nyelvek oktatásában" [The importance of content in foreign language teaching], in *Új Pedagógiai Szemle [New Pedagogy Review]*, 9, pp. 37-45.

Brown K. D. (2005), "Estonian schoolscapes and the marginalization of regional identity in education", in *European Education*, 3, pp. 78-89.

Brown K. D. (2012), "The linguistic landscape of educational spaces: Language revitalization and schools in southeastern Estonia", in Gorter D., Marten H. F., van Mensel L. (eds.), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, pp. 281-298.

Farkis T. (2021), *Az olasz nyelv és irodalom tanításának koncepciója a XVII-XVIII. századi magyar főúri családok nevelésében [The conception of teaching Italian language and literature in the education of 17th-18th century hungarian aristocratic families]*, FTI, Kőszeg.

Gorter D. (2018), "Linguistic landscapes and trends in the study of schoolscapes", in *Linguistics and Education*, 44, pp. 80-85.
Gorter D., Cenoz J. (2015), "Linguistic landscapes inside multilingual schools", in Spolsky B., Tannenbaum M., Inbar O. (eds.), *Challenges for language education and policy: making space for people*, Routledge, New York pp. 151-169.
Horváth Z. (2022), "Az olasz nyelvtanítás elindítására tett lépések az 1920-as években Magyarországon" [Steps towards launching Italian language education in Hungary in the 1920s], in *Történelemtanítás: Online Történelemdidaktikai Folyóirat [Teaching History: Online Journal of History Didactics]*, 13-01-09. https://www.folyoirat.tortenelemtanitas.hu/2022/04/horvath-zoltan-az-olasz-nyelvtanitas-elinditasara-tett-lepesek-az-1920-as-evekben-magyarorszagon-13-01-09/.
Horváth Z. (2023), "A nyelvtanulás és a társadalmi mobilitás – különös tekintettel az olasz nyelvi érettségire" [Language learning and social mobility - with special reference to the Italian language matura]", in *Új Pedagógiai Szemle [New Pedagogical Review]*, 73, 1-2, pp. 92-99.
Huber M., Zentainé Kollár A. (2024), "Iskolai nyelvi tájkép egy budapesti olasz-magyar két tanítási nyelvű gimnáziumban", [School language landscape in an Italian-Hungarian bilingual high school in Budapest], in Bauko J., Presinszky K. (eds.), *Simple and organized language management in bilingual environments*, Nyitra, Törökbálint, pp. 163-176.
Huszthy J., Huszthy A. (2025), "A CLIL megvalósulása az olasz–magyar két tanítási nyelvű oktatásban [The implementation of CLIL in Italian-Hungarian bilingual education]", in *Modern Nyelvoktatás [Modern Language Teaching],* 30, 3-4, pp.40-49. https://doi.org/10.51139/monye.2024.3-4.40.49.
Klebelsberg K. (1927) *Gróf Klebelsberg Kunó beszédei*, *cikkei és törvényjavaslatai* [Speeches, articles and bills by Count Kunó Klebelsberg], Athenaeum, Budapest.
Kollár A. (2024) "Az olasz mint idegen nyelv helye és szerepe a magyar közoktatásban és a tanárképzésben" [The place and role of Italian as a foreign language in Hungarian public education and teacher training], in Kollár A., Horváth Z., *Olasz mint második nyelv. Nyelvpedagógiai és alkalmazott nyelvészeti tanulmányok* [*Italian as a second language. Studies in language education and applied linguistics]*, SZTE, Szeged, pp. 25-34.
Krompák E. (2022), "Blackboard - A space within a space: Visible linguistic and social practices in Swiss primary classrooms", in Krompák E., -Fernández-Mallat V., Meyer S, *Linguistic Landscapes and Educational Spaces*, Blue Ridge Summit, Multilingual Matters, Bristol, pp. 147-170: https://doi.org/10.21832/9781788923873-009.
Laihonen P., Tódor E. (2017), "The changing schoolscape in a Szekler village in Romania: Signs of diversity in rehungarization", in *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism* 20, 3, pp. 362-379.
Malinowski D., Maxim H. H., Subreil S. (2020), *Language teaching in the linguistic landscape. Mobilizing pedagogy in public space*, Springer, Cham.
Malinowski D., Maxim H. H., Dubreil S. (2023), "Introduction: Spatializing language studies in the linguistic landscape", in Malinowski D., Maxim H. H., Dubreil S. (eds.), *Spatializing language studies. Educational linguistics*, 62, Springer, Cham, pp. 1-17: https://doi.org/10.1007/978-3-031-39578-9_.
Melo-Pfeifer S. (2023), *Linguistic landscapes in language and teacher education: multilingual teaching and learning inside and beyond the classroom*, Springer, Cham.
Moradi H., Chen H. (2019), "Digital storytelling in language education", in *Behavioral Sciences*, 9, 12, pp. 147-156.

Otsuji E., Pennycook A. (2013), "Unremarkable hybridities and metrolingual practices", in Rubdy R., Dubreil S., Malinowski D., Hiram H., Alsagoff L. (eds.), *The global-local interface and hybridity: exploring language and identity*, Blue Ridge Summit, Multilingual Matters, Bristol, pp.83-89. https://doi.org/10.21832/9781783090860-006.

Pelles T. (2006) *A magyar-olasz két tanítási nyelvű oktatás [Hungarian-Italian bilingual education]*, PTE, Pécs.

Porter B. (2005), *The art of telling digital stories*, Bernajean Porter Consulting, Denver.

Pütz M., Mundt N. (2018), *Expanding the linguistic landscape: linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource*, Blue Ridge Summit, Multilingual Matters, Bristol: https://doi.org/10.21832/9781788922166.

Rubdy R. (2013), "Hybridity in the linguistic landscape: Democratizing English in India", in Rubdy R., Alsagoff L. (eds.), *The global-local interface and hybridity: exploring language and Identity*, Blue Ridge Summit, Multilingual Matters, Bristol, pp. 43-65: https://doi.org/10.21832/9781783090860-004.

Savela T. (2018), "The advantages and disadvantages of quantitative methods in schoolscape research", in *Linguistics and Education*, 44, pp. 31-44. https://doi.org/10.1016/j.linged.2017.09.004.

Schreier M. (2013), "Qualitative content analysis", in Flick U. (ed.), *The Sage handbook of qualitative data*, Sage, Los Angeles, pp. 170-183.

Szabó T. P. (2015), "The management of diversity in schoolscapes: An analysis of Hungarian practices", in *Apples −Journal of Applied Language Studies*, 9, 1, pp. 23-51.

Szabó T. P. (2016), "Ágencia és a változatosság kezelése magyarországi iskolák nyelvi tájképében [Agency and the management of diversity in the linguistic landscape of Hungarian schools]", in Kozmács I., Vanco I. (eds.), *Sztenderd - nem sztenderd. Variációk egy nyelv változataira. Válogatás a 18. Élőnyelvi Konferencia előadásaiból, Nyitra, 2014, szeptember 18-20,* 1, Antológia Kiadó és Nyomda Kft, Lakitelek, pp. 231-242.

Szabó T. P. (2017), "Keresztény iskolai nyelvi tájkép" [Christian linguistic schoolscape], in *Regio. Kisebbség Kultúra Politika Társadalom" [Regio. Minority Culture Politics Society]*, 25, 3, pp. 82-112.

Vámos Á. (2008), *A kétnyelvű oktatás tannyelv-politikai problématörténete és jelenkora [The history and present of the problem of the politics of bilingual education]*, Tankönyvkiadó, Budapest.

Weiner B., Graham S. (1990), "Attribution in personality psychology", in Pervin L. (ed.), *Handbook of personality: theory and research*, Guilford Press, New York, pp. 465-485.

Wolf M. (2012), *Culture shift: Teaching in a learner-centered environment powered by digital learning*, Alliance for Excellent Education, Washington DC.

Zentainé Kollár A. (2022), "Insegnare italiano in Ungheria. La prospettiva dei docenti", in Dávid K., Marmiroli L., Sermann E., Zentainé Kollár A. (eds.), *Studi e ricerche d'italiano sul Danubio e oltre: l'italianistica in Europa centrale e centro orientale*, Università di Szeged, Facoltà di Scienze Umanistiche e Sociali, Dipartimento di Italianistica, pp. 295-301.

LL oltre la città

APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DEL PAISAJE LINGÜÍSTICO VIRTUAL DE LA MIGRACIÓN (PLVM): ESTRATEGIAS DE *NAMING* EN LAS PÁGINAS WEB DE RESTAURANTES HISPANOAMERICANOS EN ITALIA

Rosana Ariolfo[1], *Monica Palmerini*[2]

1. INTRODUCCIÓN

A partir del trabajo pionero de Landry y Bourhis (1997), el estudio del Paisaje Lingüístico (PL) ha ido ampliando mucho sus fronteras[3]. El concepto de PL, tradicionalmente anclado al espacio "físico" o "real" (calles, mercados, plazas, tiendas, instituciones, etc.), en la actualidad ha llegado a extenderse también al ciberespacio o "espacio virtual", definido por la referencia a la comunicación mediada por ordenador, principalmente en la web, a través de la interfaz del browser (Ivković, Lotherington 2009: 17-18). El veloz desarrollo de las nuevas tecnologías y el rol fundamental que estas desempeñan en la configuración del medio virtual como espacio público de comunicación cotidiana ha impulsado la necesidad de estudiar el PL incluso en entornos digitales.

En efecto, en los últimos quince años se ha empezado a hablar también de Paisaje Lingüístico Virtual (PLV) (Ivkovic, Lotherington, 2009; Marten *et al.*, 2012; Biró, 2018). Una excelente reseña crítica de los desarrollos más recientes en el campo de los estudios de PL es la de Moustaoui Srhir (2019): en ella se mencionan varios trabajos que ponen en evidencia la necesidad de extender los límites de la investigación del PL al espacio digital.

La primera contribución que plantea una reconceptualización del alcance de la noción de PL es el de Ivkovic y Lotherington (2009: 19), que destaca que:

> Analogous to the physical LL, the virtual LL serves to delineate the linguistic community and to mark language status in expressed power relations among the coexisting linguistic choices in the cyberspace community. The VLL describes the linguistic cyberscape just as the LL describes the linguistic cityscape. In this way, the VLL functions as an identity marker, providing choice in textual access and expression.

En la aportación de Marten *et al.* (2012: 4-5), por su parte, se hace hincapié en el hecho de que «nowadays a focus on static signs therefore becomes more problematic, incomplete and less clear due to the considerable impact on linguistic landscapes of digital

[1] Università degli Studi di Trieste.
[2] Università degli Studi Roma Tre.
La redacción del presente artículo y la investigación en que se basa, en todas sus fases y partes, son fruto de la estrecha y equilibrada colaboración entre ambas autoras. Solo a efectos académicos, la autoría se disgrega como sigue: Rosana Ariolfo §§ 2, 2.1, 2.2, 3.4, 4., Monica Palmerini los §§ 1, 3, 3.1, 3.2, 3.3. La bibliografía es común.
[3] Mencionamos aquí, en la extensa bibliografía sobre el tema, la investigación exploratoria del PLV de E. Biró (2018) y dos monografías recientes que proporcionan un panorama de la evolución del ámbito de estudio del paisaje lingüístico: Kallen (2023) y Gorter, Cenoz (2024).

screens that contain text and pictures which move, merge, change, collapse, blur and dissolve».

Thorne e Ivkovic (2015: 172) destacan el hecho de que «los medios de comunicación digitales yuxtaponen y hacen públicamente visible la comunicación de individuos que representan una gran diversidad en cuanto a ubicación espacial, posicionamiento social, antecedentes lingüístico-culturales y combinaciones de recursos semióticos que se vuelven relevantes para las acciones comunicativas en cuestión».

En un trabajo más reciente, Biró (2018: 191) considera el Internet como un conjunto complejo de PL e investiga el multilingüismo y las prácticas lingüísticas observables en los "ciberpaisajes" ofrecidos por las redes sociales, y en particular, Facebook, enfocando, así su atención en recursos de Web 2.0 (ivi: 184). De acuerdo con Biró (2018: 191), el PLV puede considerarse como un vehículo de autorrepresentación y un marcador de identidad comunitaria que muestra los patrones de interacción social propios de los individuos que participan en este específico espacio comunicativo.

La presente contribución se inserta en esta reciente línea de estudio combinándola con un ámbito de investigación ya desarrollado en el contexto italiano, el del Paisaje Lingüístico de la Migración (PLM) (Calvi, 2017, 2018; Ariolfo, 2017, 2019; Ariolfo, Capelli, 2023; Ariolfo, Mariottini, 2018, entre muchos otros). En este marco, algunos estudios demuestran que el empleo de la lengua está estrechamente relacionado con las distintas modalidades de integración de las comunidades migrantes (Gugenberguer, 2007; Ariolfo, 2012; Calvi, 2017). Asimismo, el análisis del paisaje lingüístico de la migración, en especial en el ámbito gastronómico, puede servir como indicador de integración lingüístico-cultural por ser la comida un poderoso signo de expresión del proceso de identificación (Ariolfo, 2019: 650).

El enfoque aquí planteado pretende, en primer lugar, esbozar una propuesta de modelo teórico para el estudio del PLVM y ofrecer un panorama a través de un análisis del ámbito de la comida, de las tradiciones gastronómicas y de la restauración, un sector particularmente representativo y trascendental tanto para los migrantes como para la comunidad de acogida.

En segundo lugar, se exploran las estrategias y modalidades de autorrepresentación de la identidad hispánica a través del uso de la(s) lengua(s) en el ciberespacio. Más en concreto, en la presente contribución el análisis se circunscribe al estudio de las prácticas de *naming* en el *namescape* presente en un corpus de sitios web de locales gastronómicos hispanoamericanos que se encuentran físicamente en el territorio italiano. En este sentido, es posible hablar de un espacio virtual "italiano", por el que suelen navegar mayormente usuarios presentes en Italia.

De esta forma, el presente estudio contribuye a caracterizar el estatus sociolingüístico de las comunidades hispanas en Italia desde una nueva perspectiva: la de su manifestación en el espacio digital de Internet a través de los sitios web de los restaurantes presentes en el territorio italiano.

2. METODOLOGÍA

2.1. *Constitución del corpus*

Contamos ya con numerosos estudios sobre el PL en Italia que ponen en evidencia que el sector comercial de la gastronomía es uno de los ámbitos en los que los colectivos hispanoamericanos están más presentes y visibles en los centros urbanos italianos. Esta contribución pretende ahora desplazar la atención desde el espacio físico (real) de los locales gastronómicos gestionados por hispanoamericanos a su proyección en el espacio

virtual de internet, analizando sus respectivos "sitios" web. A este respecto, cabe resaltar que, si el espacio digital tiene la ventaja de facilitar la recogida de datos, también permite comparar y caracterizar las modalidades comunicativas empleadas respectivamente en el medio virtual y en el espacio físico.

El primer paso de nuestra investigación ha sido contar con un panorama de las comunidades hispanoamericanas más presentes en el territorio italiano, dividida por regiones, a partir de las informaciones estadísticas proporcionadas por el *Dossier Statistico Immigrazione 2023* (Centro Studi e Ricerche IDOS) y las bases de datos disponibles en el sitio web del ISTAT[4], el instituto de estadística nacional.

En una segunda fase, hemos realizado una exploración en la web con el fin de sondear la presencia de restaurantes hispanoamericanos en el territorio italiano. Para llevarlo a cabo, hemos hecho una búsqueda a través de algunas palabras clave organizadas jerárquicamente. Primero, hemos utilizado la categoría general *ristoranti latinoamericani* e *ispanoamericani* y luego, hemos procedido por regiones y principales ciudades italianas[5] para luego obtener un total de 109 restaurantes de varias nacionalidades: ahondando en la búsqueda, hemos comprobado que 28 de estos restaurantes "latinos" no cuentan con una representación virtual[6], mientras que 81 cuentan con una página web (Web 1.0) o bien con Facebook, Instagram, etc. (Web 2.0). En concreto, en 44 casos los locales gastronómicos cuentan con un sitio web, mientras que son 37 los restaurantes hispanomericanos que solo están presentes en internet con una página de red social como, por ejemplo, Facebook. En la Tabla 1 se representa la distribución de los datos obtenidos a partir de la búsqueda en internet:

Tabla 1. *Búsqueda de restaurantes hispanoamericanos en Italia en internet*

Modalidad de representación en la web	
Restaurantes con Web 1.0	44
Restaurantes con Web 2.0	37
Restaurantes sin representación virtual (locales solo "físicos")	28
Total restaurantes	109

Para la presente contribución hemos optado por restringir el análisis a un corpus constituido por los 44 restaurantes que cuentan con páginas web (Web 1.0), recogidos en la Tabla 2.

En este corpus resulta interesante observar el caso de comunidades poco presentes en Italia que, en cambio, aparecen sistemáticamente representadas en la oferta comercial gastronómica en internet. De hecho, no siempre el que un restaurante aparezca en el *marketplace* virtual (Kallen, 2010) italiano con una imagen "latina" es garantía de la efectiva presencia de una determinada comunidad en Italia. El caso emblemático, a este respecto, es el de algunos restaurantes mexicanos gestionados por italianos que eligen la marca

[4] www.istat.it.

[5] Cabe destacar que los resultados de este tipo de búsqueda están condicionados por el funcionamiento de los algoritmos de internet.

[6] La relación entre la nacionalidad y la modalidad de representación en la web: página web, solo Facebook e Instagram o bien ninguna forma de proyección en el entorno digital, merecería comentarios aparte, que exceden los límites de esta contribución.

hispanomericana con fines comerciales, más relacionados con los procesos de globalización que con la inmigración o la identidad (cf. Ariolfo, 2019).

Tabla 2. *Corpus de restaurantes hispanoamericanos en Italia con página web*

Región italiana	País/región	Nombre del restaurante
Piamonte	Colombia	*La Finca I sapori della Colombia*
Piamonte	Perú	*Ristorante Made in Perù Specialità peruviana*
Piamonte	México	*Habanero - cocina mexicana*
Piamonte	Cuba	*La Isla Specialità Cubane*
Piamonte	Venezuela	*Caribbean Bistrot*
Piamonte	Argentina	*Volver Ristorante argentino*
Piamonte	Sudamericano	*Rosalia Cantina y cocina*
Lombardía	Colombia/ Rep. Dominicana	*Mamajuana restaurante cucina caraibica e sudamericana*
Lombardía	Perú	*Criollo II Latin show restaurant*
Lombardía	Venezuela	*Arepa'z la prima arepera a Milano Ristorante venezuelano*
Lombardía	Cuba	*La bodeguita del medio*
Lombardía	Colombia/ Rep. Dominicana	*Mitú Restaurant*
Lombardía	El Salvador	*Tamarindo Bar*
Lombardía	México	*Tacomas Comidas y Palomas*
Lombardía	Argentina	*El Gaucho Restaurante argentino*
Lombardía	Argentina	*El porteño*
Liguria	Perú	*Mi rico Perù*
Liguria	México	*Veracruz cantina mexicana*
Lacio	México	*La cucaracha Restaurante mexicano*
Lacio	Perú	*Alma criolla Ristorante - Peruviano*
Lacio	Argentina	*Baires Ristorante argentino*
Lacio	Perú	*Gusto Perù - Ristorante*
Lacio	Venezuela	*El Maíz Venezuelan food - arepera Rome*
Emilia Romaña	México/Latinoamérica	*Pa' Malú El sabor original de Latinoamérica*
Emilia Romaña	Venezuela	*Pepa l'Arepa*
Emilia Romaña	Argentina	*Mucca argentina Ristorante rooms & dreams*
Toscana	Perú	*El Inca Ristorante peruviano*
Toscana	Perú Italia	*Machu Picchu Ristorante italo peruviano*
Toscana	México	*Tijuana*
Toscana	Cuba	*Sabor Cubano*
Toscana	Perú	*Quechua Cucina peruviana*
Toscana	Perú	*Julia La chorrillana*
Véneto	Latinoamérica	*Bacán Cocina Latinoamericana y mezcalería*

Véneto	Argentina	*Forastero*
Véneto	México	*Cantinita beach*
Friul-Venecia Julia	México	*Pablito Ristorante messicano*
Friul- Venecia Julia	Argentina	*Argentinos*
Friul- Venecia Julia	Argentina	*Qué quilombo! Empanadas argentinas*
Apulia	México	*Taqoz - Sabor Mexicano*
Apulia	Argentina	*Amarò Cucina argentina*
Trentino	Venezuela	*La Reina Pepiada Foodtruck*
Trentino-Alto Adigio	México	*Para todos Mexican food e cocktail a Trento*
Sicilia	Argentina	*Madreselva Restaurante Argentino*
Abruzos	Venezuela-Colombia	*Fusion ristolatino*

En este corpus resulta interesante observar el caso de comunidades poco presentes en Italia que, en cambio, aparecen sistemáticamente representadas en la oferta comercial gastronómica en internet. De hecho, no siempre el que un restaurante aparezca en el *marketplace* virtual (Kallen, 2010) italiano con una imagen "latina" es garantía de la efectiva presencia de una determinada comunidad en Italia. El caso emblemático, a este respecto, es el de algunos restaurantes mexicanos gestionados por italianos que eligen la marca hispanomericana con fines comerciales, más relacionados con los procesos de globalización que con la inmigración o la identidad (cf. Ariolfo, 2019).

2.2. *Propuesta de modelo para el análisis del PLVM*

Para abordar el análisis de este tipo específico de PL, consideramos útil tener en cuenta algunos criterios cuya interacción permite caracterizar la modalidad en la que las distintas comunidades hispanoamericanas se proyectan en el espacio virtual y las funciones comunicativas e identitarias que subyacen a la imagen del local generada a través de las páginas web. En concreto, el modelo teórico de aproximación al estudio del PLVM que aquí proponemos abarca los siguientes 4 criterios:

1. La(s) lengua(s) empleada(s) en el espacio virtual de los restaurantes:
   a. presencia de diferentes versiones del sitio web;
   b. idiomas utilizados en las distintas secciones de la página web;
   c. idioma/s empleados en el menú;
   d. modalidad de empleo de la(s) lengua(s): monolingüismo/bilingüismo, presencia de traducción, *translanguaging*, etc.;
2. Los nombres de los restaurantes:
   a. idiomas empleados en los nombres;
   b. estructura del nombre comercial;
   c. rasgos temáticos;
   d. caracterización semiótica: imágenes y objetos típicos, elementos (icono)gráficos, símbolos, etc. que acompañan al texto del nombre;
3. Las autorrepresentaciones: presencia de secciones de la página web especialmente dedicadas a la presentación del local y de sus gestores; presencia y propiedades (semánticas y formales) de los textos incorporados en dichas secciones del sitio web; presencia de reseñas o comentarios, artículos de prensa e interacciones con los clientes como forma de representación "refleja". Este componente textual de carácter

"narrativo" autoconstruido en internet sustituye el material etnográfico que aportan las entrevistas en profundidad tradicionalmente utilizadas en los estudios del PL "real";

4. Contenidos multimodales de la página web: elementos iconográficos (fotos, imágenes de paisajes, elementos de la flora y de la fauna, objetos tradicionales, decoraciones tradicionales, instrumentos musicales, banderas y otros símbolos), audiovisuales (videos, entrevistas, música, etc.).

En concordancia con los objetivos del presente trabajo, la investigación ahonda en el segundo criterio, esto es, el análisis de las etiquetas denominativas que aparecen en las páginas web de los restaurantes.

3. ANÁLISIS DE LOS NOMBRES DE LOS RESTAURANTES

En este artículo restringimos nuestro análisis al segundo criterio, esto es, las etiquetas denominativas que aparecen en las webs de los restaurantes, como uno de los recursos útiles para construir la propia imagen identitaria para su circulación en la red.

Los nombres son un aspecto central en los paisajes lingüísticos y los signos comunicativos explícitamente mencionados en el trabajo fundacional de Landry y Bourhis (1997), entre los cuales se encuentran los signos asociados a establecimientos comerciales, que a menudo incluyen nombres de diferente tipo: nombres propios, de marca comercial o de productos, etc. Además, la especial relación entre la investigación del PL y la disciplina de la onomástica, que estudia las formas y los orígenes de los nombres propios, ha sido objeto de análisis en importantes estudios, como los de Puzey (2012, 2016) y Gorter, Cenoz (2024), que nos sirven de base para extender el análisis del "*namescape*" comercial, en especial de ámbito gastrónomico, al espacio público virtual de internet.

Sobre el tema de los nombres de los restaurantes específicamente aplicado al ámbito del PL "físico" italiano contamos con algunas contribuciones, como, por ejemplo, las de Ariolfo (2019) y Calvi (2021)[7]. En la primera se hace hincapié en las funciones comunicativas (emotiva, referencial, etc.) e identitarias (pertenencia, orgullo, nostalgia, etc.) asociadas a las prácticas denominativas observables en 19 locales gastronómicos gestionados por hispanoamericanos en el PL genovés, a través de un análisis que combina material fotográfico y entrevistas a los propietarios de los locales considerados. De esta investigación emerge que el empleo de la lengua en el ámbito de la comida está estrechamente relacionado con las distintas modalidades de integración de las comunidades involucradas, por lo que el estudio del PLM en el ámbito gastronómico puede servir como indicador de integración lingüístico-cultural.

El trabajo de Calvi (2021) explora específicamente el acto de denominación («act of naming») en 22 restaurantes peruanos de la ciudad de Milán, adoptando una perspectiva cualitativa etnográfica que combina el análisis de unidades contextualizadas de PL con lo que emerge de las entrevistas a los propietarios de los locales. La autora destaca que parece apropiado clasificar los nombres comerciales elegidos «de acuerdo con los elementos culturalmente más significativos dentro de la comunidad de pertenencia» (Calvi, 2021: 381): nombres de lugar o entidades geográficas, nombres propios, música, comida y utensilios de cocina y experiencias de vida.

Otra contribución que también afronta el tema de los nombres de los restaurantes presentes en el PL físico es la de Ariolfo y Capelli (2023), que aborda el tema de la representación y autorrepresentación de la italianidad argentina a través de los usos lingüísticos visibles en los signos gráficos y textuales del paisaje urbano de Buenos Aires.

[7] Un interesante estudio dedicado en especial a las prácticas de *naming*, pero referidas a topónimos en el contexto canadiense, es el de Casagranda (2013).

Dicho estudio aporta observaciones sobre los nombres de los locales fotografiados en tanto que núcleos temáticos de sentido (nombres propios y apellidos, referencias geográficas, referencias a la cocina misma, a los ingredientes, a los instrumentos e incluso a la mafia) que encierran los valores a los que se adhieren y las características identitarias más representativas.

Sobre la base de los estudios mencionados, hemos desarrollado esta línea de investigación sobre el PL, aplicándola al ámbito virtual italiano. En lo que sigue vamos a exponer algunas observaciones que emergen del análisis de los nombres de restaurantes realizado sobre el corpus de páginas web mencionado.

3.1. *Estructura interna de las denominaciones de los restaurantes: núcleo y contorno denominativo*

En primer lugar, cabe destacar que los nombres de los locales gastronómicos presentan una articulación en dos componentes básicos: un *núcleo* denominativo y un componente adjunto, que llamamos *contorno*, y que sirve para reforzar o ampliar la información primaria ofrecida en el núcleo. Esta estructura bipartita se ve, por ejemplo, en los casos de la imagen 1 donde, junto al elemento principal del nombre, respectivamente, *El Inca* (Perú), *Habanero* (Cuba), *La bodeguita del medio* (Cuba) aparece un contorno que especifica la designación: *Ristorante peruviano*, *cocina mexicana, Su comida criolla en*. En algunos casos, como en el argentino *El Porteño*, se recurre, en cambio, solo al núcleo (Imagen 2). Esta estructura simple es especialmente explotada cuando el nombre remite a una identidad nacional, sobre todo de Argentina: *El porteño*, *Argentinos*.

Imagen 1. *Estructura interna del nombre: núcleo denominativo + contorno*



Imagen 2. *Estructura interna del nombre con solo núcleo*







3.1.1. *Estructura del núcleo denominativo*

Si profundizamos en el análisis de la estructura del núcleo denominativo, encontramos diferentes conformaciones sintácticas:

a) Nombre sin determinante (Imagen 3): el nombre del restaurante solo se compone de un sustantivo sin modificadores como ocurre con los argentinos *Forastero* y *Volver*.

Imagen 3. *Núcleo denominativo con nombre sin determinante*





b) Nombre con determinante antepuesto (Imagen 4): típicamente se trata del artículo determinativo, como muestran los casos de *La Finca* (Colombia) y *La isla* (Cuba), así como *El Gaucho* y *El Porteño* (Argentina).

Imagen 4. *Núcleo denominativo con nombre y artículo determinativo*





c) Nombre sintagmático, en el que el núcleo denominativo muestra una estructura interna más elaborada, por la presencia de modificadores adjetivales (*La reina pepiada*, Venezuela; *Mi rico Perú*, Imagen 5) o preposicionales (*La bodeguita del medio*, Imagen 6), así como de estructuras yuxtapuestas por la secuencia de dos sustantivos (*Gusto Perú*, *Pepa l'arepa*, Imagen 7) o bien expresiones o enunciados particulares, como se ve en *Qué quilombo!* (Imagen 8):

Imagen 5. *Núcleo denominativo con nombre sintagmático y modificadores adjetivales*





Imagen 6. *Núcleo denominativo con nombre sintagmático y modificadores preposicionales*



Imagen 7. *Núcleo denominativo con nombre sintagmático con estructura yuxtapuesta*





Imagen 8. *Núcleo denominativo con enunciado o expresión típica*



d) Nombre con calco sintáctico del inglés (Imagen 9): en el corpus analizado son varios los ejemplos de nombres de locales que reproducen la estructura sintáctica característica de la lengua inglesa, reconocible por la posición final del núcleo del sintagma respecto a sus complementos: *Tamarindo Bar* (y no *Bar Tamarindo*), *Caribbean Bistrot*, *Cantinita Beach*.

Imagen 9. *Núcleo denominativo con calco sintáctico del inglés*



3.1.2. *Estructura del contorno denominativo*

Si nos fijamos en la estructura del componente del contorno denominativo, observamos la predominancia casi total (99%) de adjetivos gentilicios, que denotan la nacionalidad asociada a los locales y se aplican en la mayoría de los casos al nombre *restaurante* o, en alternativa, a *specialità*, *cocina/cucina*, *sabor*. Este rasgo caracteriza especialmente los restaurantes de nacionalidad peruana, argentina y mexicana. A continuación (Imagen 10) proporcionamos algunos ejemplos:

Imagen 10. *Contorno denominativo con etiquetas identitarias nacionales*



Cabe destacar que en el contorno denominativo también aparecen etiquetas identitarias que hacen referencia a zonas geográficas más extensas que no indican la pertenencia a una identidad nacional concreta, sino que marcan, más bien, la asociación a una identidad regional (Ariolfo, 2019): nos referimos a los topónimos *Latinoamérica* o *le Americhe*, o también a los adjetivos *latinoamericana, latin / latino*, *sudamericana*, *caraibica* (ver ejemplos en la Imagen 11).

Imagen 11. *Contorno denominativo con etiquetas identitarias regionales*



Asimismo, se da el caso de etiquetas étnicas mixtas o complejas (Imagen 12), tanto en el dominio hispánico, como se ve en los dos adjetivos coordinados en *Mamajuana. Cucina caraibica e sudamericana,* así como también entre el dominio hispanico y el italiano, como muestra el caso del adjetivo compuesto *italoperuviano* en *Machu Picchu. Bar-Ristorante italo-peruviano.*

Imagen 12. *Contorno denominativo con etiquetas identitarias mixtas*



3.2. *Lenguas empleadas en los nombres de los restaurantes*

Una dimensión interesante en el análisis del PLVM desde la perspectiva de observación de los nombres de los restaurantes hispanoamericanos en Italia es, por supuesto, la de la presencia y el uso de las lenguas a fin de crear la etiqueta nominal que define la identidad de los locales.

3.2.1. *Lenguas presentes en el núcleo denominativo*

Si se tiene en cuenta el nombre en su totalidad (el conjunto de núcleo y contorno denominativo) destaca el uso monolingüe en español. Los casos más representativos a este respecto son los restaurantes mexicanos, como *Rosalía. Cantina y cocina*, y los argentinos, por ejemplo, *El gaucho* y *Qué quilombo* (Imagen 13):

Imagen 13. *Uso monolingüe español en los nombres*



Si la observación se restringe a las lenguas empleadas en el núcleo denominativo, se evidencian las siguientes estrategias:

a) núcleo en español (Imagen 14): el recurso más frecuente en el corpus considerado es el uso del español para el núcleo de la denominación de los restaurantes (36/44 casos), sobre todo de comida mexicana, peruana y argentina:

Imagen 14. *El español en el núcleo de los nombres*



b) núcleo en italiano (Imagen 15): solo observamos en nuestro corpus dos casos de uso del italiano para nombrar el local, ambos relativos a restaurantes asociados a la conina argentina: *Mucca argentina* y *Amarò* (nombre de un licor de hierbas italiano):

Imagen 15. *El italiano en el núcleo de los nombres*



c) núcleo que remite a la lengua quechua, originaria del Perú (1 caso, Imagen 16), aunque en su forma ortográfica asentada en español:

Imagen 16. *Una lengua indígena en el núcleo de los nombres*



d) núcleo con léxico inglés u orden de palabras del inglés[8] (Imagen 17):

Imagen 17. *La lengua inglesa en el núcleo de los nombres*



e) núcleo híbrido, como resultado de una mezcla de códigos: en unos casos el español se mezcla con otras lenguas. Observamos, en particular (v. Imagen 18), la combinación con el inglés y el italiano, por ejemplo, en la expresión estereotipada *Made in Perú* (donde el nombre del país lleva el acento ortográfico español) y en *Fusion ristolatino*, donde *Fusion*, adjetivo inglés muy utilizado para designar una forma de cocina, se combina con una creación acronímica (*ristolatino*) resultado de la fusión del italiano (*ristorante*) y el español (*latino*); 2) en *Pepa l'arepa* elementos lexicales del español (como *arepa* o el nombre proprio *Pepa*) confluyen con un signo ortográfico típico del italiano, esto es, el apóstrofo en *Pepa l'Arepa*:

[8] Cf. nuestras observaciones respecto a la estructura del núcleo en el párrafo 3.1.1.

Imagen 18. *Mezcla de códigos en el núcleo de los nombres*



3.2.2. *Lenguas presentes en el contorno denominativo*

La distribución de las lenguas en el componente del contorno denominativo nos proporciona un paisaje diferente. Predomina, en este caso, el uso exclusivo del italiano. Ejemplifican este grupo especialmente los restaurantes de comida peruana, argentina y colombiana, como se ve en la imagen siguiente:

Imagen 19. *El italiano en el contorno denominativo*



En un caso la lengua utilizada en el contorno denominativo es el inglés (Imagen 20): *Mitú - Spirit of Colombia* (Milán). A pesar de no aparecer en el logotipo del restaurante, la especificación *Spirit of Colombia* forma parte del nombre del local, como se puede comprobar buscando el restaurante en internet.

Imagen 20. *El inglés en el contorno denominativo*



En otros ejemplos del corpus analizado se observa en el contorno denominativo una combinación de lenguas, como, por ejemplo, en el restaurante mexicano *Para todos Mexican food e cocktails a Trento*, con la conjunción *e*, la preposición *a* y el nombre de la ciudad en italiano, o en el local de comida argentina *Mucca argentina. Ristorante, rooms* & *dreams*, en el que se pasa del italiano al inglés, a la hora de señalar que el local ofrece servicio de alojamiento además del restaurante. Por último, mencionamos en la imagen a continuación (Imagen 21) el caso de *El Maíz Venezuelan food arepera Rome*, donde en un contorno denominativo en inglés aparece la referencia, en español, al establecimiento (*arepera*) en el que se vende la especialidad venezolana.

Imagen 21. *Mezcla de códigos en el contorno denominativo*



En general, observamos que en el entorno virtual de las páginas web el contorno denominativo desempeña un papel más destacado en caracterizar la identidad del restaurante si se lo compara con lo que suele observarse en el PL físico, en el que no siempre está presente este elemento. El predominio del italiano en este componente más descriptivo e informativo del nombre de los locales se asocia a una función más bien conativa, es decir, la intención de llegar a un público local mayoritariamente no latinoamericano y atraer la atención de clientes locales, italianos, en primer lugar. En otros casos, esta misma función se desempeña por medio del recurso al inglés (a menudo mezclado con el español y el italiano) quizás con el fin de alcanzar un público más amplio e internacional. Cabe destacar, a este respecto, que el empleo y la contaminación con el inglés en los contornos de los nombres prevalece en los locales asociados a ciertos países de Hispanoamérica, como México, Venezuela, Argentina y Perú, y se trata de un fenómeno también probablemente asociado al prestigio que caracteriza a esta lengua en Italia y a su uso habitual en el lenguaje comercial.

3.3. *Rasgos temáticos*

Otros estudios sobre el PL físico han puesto de relieve, en relación con los nombres de locales gastronómicos, que algunas categorías léxicas funcionan como núcleos de sentido y ponen en evidencia las virtudes y los valores con los que una determinada comunidad hispana se identifica (Ariolfo, Capelli, 2023: 70). De manera análoga, esta clasificación de base temática puede aplicarse a la descripción del PL virtual. De hecho, en el léxico empleado en los nombres de los restaurantes del corpus aquí analizado también se evidencian algunos rasgos temáticos recurrentes: el ámbito gastronómico, la tipología de local gastronómico, los topónimos y las referencias locativas, los nombres de persona (nombres propios, nombres de personas caracterizadas por su hábitat de pertenencia), la música tradicional (*Volver*, *Madreselva*, *La cucaracha*), las referencias al lenguaje (*Qué quilombo*!).

En general (Imagen 22), los restaurantes de comida mexicana, venezolana y peruana son los que más eligen emplear nombres de ingredientes y platos típicos (*Habanero*, *Tamarindo*, etc.). Los locales peruanos destacan especialmente por la prevalencia y la variedad de etiquetas que en el nombre tematizan la esfera de la gastronomía (*gusto*, *sabor*, *Mi rico Perù*, etc.). Asimismo, se puede destacar la presencia difusa de una categoría semántica más abstracta que se basa en la referencia al concepto del gusto y la autenticidad del sabor de una determinada cocina nacional o regional (*i sapori della Colombia*, *specialità cubane*, *el sabor original de Latinoamérica*, etc.).

Imagen 22. *Tema gastrónomico*



En los nombres de los restaurantes que constituyen nuestro corpus, la referencia locativa, a través de la indicación del lugar o país de procedencia o de la etnicidad, apunta claramente a la exigencia de manifestar la identidad y de marcar el vínculo y la pertenencia

al lugar de origen o a las raíces indígenas que caracterizan la identidad cultural del país. La deíxis locativa (Imagen 23) se manifiesta en forma de topónimos (*Colombia, Mitú*, *Perù*), adjetivos de procedencia (*argentino*, *mexicana*, *cubano*, etc.) y de origen étnico (*Criollo*, *Alma criolla*, *Machu Picchu*, *El Inca*).

Imagen 23. *Referencia locativa, país de procedencia y etnicidad*



Una clase semántica muy recurrente en los nombres de los restaurantes, necesaria por su valor informativo, es la referencia al tipo de local gastronómico (Imagen 24): *restaurante/ristorante*, *cantina/cantinita*, *bodeguita*, *bistrot*, *bar*, *arepería*, *mezcalería*, *foodtruck*, etc.

Imagen 24. *Tipo de local gastronómico*



Otro ámbito temático que resulta interesante destacar es la referencia a los nombres de persona, entre los que prevalece la alusión a mujeres, a través de nombres propios (Imagen 25): *Mamajuana*, *Julia* la chorrillana, *Rosalía* cantina y cocina, Pa' *Malú*, *La Reina Pepiada*, *Pepa* l'Arepa.

Imagen 25. *Nombres de mujeres*



En algunos casos (Imagen 26), la referencia a las personas y a su hábitat de pertenencia también funciona como herramienta para transmitir la conexión con las raíces identitarias, como en el caso del restaurante *El gaucho* (campo) o *El porteño* (puerto, ciudad de Buenos Aires).

Imagen 26. *Nombres de personas y entornos típicos*





Los restaurantes de comida argentina y mexicana son los únicos que recurren, en cambio, a la referencia a la música tradicional en el nombre de sus restaurantes como signo identitario: *Madreselva* y *Volver* (Imagen 27) son dos tangos argentinos muy conocidos y *La cucaracha* es una tradicional canción mexicana.

Imagen 27. *Referencias a la música tradicional*







Por último, cabe señalar dos casos (Imagen 28) en los que la creación del nombre del restaurante se basa en la selección de palabras o expresiones lingüísticas características de algunos países o zonas de Hispanoamérica (*Bacán*, *Qué quilombo!*).

Imagen 28. *Referencias a palabras o expresiones típicas*





3.4. *Caracterización semiótica de los nombres*

Al componente propiamente verbal que constituye los nombres de los restaurantes en las webs de los locales, se añaden aspectos semióticos[9], elementos iconográficos simbólicos, imágenes y objetos típicos que aportan contextualización identitaria al

[9] Cf. El enfoque de Jaworski, Thurlow (2010: 2), en el que se destaca el carácter semiótico de todo PL: «[…] all landscape is semiotic, i.e. its meaning is always construed in the act of socio-cultural interpretation».

logotipo del local. El contexto iconográfico suele estar caracterizado, en su conjunto (Imagen 29), por elementos que remiten a la naturaleza de un lugar (palmeras, flores, animales y aves típicas), a la cocina tradicional (ingredientes, vajilla y utensilios), a la ropa, accesorios y decoraciones típicas (vestimenta tradicional, adornos, guardas decorativas y trajes tradicionales), a la música (trajes de bailes típicos, objetos relacionados con la tradición musical) y a los símbolos patrios (estrellas, banderas, colores patrios).

Imagen 29. *Variedad de elementos iconográficos en los nombres*



Los logos en los que más están presentes los elementos iconográficos son aquellos de los restaurantes de comida típica nacional. Entre ellos, los que más acuden a este tipo de contextualización simbólica son los restaurantes argentinos, que, además de la referencia a elementos gastronómicos (empanadas), suelen integrar en los nombres las guardas tradicionales, accesorios de baile u otros símbolos nacionales (bandera y colores patrios, sol, sombrero de tango).

Los restaurantes peruanos también tienden a contextualizar iconográficamente los logos de sus nombres a través de símbolos patrios, como el mapa del Perú, los colores de la bandera nacional, u objetos autóctonos, como las máscaras tradicionales. En el caso de los nombres de los restaurantes mexicanos, se recurre a la caracterización semiótica a través de los colores nacionales, aunque también los elementos estereotipados (el sombrero mexicano, el habanero) cumplen una función comercial-identitaria.

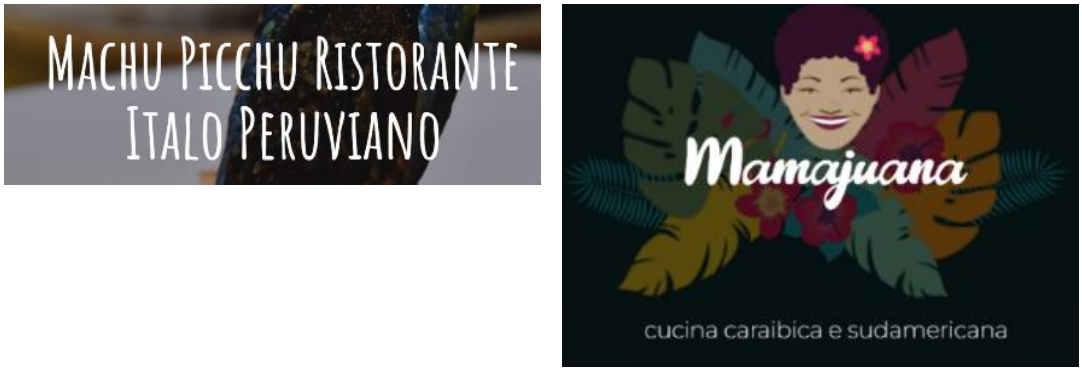
Imagen 30. *Elementos iconográficos referidos a comida y símbolos patrios*





Como se ha apuntado antes, una categoría representativa empleada con frecuencia es la de los símbolos patrios (banderas, estrellas, sol, colores nacionales), fácilmente identificables con una nación determinada. Banderas, colores, animales típicos, ingredientes, ropa y otros elementos característicos tienen un fuerte valor simbólico y aportan autenticidad reconocible de forma natural por la comunidad de origen (Ariolfo, 2019). Es interesante observar que, por el contrario, los nombres de los locales que hacen referencia a una identidad regional (latinoamericano, sudamericano, etc.) o mixta (italo-peruviano) recurren menos a la contextualización iconográfica simbólica identitaria, es decir, no emplean símbolos patrios, sino más bien acuden a elementos menos connotados, como utensilios de cocina (una olla humeante) o tipificaciones personales (un rostro de una mujer mulata).

Imagen 31. *Caracterización iconográfica de restaurantes con identidad mixta*



En el corpus, por fin, destaca el caso de los restaurantes colombianos y dominicanos (Imagen 32), que, alejándose de la tendencia general optan, en cambio, por utilizar símbolos que pertenecen a la fauna que caracteriza el territorio, como la cacatúa y el jaguar.

Imagen 32. *Referencias iconográficas a la fauna típica*





4. CONCLUSIONES

En esta contribución hemos planteado una nueva perspectiva de observación del PL en su aplicación al espacio digital de Internet, a través del análisis de páginas web de restaurantes hispanoamericanos que cuentan con locales físicos ubicados en distintas ciudades italianas. Nuestra propuesta apunta, de esta manera, a desarrollar una nueva línea de investigación en el panorama específico de los estudios del PL en el contexto italiano, que se caracteriza por el especial interés en el fenómeno de la migración hispanoamericana. El Paisaje Lingüístico Virtual de la Migración se manifiesta como una interesante evolución del PL físico en el ciberespacio, que hoy en día se ha convertido en una dimensión ulterior, un nuevo espacio en el que nos desenvolvemos cotidianamente y en el que están presentes las comunidades migrantes, en especial en lo referente al ámbito de la oferta gastronómica.

Este estudio esboza una aproximación teórica para abordar el análisis de este tipo específico de PL en el que diferentes criterios interactúan y se entrelazan. Dentro de los límites concedidos para la presente contribución, nos hemos centrado en uno de los posibles aspectos del análisis, en particular, en lo que podríamos definir la "tarjeta de presentación" de los restaurantes hispanoamericanos en Italia que cuentan con páginas web, es decir la construcción de los signos comunicativos correspondientes a los nombres con los que los locales se proyectan en Internet. Hemos considerado, en particular, específicamente la estructura del nombre comercial (distinguiendo entre un núcleo y un contorno denominativo), la presencia y la modalidad de empleo de idiomas en la denominación de los restaurantes, los rasgos temáticos predominantes y los aspectos relacionados con la caracterización semiótica (imágenes y objetos típicos, elementos (icono)gráficos, símbolos, etc.) que acompaña la conformación del nombre. A pesar de que en este artículo se ha optado por no aplicar de manera integral la propuesta teórica esbozada, sino que se ha ahondado exclusivamente en el estudio de uno de sus criterios, a nuestro entender, el análisis contribuye a arrojar luz sobre la modalidad en que las distintas comunidades hispanoamericanas presentes en el territorio italiano se proyectan en el espacio virtual comercial.

Por lo que se refiere a la distribución por regiones de los restaurantes hispanoamericanos en Italia que cuentan con páginas web, cabe subrayar su preponderancia en el norte de la península y su casi total ausencia en el sur del país. Esto probablemente se debe no solo a la mayor numerosidad de las comunidades hispanoamericanas asentadas en el norte del país, sino también al arraigo a la comida tradicional autóctona propio de las regiones de sur de Italia y a la dificultad que conlleva para un emprendimiento gastronómico alcanzar el éxito en un contexto con estas características.

En lo que atañe a las nacionalidades de los locales gastronómicos considerados, predominan los de origen mexicano, peruano y argentino, tal vez porque la cocina típica

de estos países cuenta ya con "más crédito" en el territorio italiano: la mexicana, por ser la primera cocina de Hispanoamérica en haber penetrado en el suelo italiano; la argentina, por cuestiones de afinidad histórica y por la gran tradición relacionada con la carne; la peruana, por haber alcanzado en los últimos años un notable prestigio a nivel mundial (que la hace "más confiable" por ser más conocida y contar con una difusión internacional).

Con respecto al uso de las lenguas en el nombre de los restaurantes, podemos destacar la presencia de un continuo lingüístico, que va desde el monolingüismo en español hasta el monolingüismo en italiano, pasando por el empleo combinado de ambas lenguas y, en algunos casos, del inglés, a través de fenómenos de mezcla de códigos. Representamos esquemáticamente este continuo de la siguiente manera:

Tabla 3. *Continuo lingüístico en los idiomas empleados*

Monolingüe español	Núcleo español y contorno italiano	Mezcla/hibridación con el inglés	Monolingüe italiano

Como consideración general acerca de la imagen que los restaurantes ofrecen de sí, podemos subrayar la relación que se establece entre la expresión identitaria de comunidad y el uso del idioma, los rasgos temáticos y los elementos simbólicos que confluyen en los nombres de los locales y en sus logotipos.

El idioma español, presente fundamentalmente en el núcleo de los nombres de los restaurantes, es utilizado en mayor medida en los nombres de los locales mexicanos y argentinos. El italiano, lengua cuyo uso caracteriza sobre todo los contornos denominativos, cumple una función más bien informativa y marca la voluntad de acercarse o dirigirse al contexto local italófono. En general, los restaurantes peruanos son los que más emplean el italiano. El uso del inglés, observado sobre todo en el caso de los locales del área caribeña, denota una identidad más cercana al mundo anglófono, así como también la intención de llegar a un público internacional y elevar el estatus del local, considerado el prestigio del que goza el inglés en el *naming* comercial, en especial en Italia.

La imagen que los restaurantes ofrecen de sí es también el producto de los rasgos temáticos que emergen de sus denominaciones. Entre los nombres de los locales mexicanos, peruanos y del área caribeña prevalece el recurso a los ingredientes y a los platos típicos, mientras que los argentinos recurren a la música tradicional, a las expresiones del lenguaje o al elemento locativo.

De esta autorrepresentación en los nombres también se desprende la referencia a una identidad nacional, que se manifiesta preferentemente a través del empleo de símbolos patrios (Argentina, Perú), de elementos pertenecientes a la naturaleza propia de un territorio (área caribeña) e incluso por medio del recurso a estereotipos (México); la identidad regional y mixta (*caraibica e sudamericana/italoperuviano*, etc.), en cambio, tiende a expresarse a través de la referencia, verbal o semiótica, a rasgos físicos de etnicidad o a los instrumentos genéricos utilizados en la cocina. Como apuntan Gorter y Cenoz (2024: 357-358), en ciertos casos, no se puede excluir el uso de lo "hispanoamericano", "latinoamericano" o "sudamericano" también con fines comerciales, puesto que «due to market forces, names of companies and products often lead to the commodification of commercial names, of a language or of multilingualism itself».

En este artículo nos hemos ceñido a un análisis exploratorio de las prácticas de *naming* en el *namescape* ofrecido por un corpus de páginas web de restaurantes hispanoamericanos

en Italia[10], cuyos resultados sugieren una variedad de implicaciones que aquí apenas hemos explorado y discutido. Sin embargo, confiamos en que el modelo teórico más amplio esbozado para el estudio del PLVM, que, desde luego, se tiene que afinar y desarrollar tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo, pueda enriquecer el panorama de los estudios sobre el PL de la migración en Italia y ofrecer, en general, múltiples elementos de reflexión sociolingüística y cultural acerca de la centralidad de Internet como nueva dimensión del espacio público que hoy en día ocupa un lugar central en la vida y en la construcción de la identidad de individuos y comunidades que conviven en nuestras sociedades, y que ya no puede no recibir atención en una investigación actual y actualizada sobre el PL y sobre el PL de la migración.

Cabe destacar también, que la aproximación teórica propuesta puede ser explotada de diferentes maneras en futuras investigaciones. Por un lado, ahondando en el análisis de un solo criterio, tal como se ha llevado a cabo en este trabajo; por otro, aplicando el modelo integral a estudios de caso, para poner de manifiesto de manera aún más clara el potencial de análisis de la perspectiva teórica esbozada y la manera en que todos los factores considerados interactúan y se entrelazan, así como también las ventajas de extender al estudio del PL al ámbito virtual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ariolfo R. (2012), *Actitudes lingüísticas, inmigración y escuela. Un aporte para la reflexión y la práctica educativa*, Libellula Edizioni, Lecce.

Ariolfo R. (2017), "Visibilidad y percepción del español en el paisaje lingüístico genovés", in *Lingue e Linguaggi*, 21, pp. 7-25.

Ariolfo R. (2019), "Comida, lengua e identidad en el paisaje lingüístico genovés", in *Orillas. Rivista d'Ispanistica*, 8, pp. 629-652.

Ariolfo R., Capelli F. (2023), "El italiano en el paisaje lingüístico de Buenos Aires como campo de disputa de la representación y autorrepresentación de la italianidad en Argentina", in *Revista Lengua y Migración*, 15, 2, pp. 64-106.

Ariolfo R., Mariottini L. (eds.) (2018), *Paisajes lingüísticos de la migración. Contextos mediáticos, urbanos y formativos*, Numero speciale di *Lingue e Linguaggi*, 25.

Biró E. (2018), "More than a facebook share: exploring virtual linguistic landscape", in *Acta Universitatis Sapientiae*, *Philologica*, 10, 2, pp. 181-192.

Calvi M. V. (2017), "Cibo e identità nel paesaggio linguistico Milanese", in Bajini I., Calvi M. V., Garzone G., Sergio G. (eds.), *Parole per mangiare. Discorsi e culture del cibo*, LED, Milano, pp. 215-237.

Calvi M. V. (2018), "Español e italiano en el paisaje lingüístico de Milán. ¿Traducción, mediación o translanguaging?", in *Lingue e Linguaggi*, 25, pp. 145-172.

Calvi M. V. (2021), "The act of naming in the Hispanic linguistic landscape of Milan", in Gubitosi P., Ramos Pelliccia M. F. (eds.), *Linguistic landscape in the Spanish-speaking world*, John Benjamins, Amsterdam, pp. 365-392.

Casagranda M. (2013), *Procedure di naming nel paesaggio linguistico canadese*, Tangram Edizioni Scientifiche, Trento.

Centro Studi e Ricerche IDOS (2023), *Dossier Statistico Immigrazione 2023*.

[10] En otro trabajo en preparación nos proponemos indagar otro criterio de análisis establecido en nuestro modelo, es decir, las formas de "autorrepresentación" que se pueden rastrear en el conjunto de textos de mayor o menor extensión presentes en las páginas web de los restaurantes hispanoamericanos recogidos en nuestro corpus (v. § 2.2).

Gorter D., Chenoz J. (2024), "What's in the names?", in Gorter D., Cenoz J., *A panorama of linguistic landscape studies*, Multilingual matters, Bristol, pp. 357-368.
Gugenberguer E. (2007), "Aculturación e hibricidad lingüísticas en la migración: propuesta de un modelo teórico-analítico para la lingüística de la migración", in *RILI Revista internacional de lingüística iberoamericana*, 10, pp. 21-46.
Ivkovich 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), "Introducing semiotic landscapes", in Jaworski A., Thurlow C. (eds.), *Semiotic landscapes: Language, image, space*, Continuum, London, pp. 1-40.
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, pp. 41-58.
Kallen J. L. (2023), *Linguistic landscapes. A sociolinguistic approach*, Cambridge University Press, Cambridge.
Landry R., Bourhis R. (1997), "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study", in *Journal of Language and Social Psychology*, 16, pp. 23-49.
Marten H. F., Van Mensel L., Gorter D. (2012), "Studying minority languages in the linguistic landscape", in Gorter D., Marten H.F., Van Mensel L. (eds.), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave-MacMillan, Basingstoke, pp. 1-15.
Moustaoui Srhir A. (2019), "Dos décadas de estudios del paisaje lingüístico: enfoques teórico-metodológicos y nuevos desafíos en la investigación", in *Signo y Seña*, 35, pp. 7-28.
Puzey G. (2012), "New research directions in toponomastics and linguistic landscapes", in *Onoma*, 46, pp. 211-226.
Puzey G. (2016), "Linguistic landscapes", in Hough C. (ed.), *The Oxford Handbook of names and naming*, Oxford University Press, Oxford, pp. 395-411.

IL LINGUISTIC LANDSCAPE DI CASA BOCCACCIO A CERTALDO

Sara Di Giovannantonio[1]

1. CASA BOCCACCIO A CERTALDO: CENNI STORICI

Casa Boccaccio, museo dedicato al celebre letterato Giovanni Boccaccio (1313-1375), rappresenta un nodo culturale centrale per Certaldo (FI): l'edificio, infatti, non solo incarna il valore simbolico di dimora del cittadino più illustre, ma si trova nel baricentro urbano del borgo medievale (cfr. Gennari, Bruscoli, 2012: 178).

Menzionata nel testamento del 1374, la casa fu lasciata in eredità al fratello dello scrittore, Iacopo, e alla sua discendenza maschile (Regnicoli, 2013; Turrini, 2013; Frosini, 2014: 12); tuttavia, le vicende dell'edificio rimangono avvolte nell'oscurità per quasi cinque secoli, fino al 1821, anno in cui la marchesa Carlotta de' Medici Lenzoni – nobile e mecenate – lo acquistò dal carbonaio Luigi Viti. La marchesa avviò il restauro, finalizzato a adattare la struttura a luogo di memoria boccacciana, e aprì la casa al pubblico nel 1825.

Durante la Seconda Guerra Mondiale la Casa venne gravemente danneggiata da un bombardamento che distrusse quasi interamente l'edificio; dopo un complesso intervento di ricostruzione e ristrutturazione, il museo riaprì solo nel 1957. La riapertura nel 1957 sancì anche la nascita dell'Ente Nazionale Giovanni Boccaccio, che ancora oggi ha la sua sede nella Casa, con vari obiettivi: la promozione e lo sviluppo degli studi scientifici sull'opera, sulla vita e sulla fortuna di Giovanni Boccaccio, la divulgazione dei relativi risultati, nonché l'organizzazione di numerose iniziative culturali per valorizzare il patrimonio culturale di Certaldo. A partire dagli anni Duemila, inoltre, per Casa Boccaccio si sono resi necessari ulteriori lavori di ammodernamento e messa in sicurezza (Baratta, 2009); nel 2011 è stato realizzato un giardino che ripropone l'ambientazione dell'Introduzione alla III Giornata del *Decameron* (cfr. Santagati, 2006).

La struttura attuale della Casa si articola su tre livelli: al pianterreno, la portineria introduce al giardino e alla prima sala espositiva dedicata alla vita di Boccaccio, al contesto medievale e al *Decameron*; il primo piano ospita la biblioteca e la "stanza dell'affresco", contenente l'effigie del Certaldese realizzata nel 1826 dal pittore neoclassico Pietro Benvenuti (1769-1844); al terzo livello si trova la torre, raggiungibile mediante più rampe di scale. Nonostante le dimensioni contenute, Casa Boccaccio attira un pubblico nazionale e internazionale, inserendosi a pieno titolo nel circuito del turismo culturale di massa (cfr. Prentice, 2001): i flussi di visitatori sono legati sia alla rilevanza storico-letteraria del sito sia alla sua posizione strategica, situata tra Firenze e Siena.

L'interesse internazionale non è recente: già nel Settecento, prima dell'identificazione, dell'acquisto e dell'apertura della Casa a opera della marchesa de' Medici Lenzoni, Certaldo figurava nelle guide di viaggio come tappa obbligata del Grand Tour (cfr. Nugent, 1756: 346). Contiene una prova tangibile di tale fama internazionale il *Primo registro dei visitatori di Casa Boccaccio* (relativo al periodo 1825-1856): il quaderno manoscritto,

[1] Università per Stranieri di Siena.

conservato nell'archivio del museo, include firme di viaggiatori tedeschi, inglesi, francesi e persino di una coppia statunitense di Boston.

2. MODALITÀ D'INDAGINE

Casa Boccaccio propone un percorso espositivo stratificato, specchio della sua storia museale bicentenaria: agli arredi preunitari, si aggiungono allestimenti realizzati in epoche diverse, secondo le fasi di valorizzazione susseguitesi nel tempo. Tra questi spiccano: i pannelli informativi cartacei del 2007, ideati per il cinquantenario della riapertura post-bellica; il touchscreen collocato nella biblioteca nel 2013, in occasione del VII centenario della nascita di Boccaccio; l'innovativa audioguida, realizzata dai ragazzi della scuola secondaria di I grado dell'Istituto Comprensivo di Certaldo, introdotta nel 2024.

Per analizzare il linguistic landscape (LL) di questo centro museale, seguendo l'approccio metodologico di precedenti studi (cfr. Gorter, 2006; Backhaus, 2006; Ben-Rafael *et al.*, 2006; Hult, 2009), nel marzo 2024 sono state raccolte 249 immagini utilizzando la fotocamera di uno smartphone. Inoltre, nel solco degli studi condotti sul LL museale (cfr. Kelly-Holmes, Pietikäinen, 2016; Xiao, Lee, 2019; Blackwood, Macalister, 2019; Robinson-Jones, 2024), gli items individuati sono stati suddivisi in tre macrocategorie:

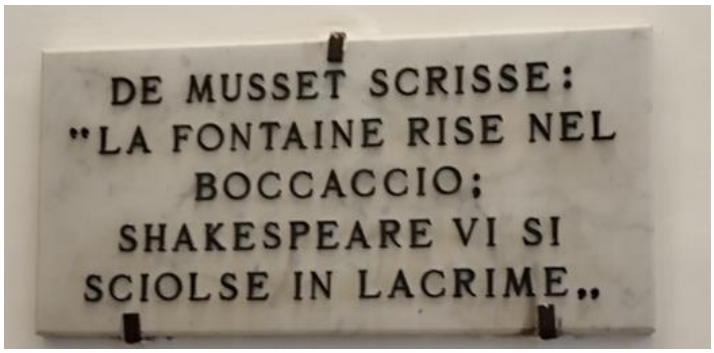
– "segnali per l'accesso e la guida dei visitatori" (per es. cartelli che segnano il percorso, cfr. Figura 1);

Figura 1. *Segnale di percorso collocato al primo piano del museo*



– "targhe commemorative/oggetti esposti" (per es. iscrizioni murali, opere di Boccaccio esposte; cfr. Figura 2);

Figura 2. *Targa commemorativa nel vano scale tra il pianterreno e il primo piano*



– "didascalie/pannelli espositivi". In particolare, si intendono col termine di didascalie quei pannelli che forniscono spiegazioni a corredo di un oggetto museale esposto (cfr. Figura 3a); con il termine pannelli espositivi si intendono invece installazioni informative autonome che solitamente descrivono episodi legati alla biografia di Boccaccio oppure approfondiscono aspetti della sua produzione letteraria (cfr. Figura 3b).

Figura 3a. *Didascalia dell'affresco di Boccaccio realizzato da Pietro Benvenuti*

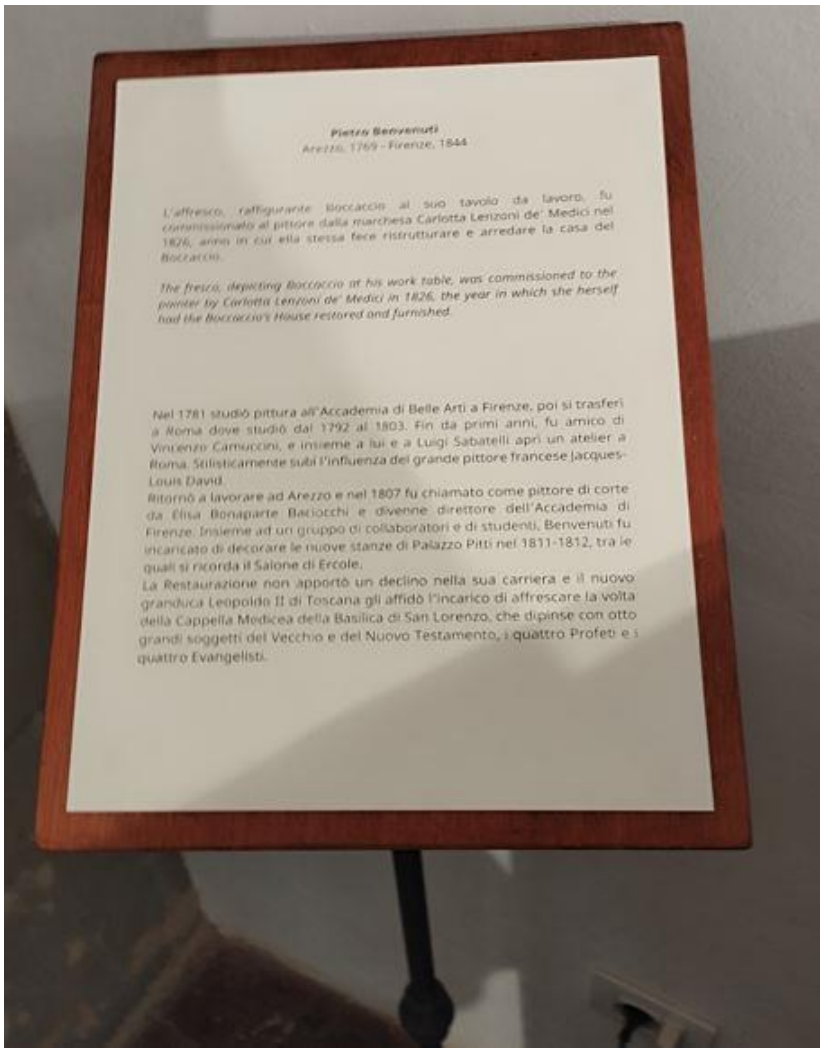
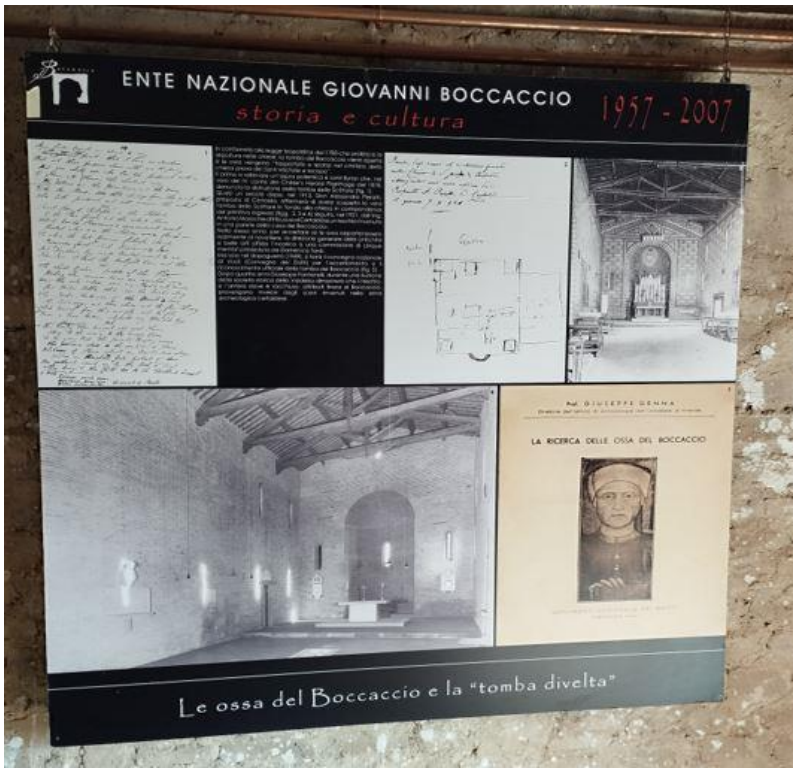


Figura 3b. *Pannello informativo sulla tomba di Boccaccio*



Il corpus fotografico è stato infine esaminato secondo tre principali interrogativi di ricerca:

1. Quante e quali lingue sono rappresentate?
2. Qual è il rapporto tra lingue nei segni plurilingue?
3. Il *LL* è adeguato ai flussi turistici?

3. QUANTE E QUALI LINGUE?

L'analisi dei 249 items che costituiscono il *LL* di Casa Boccaccio ha restituito il quadro rappresentato in Tabella 1:

Tabella 1. *Visione globale degli items di Casa Boccaccio divisi per categoria e lingua*

	Tot.	**Lingua**	**N° di segni**
Monolingue	55	Italiano	47
		Inglese	2
		Francese	3
		Spagnolo	2
		Latino	1
Bilingue	191	Italiano-Inglese	191
Trilingue		Italiano-Inglese-Francese	2
Quadrilingue		Italiano-Inglese-Francese-Tedesco	1

Come si evince dalla lettura dei dati, nel museo, fatta eccezione per l'italiano, si trovano – in diverse percentuali – alcune delle principali lingue europee: l'inglese, il francese, lo spagnolo e il tedesco. Un elemento di particolare interesse è la presenza del latino, varietà rinvenuta in un'iscrizione collocata nella "stanza dell'affresco" (*Litteris servabitur orbis*). Di primo acchito, nel museo i segni bilingue sembrano i più numerosi (77%); seguono i segni monolingue (21,7%), quelli trilingue (0,8%) e quadrilingue (0,4%). In realtà, se si tiene conto delle tre macrocategorie citate in apertura la distribuzione è ben diversa. Di seguito si propongono le analisi relative alla distribuzione degli items delle varie lingue rappresentate secondo le categorie: oggetti esposti/targhe commemorative; didascalie/pannelli espositivi; segnali per l'accesso e la guida dei visitatori.

Iniziamo dalla sezione "oggetti esposti/targhe commemorative", rappresentata nella Tabella 2.

Tabella 2. *Oggetti esposti/targhe commemorative a Casa Boccaccio*

		Lingue				
Tipo	Quantità	Italiano	Francese	Spagnolo	Latino	Inglese
Monolingue	17	X	–	–	–	–
	12	–	X	–	–	–
	2	–	–	X	–	–
	1	–	–	–	X	–
	1	–	–	–		X
Tot.	33					

In questa categoria, composta da 33 elementi, sono presenti soltanto items monolingue a maggioranza italiana (oltre il 50%), seguiti da quelli in francese (circa il 36%) e spagnolo (6%); latino e inglese sono rappresentati rispettivamente da un elemento per ogni lingua (circa il 3%). La prevalenza dell'italiano si deve al fatto che tra gli oggetti esposti figurano opere di Boccaccio, in cui la lingua utilizzata è il fiorentino trecentesco, fondamento della codificazione grammaticale cinquecentesca e base dell'italiano moderno. Le teche del museo custodiscono, infatti, un prezioso corpus di stampe cinquecentesche, testimonianza tangibile della fortuna editoriale di Boccaccio nell'Umanesimo e nel Rinascimento; tra gli esemplari esposti spiccano un'edizione della *Fiammetta* del 1517, una copia dell'*Amorosa Visione* datata 1558, accanto alla *Comedia delle Ninfe fiorentine* dello stesso anno e il *Decamerone* nella versione riformata da Luigi Groto (1590).

A interrompere il monolinguismo italiano contribuiscono le riproduzioni del *Decameron* tratte rispettivamente da un'edizione francese (12 items) e da un'edizione spagnola (2 items); tali elementi però rimangono secondari per la loro collocazione sulle pareti contigue alle scale che portano alla sommità della torre.

Passiamo ora all'analisi degli elementi presenti nella seconda categoria, "didascalie/pannelli espositivi" (Tabella 3), la più numerosa all'interno del museo con ben 199 elementi.

Tabella 3. *Didascalie/pannelli espositivi di Casa Boccaccio*

			Lingue		
Tipo		Quantità	Italiano	Inglese	Francese
Monolingue	14%	26	X	–	–
		1	–	–	X
Bilingue	86%	172	X	X	–
Tot.		199	X	X	–

In questa categoria troviamo sia segni monolingue (14%) sia segni bilingue (86%). In continuità con quanto osservato per gli oggetti esposti, anche gli items monolingue della sezione "didascalie/pannelli espositivi" sono prevalentemente in italiano, con la sola eccezione di una didascalia in francese.

Quanto ai 172 segni bilingue, tutti appartenenti al touchscreen collocato nella sala della biblioteca, va detto che si riscontra il solo binomio italiano-inglese. Se la scelta dell'italiano appare in linea con le altre sezioni del museo, quella dell'inglese si deve a diverse ragioni: la prima, di ordine semplicemente quantitativo, dipende dal fatto che è la lingua più utilizzata in Europa, con il 47% di europei che la usa come lingua straniera (secondo i dati dell'Eurobarometro relativi al 2023); la seconda dal fatto che l'inglese è il codice privilegiato della globalizzazione scientifico-tecnologica (Gorter, 2009: 17), ma anche artistica (Mosquera, 2010); infine, in contesti turistici eterogenei dal punto di vista linguistico, «english enjoys a privileged position, [...] becoming the de facto lingua franca» (cfr. Bruyèl-Olmedo, Juan-Garau, 2009: 386).

Presentiamo, infine, la situazione più dinamica all'interno del museo relativa alla sezione "segnali per l'accesso e la guida dei visitatori", riassunta in Tabella 4.

Tabella 4. *Segnali su supporto cartaceo per l'accesso e la guida dei visitatori a Casa Boccaccio*

		Lingue			
Tipo	Quantità	Italiano	Inglese	Francese	Tedesco
Monolingue	4	X	–	–	–
	1	–	X	–	–
	1	–	–	X	–
Bilingue	6	X	X	–	–
Trilingue	2	X	X	X	–
Quadrilingue	1	X	X	X	X
Tot.	15	86%	66%	27%	7%

Il numero ridotto di segni di questo tipo è direttamente connesso alle dimensioni di Casa Boccaccio: in base alla descrizione del museo fatta in apertura, infatti, emerge che vi sono solo la portineria, tre sale espositive – distribuite tra pianterreno e primo piano – e i locali di passaggio che portano alla torre. Ne consegue che a questa categoria appartengono solo 15 cartelli funzionali a segnalare gli orari di apertura e chiusura del museo, il costo dei biglietti e a orientare il visitatore tra le varie sale.

Analizzando i dati (Tabella 4), si evince che il 40% degli items è monolingue, con netta prevalenza dell'italiano, riscontrato in 4 cartelli sui 6 totali rappresentati. Ad esempio, è riportata esclusivamente in italiano – a danno di un visitatore non italofono –

l'informazione che avvisa del cambio di orario tra mesi primaverili-estivi e mesi autunnali-invernali.

Al secondo posto troviamo i segnali bilingue italiano-inglese (40%). Appartengono a questa categoria: il cartello esterno che segnala la presenza del museo (cfr. Figura 5); la piantina dei punti storici di interesse del borgo medievale di Certaldo Alta, collocata alla destra della porta d'ingresso del museo; i prezzi di accesso al sistema museale di Certaldo; i cartelli che indicano le varie direzioni da prendere per visitare gli ambienti.

Seguono poi un cartello trilingue (italiano-inglese-francese) e un avviso quadrilingue (italiano-inglese-francese-tedesco): si tratta rispettivamente di un'indicazione di percorso e di un divieto di salire in gruppi troppo numerosi sulle scale che conducono alla torre che analizzeremo nel prossimo paragrafo.

4. QUAL È IL RAPPORTO TRA LINGUE NEI SEGNI PLURILINGUE?

In questa sezione ci proponiamo di esaminare, secondo le linee di indagine proposte da Scollon e Scollon (2003) e Reh (2004), il rapporto nella rappresentazione tra gli idiomi negli items bilingue (italiano-inglese), trilingue (italiano-inglese-francese) e in quello quadrilingue (italiano-inglese-francese-tedesco).

Come già evidenziato in precedenza, la combinazione più frequente è quella costituita da elementi bilingue italiano-inglese, riscontrabile nelle sezioni "didascalie/pannelli espositivi" e "segnali per l'accesso e la guida dei visitatori". In tali contesti l'italiano assume il ruolo di lingua dominante: esso, infatti, è disposto sempre più in alto rispetto all'inglese e, spesso, oltre a beneficiare di una collocazione privilegiata, viene ulteriormente enfatizzato attraverso l'uso del grassetto; ciò avviene in tutti i segnali di percorso (cfr. Figura 4). L'inglese, al contrario, anche quando rappresentato con una dimensione del *font* pari a quella dell'italiano, si trova sempre in una posizione inferiore e non raggiunge mai lo stesso livello di prominenza grafica dell'italiano: lo dimostra il cartello esterno che indica la presenza del museo (cfr. Figura 5).

Figura 4. *Segnale di percorso al primo piano*



Figura 5. *Cartello esterno che indica la presenza di Casa Boccaccio*



Inoltre, secondo la classificazione proposta da Reh (2004), la strategia traduttiva predominante risulta essere quella del *duplicating*: nella maggior parte degli elementi analizzati le informazioni vengono infatti trasposte integralmente dall'italiano all'inglese.

Tuttavia, in determinati contesti – soprattutto nelle didascalie illustrative della sezione dedicata agli oggetti esposti – si riscontra una parziale semplificazione dei contenuti nella versione inglese. Un esempio emblematico è rappresentato dalla descrizione relativa alla teca contenente le "scarpette": si tratta di uno spazio che custodisce sette esemplari non accoppiati (su un totale di nove rinvenuti) di manifattura tardo-trecentesca, recuperati in seguito al bombardamento del 1944.

Nella specifica didascalia (cfr. Figura 6) il processo di riduzione informativa si concretizza attraverso: l'omissione di dati rilevanti (per es. la mancata menzione dello stato di non appaiamento delle scarpette) e la soppressione di riferimenti documentari forse ritenuti irrilevanti nella cultura della lingua di arrivo (per es. la frase "riconosciute come da verbale di consegna del 16 novembre 1977, della stessa Soprintendenza"). Tali scelte, pur non compromettendo la comprensione essenziale del contenuto, impoveriscono la stratificazione informativa e riducono l'offerta divulgativa destinata al pubblico anglofono.

Un rapporto diverso tra le due lingue emerge invece dall'analisi dei contenuti del *touchscreen* collocato nella sala della biblioteca: lo schermo approfondisce diversi aspetti della biografia e dell'attività letteraria di Boccaccio tramite l'articolazione in diverse sottosezioni ("vita e opere", "Boccaccio copista", "Boccaccio disegnatore" e "la biblioteca di Boccaccio"). A titolo esemplificativo prendiamo i due pannelli digitali dedicati alle abilità grafiche di Boccaccio – riproposti nelle Figure 7a e 7b –: le schermate presentano contenuti sostanzialmente identici nelle due lingue, senza che si rilevino omissioni, sintesi o differenze informative. Italiano e inglese, infatti, occupano gli stessi spazi, con pari rilievo grafico, segno di una precisa volontà di garantire accessibilità linguistica a un pubblico tanto locale quanto internazionale. Dal punto di vista terminologico, si osserva un equilibrio tra traduzione e conservazione: vocaboli del linguaggio comune come "segni" vengono tradotti con la parola "marks", termini più specialistici come *maniculae* sono adattati morfologicamente in inglese; *Genealogie*, quale titolo di un'opera di Boccaccio rimane in lingua originale.

Figura 6. *Didascalia nella teca delle scarpette collocata nella stanza dell'affresco*

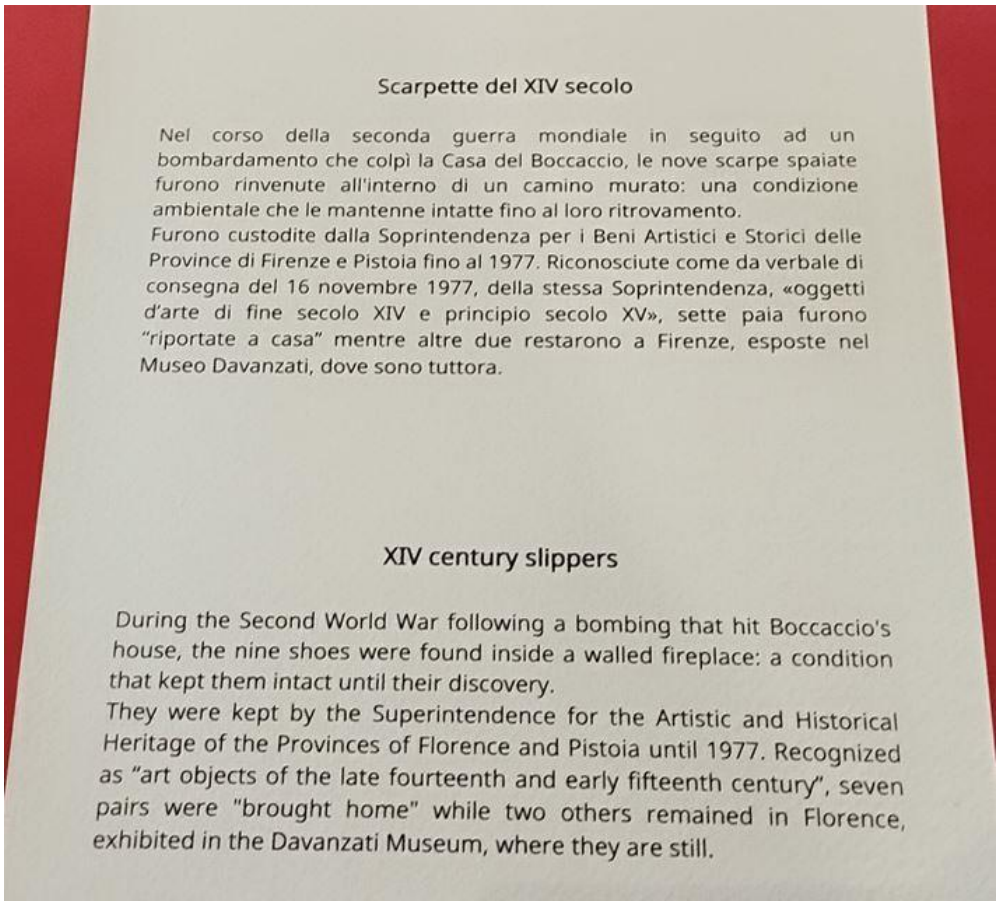


Figura 7a. *Schermata del touchscreen "Il disegnatore" nella sala della biblioteca*



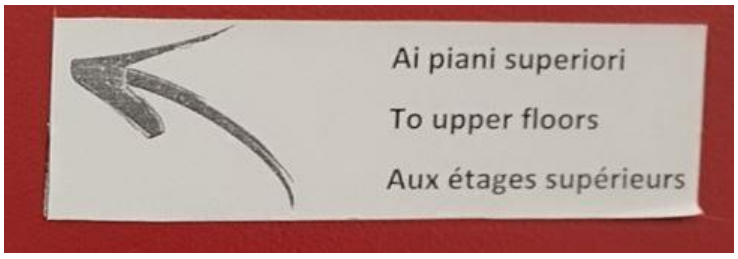
Figura 7b. *Schermata del touchscreen "Tre draughtsman" nella sala della biblioteca*



Inoltre, la funzionalità di passaggio tra italiano e inglese è accessibile non solo dalla schermata home ma anche in ogni singola scheda, grazie a un indicatore grafico a forma di pallino integrato nel touchscreen. Questo elemento circolare, posizionato in alto a destra e contrassegnato dalle sigle ITA o ENG, permette di alternare le lingue con un semplice tocco, garantendo un'interazione immediata e coerente in tutte le sezioni dell'interfaccia.

Passiamo ora all'analisi dell'unico segnale di percorso trilingue contenente italiano, inglese e francese (cfr. Figura 8): probabilmente il cartello apparteneva a un percorso espositivo precedente e non è stato omologato agli altri segnali di percorso bilingue italiano-inglese. In linea con i rilievi precedenti, l'italiano emerge come lingua dominante posta in alto; seguono gli altri idiomi rappresentati con lo stesso font, ma in posizione inferiore secondo la gerarchia inglese > francese.

Figura 8. *Segnale di percorso trilingue.*



L'unico esemplare quadrilingue situato presso il basamento della torre di Casa Boccaccio riporta il divieto di salire sulla sommità della torre stessa e riproduce, nella disposizione linguistica, la gerarchia sottesa all'interno dell'intero museo: italiano > inglese > francese > tedesco (cfr. Figura 9). Tale configurazione spaziale evidenzia la marginalizzazione del tedesco articolata su due dimensioni: innanzitutto il tedesco è

relegato all'ultima posizione sequenziale, con una salienza grafica ridotta rispetto alle altre tre lingue; parallelamente, sul piano materiale, la collocazione del pannello su un supporto improprio – la custodia di un estintore – compromette la leggibilità dell'ultima riga e quindi la comprensione integrale del messaggio per un visitatore germanofono.

La strategia traduttiva adottata nel pannello si basa sul *duplicating*: l'informazione viene replicata con tutte le informazioni in tutte le lingue presenti; inoltre, anche la modifica dell'informazione su supporto cartaceo in caratteri numerici (numero dei visitatori che può accedere alla torre) è sovrapposta in tutte le didascalie delle varie lingue.

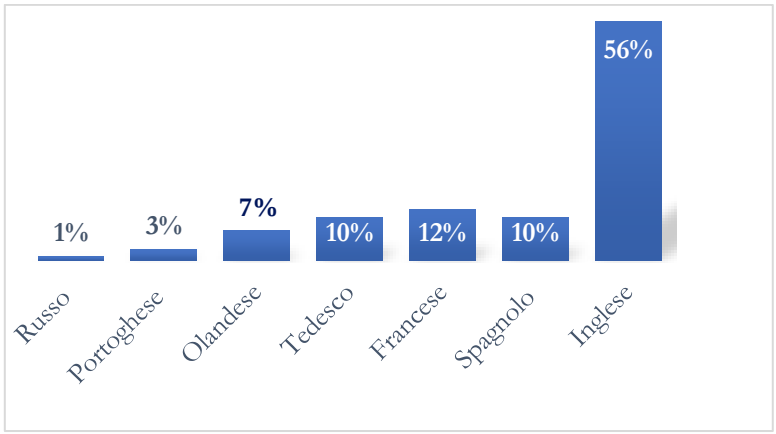
Figura 9. *Cartello di accesso alle scale della torre*



5. IL *LL* E I FLUSSI TURISTICI

Per studiare l'adeguatezza del *LL* di Casa Boccaccio rispetto ai flussi turistici che interessano Certaldo, è stato sottoposto nel mese di giugno 2024 un sondaggio in entrata ai visitatori stranieri circa la loro L1. I risultati emersi sono riassunti nel Grafico 1:

Grafico 1. *Visitatori stranieri di Casa Boccaccio divisi in percentuali secondo la L1*



I dati mostrano una marcata predominanza anglofona, con il 56% dei visitatori di madrelingua inglese, provenienti principalmente da Regno Unito e Stati Uniti. Tale dato riflette non solo il ruolo significativo che i turisti anglofoni ricoprono nel panorama del turismo globale, ma anche la buona rappresentazione dell'inglese nei materiali informativi del museo, che favorisce e attira questo specifico segmento di pubblico.

La significativa incidenza di visitatori francofoni (12%), ispanofoni (10%) e germanofoni (10%) ribadisce il ruolo dell'Italia come crocevia storico-culturale del turismo europeo. Questo fenomeno va ricondotto a due elementi fondamentali: da un lato, la contiguità geografica rende il Paese una meta privilegiata per i flussi provenienti da Francia, Spagna e Germania; dall'altro, l'impronta culturale lasciata da autori come Boccaccio sulla produzione intellettuale europea. Non sarà superfluo osservare che l'opera di Boccaccio vanta una fortuna di lunga data proprio in questi paesi: la prima traduzione in francese di Laurent de Premierfait, il *Decameron o Livre des Cent Nouvelles*, risale al triennio 1411-1414 (cfr. Cappello, 2008); è databile invece al 1429, *Lo llibre dit Decameron cognomenat Princep Galeot,* trascrizione manoscritta anonima in castigliano (cfr. Arce, 1978); nel 1460 ca. è stato esemplato *Il Decameron* nella versione di Arigo, traduzione completa in *Frühneuhochdeutsch* dell'opera di Boccaccio (cfr. Saibene, 1989).

La quota sorprendente di visitatori madrelingua olandese (7%) segnala l'esistenza di un flusso turistico *ad hoc* verso il museo, le cui origini richiederebbero ulteriori indagini. Parallelamente, le presenze lusofone (3%) e russofone (1%), pur costituendo segmenti minoritari, sono significative per la mappatura della diversificazione geoculturale dei fruitori museali.

6. CONCLUSIONI

La preponderanza dell'italiano – riscontrato nel 98% dei contenuti – a Casa Boccaccio, seppur giustificata dal ruolo fondamentale del Certaldese per la tradizione letteraria nazionale, rivela criticità nella gestione del multilinguismo. L'inglese, in qualità di lingua franca nel contesto turistico in questione, è abbastanza rappresentato, ma vi sono alcune carenze: nonostante il touchscreen nella sala della biblioteca sia un ottimo esempio di coesistenza e parità tra lingue, in alcune sezioni – soprattutto nelle didascalie – la versione anglosassone risulta impoverita rispetto a quella originale, evitando parole cariche di valenza culturale entro i confini italiani secondo un meccanismo analogo osservato nella comunicazione digitale dei musei sud-tirolesi (cfr. Lazzeretti, Gatti, 2023: 17).

Inoltre, la sottorappresentazione di francese e spagnolo emerge come dato rilevante. La presenza di soli 2 items in spagnolo in tutto il museo è fortemente inadeguata sia rispetto ai flussi culturali dei visitatori ispanofoni (10%) sia rispetto alla consolidata circolazione delle opere boccacciane nella penisola iberica. Analogamente, il francese rimane confinato a funzioni marginali, nonostante il cospicuo afflusso di turisti francofoni (12%) e i collegamenti tra Boccaccio e la tradizione umanistica transalpina. Ne consegue che la strategia di comunicazione multilingue del museo dovrebbe essere rivista e articolata su tre direttrici principali.

Per ottimizzare l'accessibilità, è auspicabile l'adozione di un sistema multilingue (francese, spagnolo, tedesco) da affiancare all'italiano e all'inglese. L'uniformità delle informazioni dovrebbe essere garantita in tutti i punti chiave: ingressi, servizi igienici, percorsi espositivi e, in particolare, nelle aree sensibili come le uscite di emergenza.

Per la sezione "oggetti esposti" andrebbe previsto un testo breve in italiano e inglese, rivolto a tutti i visitatori, con l'obiettivo di fornire informazioni essenziali in modo immediato. Si dovrebbe offrire anche un testo in francese, spagnolo e tedesco, rivolto ai gruppi linguistici più rappresentati, permettendo una fruizione più approfondita dei

contenuti; per non appesantire lo spazio museale, già ridotto, si potrebbero prevedere traduzioni digitali accessibili tramite QR *code*.

Infine, per la sezione "didascalie/pannelli" si dovrebbero prevedere dei pannelli digitali multilingue: i tradizionali pannelli cartacei potrebbero essere sostituiti con schermi touchscreen che permetterebbero ai visitatori di selezionare la lingua preferita tra italiano, inglese, francese, spagnolo, tedesco.

La sinergia degli interventi – segnaletica multilingue, testi differenziati e supporti digitali – non solo amplierebbe l'accessibilità culturale, ma permetterebbe una personalizzazione dell'esperienza, rispondendo alle esigenze di un palco visitatori sempre più linguisticamente eterogeneo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Arce J. (1978), "Boccaccio nella letteratura castigliana", in Mazzoni F. (a cura di), *Il Boccaccio nelle culture e nelle letterature nazionali*, Olschki, Firenze, pp. 63-105.

Backhaus P. (2006), "Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 52-66.

Baratta A. F. L. (2009), "Ristrutturazione di Casa Boccaccio a Certaldo (FI)", in *Costruire in Laterizio*, 129, pp. 50-55.

Ben-Rafael E., Shohamy E., Hasan Amara M., 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.

Blackwood R., Macalister J. (2019), *Multilingual memories: Monuments, museums and linguistic landscape*, Bloomsbury, London.

Bruyèl-Olmedo A., Juan-Garau M. (2009), "English as a lingua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arenal in Mallorca", in *International Journal of Multilingualism*, 6, 4, pp. 386-411.

Cappello S. (2008), "Le prime traduzioni francesi del *Decameron*: Laurent de Premierfait (1414), Antoine Vérard (1485) e Antoine Le Maçon (1545)", in Peron G. (a cura di), *Premio "Città di Monselice" per la traduzione letteraria e scientifica*, 36-37, il Poligrafo, Padova, pp. 203-220.

Frosini G. (2014), "'Una imaginetta di nostra donna'. Parole e cose nel testamento volgare di Giovanni Boccaccio", in *Studi sul Boccaccio*, 42, pp. 1-24.

Gennari M., Bruscoli G. (2012), "Conservazione e valorizzazione della casa museo di Giovanni Boccaccio in Certaldo Alto", in *Techne*, 3, pp. 172-185.

Gorter D. (2006), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon.

Gorter D. (2009), "The linguistic landscape in Rome: aspects of multilingualism and diversity", in Bracalenti R., Gorter D., Santonico Ferrer C. I., Valente C. (a cura di), *Roma multietnica. I cambiamenti nel panorama linguistico*, Edup, Roma, pp. 15-55.

Hult F. M. (2009), "Language ecology and linguistic landscape analysis", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, London, pp. 88-104.

Kelly-Holmes H., Pietikäinen S. (2016), "Language: A challenging resource in a Museum of Sámi Culture", in *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16, 1, pp. 24-41.

Lazzeretti C., Gatti M. (2023), "English in museum communication: the case of multilingual South Tyrol", in *ESP Across Cultures*, 19, pp. 1-20.

Mosquera G. (2010), "Walking with the Devil: art, culture and internationalization", in Anheier H., Yudhishthir R. I. (eds.), *Cultural expression, creativity and innovation*. *The cultures and globalization*, Sage Publications, London, pp. 47-56.
Nugent T. (1756), *The Grand Tour, or, a journey through the Netherlands, Germany, Italy and France*, Brown, London.
Prentice R. (2001), "Experiential cultural tourism: Museums and the marketing of the new romanticism of evoked authenticity", in *Museum Management and Curatorship*, 19, 1, pp. 5-26.
Regnicoli L. (2013), "I testamenti di Giovanni Boccaccio", in De Robertis T., Monti C. M., Petoletti M., Tanturli G., Zamponi S. (a cura di), *Boccaccio autore e copista*, catalogo della mostra, Firenze, Biblioteca Medicea Laurenziana (11 ottobre 2013 - 11 gennaio 2014), Mandragora, Firenze, pp. 387-393.
Reh M. (2004), "Multilingual writing: A reader-oriented typology – with examples from Lira Municipality (Uganda)", in *International Journal of the Sociology of Language*, 170, pp. 1-41.
Robinson-Jones C. (2024), "Linguistic landscapes of intangible cultural heritage museums representing minority languages: the case of the 'Gerhard Rohlfs' Museum of the Calabrian Greek Language", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, online number, pp. 1-19: https://doi.org/10.1080/01434632.2024.2387152.
Saibene M. G. (1989), "La traduzione del *Decameron* di Arigo e la ricezione del Boccaccio in Germania nella seconda metà del '400", in ead. (a cura di), *Sulla traduzione letteraria. Contributi alla storia della ricezione e traduzione in lingua tedesca di opere letterarie italiane*, Cisalpino Goliardica, Milano, pp. 119-171.
Santagati P. (2006), *Giardini celesti, giardini terrestri.* Atti del Convegno, Certaldo Alta (29 maggio 2004), Nuova Grafica Fiorentina, Firenze.
Scollon R., Scollon S. W. (2003), *Discourse in Place: Language in the material world*, Routledge, London.
Turrini P. (2013), "Il testamento di Giovanni Boccaccio e la sua teca. La donazione del conte Scipione Bichi-Borghesi all'Archivio di Stato di Siena", in *Bullettino Senese di Storia Patria*, 120, pp. 200-216.
Xiao R., Lee C. (2022), "English in the linguistic landscape of the Palace Museum: a field-based sociolinguistic approach", in *Social Semiotics*, 32, 1, pp. 95-114.

PLURILINGUISMO, ICONICITÀ E PRATICHE COMUNICATIVE NEI CONTESTI PENITENZIARI ITALIANI

Viola Monaci[1]

1. INTRODUZIONE

I detenuti stranieri costituiscono il 32% della popolazione ristretta italiana, contribuendo a definire un contesto 'superdiverso' (Vertovec, 2007; Barni, Vedovelli, 2011), caratterizzato da plurilinguismo e da pluriculturalismo (Benucci, Grosso, 2015), nonché da una marcata eterogeneità identitaria che contribuiscono a rendere lo spazio linguistico e culturale del carcere poliedrico ed eteroglosso. La percentuale risulta correlabile a fenomeni di convivenza forzata, contatto tra codici differenti e pluralità di risorse espressive; anche se il 'plurilinguismo storico', la 'tridimensionalità' dello spazio linguistico tipico dell'Italia postunitaria (italiano, dialetti, varietà, idiomi delle minoranze di antico insediamento) è presente fin dai tempi dell'unificazione (De Mauro, 1983).

Si presentano in questo contributo i risultati di un'indagine sugli elementi di plurilinguismo e di iconicità rilevati all'interno dello spazio visivo e d'uso di alcuni Istituti Penitenziari in Toscana, Umbria e Triveneto, il panorama iconico penitenziario (graffiti e murales), definito come *Linguistic Jailscape* (d'ora in avanti LJ).

Il LJ è stato analizzato prima in diacronia per poi arrivare a comprendere i repertori linguistici oggi presenti che prevedono da una parte la predominanza della lingua italiana, dei dialetti o di varietà linguistiche, dall'altra le forme gergali e le L1 dei detenuti stranieri. L'analisi ha permesso di comprendere la dimensione carceraria, l'uso "sociale" del muro come supporto alla scrittura e alla comunicazione plurilingue fra detenuti e personale, e la funzione semiotica di elementi che, in un contesto istituzionale, difficilmente troverebbero spazio (Paris, 2021). Come nel passato, gli spazi del carcere fungono da lavagna per interventi che possono avere vita breve o restare nel tempo come traccia delle identità di coloro che li hanno prodotti. Essi offrono narrazioni e dialoghi fra lingue, linguaggi e culture, riflettendo il senso del vissuto interiore dei detenuti, della rappresentazione del sé, di un utilizzo sociale della parete come testimonianza di comunicazione condivisa e di trasmissione plurilinguistica e pluriculturale.

2. RIFERIMENTI STORICI

Attraverso una breve analisi diacronica delle rappresentazioni di segni di diversa natura presenti sulle pareti penitenziarie, questo paragrafo intende avvicinare il lettore alla riflessione sui meccanismi e sul sistema detentivo che hanno portato ad approfondire questo aspetto e, allo stesso tempo, a contestualizzare l'oggetto della presente ricerca. Propone altresì considerazioni più generali sull'uso "sociale" dei muri come supporto alla scrittura e come veicolo di comunicazione fra detenuti/e e detenuti/e e fra detenuti/e e personale. Infine, cerca anche di offrire un'interpretazione del ruolo delle immagini

[1] Università per Stranieri di Siena.

disegnate nel favorire la devozione, nel siglare atteggiamenti di sostanziale consenso o, al contrario, di resistenza, di chi per periodi più brevi o lunghi vi ha soggiornato.

I graffiti lasciati dai prigionieri nelle celle del complesso storico di Palazzo Chiaromonte (Steri) e delle carceri filippine a Palermo, della Torre Grimaldina del Palazzo Ducale a Genova, del carcere pretorio di Vicopisano e delle segrete del Torrone a Bologna, rappresentano preziosi e interessanti esempi di *wall writing*, di scrittura muraria carceraria, dell'età moderna europea[2]. In occasione delle visite in queste antiche sedi carcerarie si è potuto ammirare l'illustrazione di ogni locale, la sua originaria funzione e la sua disposizione che ha permesso di unire il presente al passato, i luoghi delle testimonianze di ieri con quelli di oggi. È fin da subito emerso il senso di disperazione con cui i prigionieri dovevano convivere, attestato dalla ricca concentrazione di immagini e testi che ricoprono da cima a fondo le pareti delle celle: un ultimo appiglio utilizzato dai/dalle detenuti/e contro l'afflizione e la solitudine.

A partire dalla lettura della storiografia di riferimento (Münter, 1790; Pitré, 1940; Sciascia, 1977; Sciuti Russi, 2005, 2007; Messana, 2006) si è potuto riflettere sugli effetti del carcere e sul vissuto di coloro che vi erano reclusi, ammirando e percependo le "urla senza suono" (Civale, 2017: 252) impresse nelle pareti delle prigioni. L'utilizzo e la funzionalità "sociale" delle pareti delle prigioni e lo spazio grafico come supporto per la scrittura, oltre al ruolo che hanno le immagini, costituiscono un terreno di ricerca ricco di prospettive interdisciplinari e un serbatoio di memoria.

Dalle prime testimonianze e catalogazioni sulle figure e sulle scritte incise sui muri delle celle delle prigioni, sono scaturite importanti riflessioni sugli antichi graffiti (Lovata, Olton, 2016): a partire dalle scritte parietali pompeiane fino alla raccolta delle iscrizioni su numerosi monumenti, testimonianze che però mantenevano alla base dei loro studi un radicato pensiero di vandalismo senza attribuzione di una minima rilevanza storica.

Tuttavia, a partire dagli anni Settanta del secolo scorso, l'affermazione e il riconoscimento delle arti di strada e la diffusione del graffitismo come fenomeno di massa, e singolare espressione della moderna cultura metropolitana, ha indotto gli studiosi di fenomeni sociali a porre maggiore interesse sui precedenti storici dell'utilizzo delle mura come supporto di immagini e messaggi informali (Petrucci, 1986; Chartier, 2006; Burke, 2002, 2006). Tra i successivi studi quello di Carlo Tedeschi (2014), in particolar modo, ha mostrato come tra il secolo XIII e il XIV si sia prodotto un cambiamento epocale che investì i luoghi, i contenuti e le forme della scrittura parietale.

Un fenomeno che si è enfatizzato nella prima età moderna, momento in cui disegni e iscrizioni hanno visto un loro incremento sulle facciate e sulle pareti interne dei palazzi civici e religiosi, per le strade e negli spazi privati, e sono divenuti supporti per una scrittura e un disegno realizzato da autori diversi per potere, posizione sociale e cultura, i quali hanno trovato sulle pareti luogo e modo per lasciare un attestato della loro presenza o per offrire ai loro casuali osservatori un messaggio.

La diffusione delle testimonianze di scrittura parietale in questo periodo ha portato a considerare ormai superata la tradizionale definizione di graffiti come scritte o disegni spontanei, non ufficiali, eseguiti senza o contro la volontà delle autorità. Considerazioni che possono abbracciare anche le documentazioni sull'utilizzo dei muri, a partire da quelle delle prigioni storiche di Palazzo Steri e della Torre Grimaldina, come superfice di scrittura di quei graffiti ricchi di brevi aforismi e componimenti poetici sulla sofferenza della prigionia. Tuttavia, la prigione si è senza dubbio rivelata il luogo maggiormente idoneo perché i muri diventassero supporto per la scrittura e il disegno: i graffiti carcerari, per la loro frequenza e peculiarità, costituiscono non soltanto un supporto per la comunicazione ma anche una strategia di sopravvivenza (Benucci, Grosso, 2018) per

[2] Una ulteriore collezione è custodita nella Torre di Londra, con nomi o sigle di oltre trecento prigionieri realizzati tra la metà del Quattrocento e il secolo seguente.

coloro che vengono privati della propria libertà e rischiano la perdita della propria identità a causa di una condanna a un lungo periodo di detenzione, con accesso limitato alla carta e costretti a ricorrere alla parete come unica superfice possibile per registrare il loro passaggio, le proprie vicende, il loro desiderio di fuga o di corrispondenza con altri individui, le proprie credenze, i propri sogni e per dare un senso di familiarità all'interno di un ambiente vuoto e ostile. Testimonianze che evidenziano il legame che c'è fra il detenuto e l'esperienza della detenzione.

Per questa ragione i graffiti carcerari contemporanei, pur nell'evoluzione del linguaggio e del costume, conservano elementi simili a quelli più antichi. Il fattore emulativo tra gli autori di graffiti, per esempio, risulta fondamentale nel determinare le caratteristiche d'insieme di tutte le iscrizioni: se a Londra la maggior parte dei graffiti è costituita da "firme", a Palermo prevalgono disegni e immagini devote. La mancanza di attribuzioni, che ostacola in maniera significativa l'identificazione degli autori dei graffiti, è motivata, con tutta probabilità, dalla natura di quel carcere, un tipo di prigione che almeno in teoria doveva distinguersi per il rigore del regime di isolamento e per la stretta vigilanza sui/sulle detenuti/e i quali, pertanto, potevano essere indotti a optare per l'anonimato anche quando lasciavano la loro testimonianza sulle pareti, nel timore di essere ulteriormente perseguiti o per non conservare memoria della propria infamia.

La parete rimaneva il supporto più facilmente utilizzabile per l'espressione e la registrazione dei propri stati d'animo: come dimostra la densità delle iscrizioni in alcune celle, i prigionieri vi si dedicarono non risparmiando «nelle pareti spazio, sia pur minimo [...]. Ognuno vi ha lasciato traccia della propria pena, dei propri pensieri» (Sciascia, 1977: 4). L'opportunità di intervenire sui muri però non era limitata dal possesso di competenze culturali o dalla minore o maggiore sorveglianza, bensì dall'ingegno e dalla conoscenza di metodi di preparazione delle materie usate per dipingere, vista la scarsa reperibilità delle stesse: soltanto in pochi avevano la possibilità di procurarsi dei colori dall'esterno, solo i più facoltosi potevano ottenere tinte e inchiostro.

I graffiti, per la loro stessa imponenza, non potevano essere ignorati dai carcerieri e dunque doveva esistere una certa tolleranza nei confronti di queste manifestazioni: i giudici di fede erano certamente consapevoli dell'intensa attività di decorazione muraria dei reclusi ma la accettavano come un fenomeno connaturato al regime detentivo.

A tal proposito, si ipotizza che in tempi remoti, come ancora oggi, il carcere funzionasse già come prima scuola per i/le detenuti/e provenienti da paesi diversi o che non avevano avuto modo di ricevere un'istruzione scolastica, arrivando ad apprendere attraverso diversi mezzi (graffiti, documenti burocratici, comunicazione orale) una lingua per sopravvivenza.

Molti graffiti, o almeno alcuni tra di essi, sembrano parlare della visione del mondo e del vissuto interiore dei prigionieri: un modello del tutto particolare di scrittura del sé che avrebbe tra i propri tratti specifici il contesto di privazione ed emarginazione della realizzazione, un connotato condiviso con quasi tutta la letteratura carceraria. Un altro aspetto caratterizzante risiederebbe nel fatto che, in un luogo come la prigione, le pratica di scrivere sui muri rispondeva comunque a un utilizzo sociale della parete di scrittura, a una fruizione collettiva del graffito, connaturata al suo essere "scrittura esposta", che rendeva l'offerta della propria testimonianza non solo occasione di rivendicazione personale ma strumento di comunicazione nei confronti degli altri individui che occupavano, o avrebbero occupato, la medesima cella.

Gli studi che documentano la ricchezza iconica e linguistica delle prigioni hanno avuto fin da subito una forte affinità con le ipotesi della presente ricerca. La presenza di manifestazioni pittoriche, di graffiti e segni che riportano testi in diverse lingue, dialetti o varietà regionali presenti negli spazi di detenzione, conferma ancora oggi il passaggio di

individui provenienti da paesi differenti e la funzione del carcere come luogo di trasmissione di conoscenze e di forme di plurilinguismo (Benucci, Grosso, 2015).

3. OBIETTIVI, IPOTESI, METODOLOGIA, CONTESTO DI RICERCA

All'interno di questo paragrafo vengono presentati gli obiettivi e le domande di ricerca, il quadro metodologico, il *setting* della ricerca, nonché il contesto specifico, i soggetti informanti e gli strumenti di rilevazione dei dati.

3.1. *Obiettivi e domande di ricerca*

La ricerca aveva come obiettivo lo studio dei linguaggi attraverso cui si realizzano gli scambi comunicativi all'interno del sistema penitenziario e che coinvolgono tutte le figure che vi risiedono e vi operano al suo interno: persone detenute, sia italiane che straniere; varie figure fra gli operatori penitenziari; polizia penitenziaria; docenti della scuola o universitari e volontari. Si tratta di una mappatura del panorama linguistico, culturale e visivo del contesto penitenziario, attraverso le parole e le immagini, cioé *Linguistic Jailscape*. L'obiettivo specifico è stato quello di indagare e comprendere l'esistenza di un *we-code* carcerario (Ferrero, 1972), composto da codici linguistici e non linguistici, e di verificare la sua eventuale spendibilità per una didattica della lingua italiana come L2 che sia inclusiva e destinata ad un pubblico "svantaggiato".

Dato lo specifico contesto comunicativo e a partire dalla letteratura di riferimento esistente sono state avanzate alcune considerazioni che hanno portato a formulare alcune domande di ricerca alle quali dare risposta:

- Domanda di ricerca 1. Quale è la specificità della comunicazione in ambito penitenziario dovuta all'integrazione di codici espressivi differenti in particolare rapporto con le immagini di diversa natura e graffiti o murales che sono presenti/prodotti in ambito penitenziario, e quali funzioni hanno?
- Domanda di ricerca 2. Si possono individuare fenomeni di *code-mixing*?
- Domanda di ricerca 3. Potrebbero queste modalità comunicative specifiche del carcere rappresentare un primo approccio alla lingua italiana per molti/e detenuti/estranieri/e?

3.2. *Metodologia*

La ricerca nasce dalla possibilità di conoscere più da vicino le strutture penitenziarie, grazie alla collaborazione attiva nell'ambito delle attività svolte con il Polo Universitario Penitenziario dell'Università per Stranieri di Siena e ad alcuni progetti di ricerca che hanno fornito lo stimolo per conoscere più a fondo certe dinamiche comunicative che erano state osservate fin dai primi ingressi negli Istituti Penitenziari. Venendo a contatto diretto con la popolazione detenuta e il personale penitenziario, e per esplicita volontà dei Dipartimenti di Amministrazione Penitenziaria di Toscana, Umbria e Triveneto, si è avuta infatti l'occasione di constatare l'occorrenza di usi linguistici, plurilinguistici e pluriculturali propri del luogo e riconosciuti come tratti caratteristici degli ambienti detentivi, nonché ancora, a quanto pare, ad essi circoscritti. Tale constatazione, unita alla consapevolezza della presenza di varie forme di linguaggio – compresi i sottocodici e il

gergo carcerario, oggetto di una riforma terminologica (Circolare DAP 31/07/2017) – ha suscitato l'interesse per una più approfondita riflessione e attività di ricerca sul campo.

Il presente lavoro è servito, inoltre, a effettuare una più recente mappatura dello spazio linguistico degli Istituti Penitenziari rispetto ad altre indagini passate come quella di Benucci e Grosso (2015), indagando la composizione della popolazione residente e operante al suo interno e la relativa biografia linguistica: questo ha permesso di correlare le variabili extralinguistiche riscontrate alle pratiche comunicative oggetto d'interesse. Si è scelto di concentrarsi, data la moltitudine di codici a disposizione dei parlanti (lingua italiana, lingue immigrate, lingue franche, varietà, dialetti, lingue di minoranza, sottocodici), sulla variabilità espressiva e sugli usi linguistici della popolazione ristretta in relazione all'ambiente in cui risiede ed agli interlocutori. In relazione agli usi linguistici si è altresì voluta approfondire la questione inerente alla riforma lessicale del DAP in termini di frequenza d'uso, percezione dei parlanti, e problematiche di attuazione della stessa, questione che può dare adito ad interessanti spunti di riflessione circa la permeabilità dei processi di mutamento linguistico che hanno luogo entro tale contesto (Monaci, 2024)

L'impianto metodologico di ricerca si è articolato in sette specifiche fasi.

La Fase 1 è stata dedicata allo studio della letteratura scientifica di riferimento degli ambiti di interesse del *Linguistic Landscape*, della Sociolinguistica, della Didattica della lingua italiana a stranieri "inclusiva", degli studi sul plurilinguismo e la presenza di lingue di contatto in carcere, degli studi sulla comunicazione in carcere, dei documenti normativi italiani ed europei sul carcere. Si sono anche analizzati i corpora di raccolte gergali sul carcere esistenti in forma cartacea e digitale e i caratteri più salienti dei contesti svantaggiati, principalmente per il loro essere caratterizzati da uno svantaggio linguistico. Per delineare l'esatto contesto della ricerca e lo studio della letteratura di riferimento sono stati usati vari studi, in particolare Cosentino (2013), Coveri, Benucci e Diadori (1998), D'Agostino (2012). Inoltre, hanno svolto un ruolo importante anche i progetti, le attività di ricerca e i relativi risultati realizzati in questo settore.

La Fase 2, quella della presa dei contatti con i Provveditorati Regionali dell'Amministrazione Penitenziaria (PRAP) per la Toscana, l'Umbria e il Triveneto, al fine di ottenere le autorizzazioni necessarie, e con i singoli Istituti Penitenziari selezionati ha richiesto molto tempo.

Nella Fase 3 si è sistematizzata la metodologia di raccolta e analisi dei dati, che è servita all'implementazione e sperimentazione degli strumenti e per la rilevazione dei dati. Nello specifico si è fatto riferimento al *Mixed Methods* (Creswell, Plano Clark, 2007; Greene, Caracelli, Graham, 1989; Morgan, 1998; Tashakkori, Teddlieh, 1998), in grado di combinare metodi di ricerca complementari, quantitativi e qualitativi, seguendo lo schema specifico dell'*Explanatory Design* (Heigham, Croker, 2009).

Per l'impostazione del database della Fase 4 di analisi sono state utilizzate le funzioni di Excel che ha permesso di effettuare interrogazioni per ottenere informazioni specifiche e analizzare i dati in modo più approfondito. Il database è stato impostato secondo alcune categorie di analisi: "Sezione" per le diverse parti tematiche che suddividono il questionario; "Istituto" per poter effettuare un'analisi mirata differenziando gli Istituti indagati; "Individuo" per permettere un approfondimento più capillare delle risposte fornite da ogni informante pur rispettandone l'anonimato; "ID Domanda" per riuscire, attraverso l'impostazione di un filtro, a elaborare ed incrociare i dati dei nodi di analisi individuati; "Domanda" per avere sempre visione dell'item richiesto; "Risposta", indicato in più celle di riferimento, per permettere l'inserimento anche delle domande a risposta multipla, oltre che quelle aperte che poi sono state categorizzate; "Blank" per le domande alle quali non è stata fornita alcuna risposta. A seguire, nel secondo foglio di lavoro, si è proceduto ad impostare ogni singola analisi degli item e la sua rappresentazione grafica.

Alle Fasi 5, 6 e 7 si riserva un più ampio respiro nel paragrafo successivo, relativo all'analisi e all'interpretazione dei dati, e in quello dedicato alle riflessioni conclusive.

Sarà opportuno, in prospettiva, estendere l'indagine a un campione più ampio di Istituti e di parlanti, per verificare l'eventuale sistematicità di tratti linguistici e percezioni comuni nel panorama penitenziario italiano.

3.3. *Contesto*

Le Regioni in cui è stata svolta la mappatura sociolinguistica e socioculturale sono Toscana, Umbria e Veneto. In particolare, gli Istituti Penitenziari coinvolti nella ricerca – sette fra Case Circondariali e Case di Reclusione – includono sei strutture maschili e uno femminile. La scelta degli Istituti da coinvolgere nella ricerca è stata dettata dai PRAP, selezionati sulla base della presenza più o meno numerosa di detenuti/e stranieri/e e sulla base delle condizioni di fattibilità della raccolta dei dati all'interno di ciascun Istituto: in carcere infatti ogni attività svolta aggiuntiva a quella ordinaria comporta la necessità di coinvolgere risorse umane che, come si vedrà più avanti, scarseggiano all'interno del contesto penitenziario. Un ruolo non secondario nella scelta dei contesti da indagare è stato giocato dalla disponibilità dei singoli Istituti a far entrare un ricercatore al proprio interno, alcuni di quelli inizialmente individuati non hanno infatti acconsentito allo svolgimento dell'attività di ricerca o lo hanno consentito solo parzialmente, come nel caso della Casa di Reclusione "Pasquale De Santis" di Porto Azzurro che ha permesso la sola raccolta di materiale fotografico.

I soggetti che hanno permesso la fattibilità della ricerca (PRAP Toscana, Umbria, Triveneto e Direzioni degli Istituti di pena) hanno invece collaborato alla sua realizzazione: la collaborazione di ogni singolo Istituto ha permesso di svolgere un'indagine approfondita e a tutto tondo sugli aspetti di interesse del progetto coinvolgendo, attraverso la somministrazione degli specifici strumenti di ricerca, i vari soggetti presenti e operanti al suo interno (detenuti/e, operatori penitenziari e personale di polizia penitenziaria).

La scelta del setting è dovuta anche alla forte presenza di detenuti/e stranieri/e che, come anticipato, costituiscono circa il 32% della popolazione reclusa totale a livello nazionale, un ambiente che merita a pieno titolo la qualifica di contesto "superdiverso", ma la situazione si differenzia da regione a regione:

- in Toscana sono presenti 16 Istituti in cui sono recluse 2.963 persone, di esse 1.363 sono stranieri (46%), ma è anche la Regione con il maggior numero di detenuti stranieri in semilibertà2 (60);
- in Umbria sono presenti 4 Istituti in cui sono recluse 1423 persone, di esse 434 sono stranieri (30%), ma è anche la Regione con un evidente tasso di sovraffollamento;
- in Veneto sono presenti 9 Istituti che ospitano 2435 persone, con un netto tasso di sovraffollamento, quasi il 50%, e una forte presenza di donne (125).

A ciascuno Istituto è stato assegnato un codice identificativo (IST.1-IST.) per garantire anonimia e tracciabilità interna alla ricerca.

3.4. *Informanti*

La scelta della tipologia di informanti detenuti/e è avvenuta cercando, da un lato, di rispettare la proporzione tra persone 'native' e straniere presenti tra la popolazione detenuta degli Istituti selezionati, dall'altro, cercando di conciliare le esigenze

organizzative degli operatori delle singole strutture penitenziarie e delle attività che vengono svolte al loro interno. Per quanto riguarda le persone detenute straniere non sono stati selezionati soggetti con un livello soglia minimo di lingua italiana, ma sono stati scelti a seconda della disponibilità, come anche per quelle italiane, determinando così il numero di soggetti da inserire nello studio. Gli informanti sono 95 fra uomini e donne, nativi/e e non nativi/e, su una popolazione complessiva che raggruppa le seguenti provenienze: Albania, Cina, Marocco, Nigeria, Romania, Tunisia in primo luogo, a seguire Algeria, Egitto, Gambia, Georgia, Kosovo, Moldavia, Pakistan, Perù, Senegal, Serbia, Ucraina. Il quadro biografico, linguistico e formativo degli informanti è stato ottenuto tramite la somministrazione di un questionario.

Per quanto riguarda la tipologia di informanti operatori penitenziari (articolati in cinque aree: pedagogica, sicurezza, sanitaria, amministrativo contabile e segreteria) e agenti di polizia penitenziaria, si è ritenuto opportuno valutare la disponibilità di ognuno al momento della somministrazione orale della traccia di intervista, nella maggior parte dei casi sottraendo tempo durante l'orario di lavoro, o in alternativa approfittando di un cambio turno o di un momento di pausa. Alla somministrazione hanno partecipato 23 soggetti, tra uomini e donne, ricoprenti differenti ruoli all'interno delle strutture penitenziarie oggetto d'indagine.

Infine, per la tipologia di informanti docenti e volontari, operanti in diversi Istituti Penitenziari per tipologia e per territorio, come anche quella dei cittadini del mondo "libero" in Italia, Spagna, Francia e Austria, si è dovuto ricorrere alla somministrazione online dei questionari a causa dell'impossibilità di ottenere una lista di contatti negli Istituti autorizzati dai PRAP nel primo caso, e della difficoltà di incontri in presenza nel secondo caso.

3.5. *Strumenti di ricerca*

Gli strumenti di indagine implementati sono stati primariamente impostati per procurarsi i dati di riferimento rispetto ad una realtà molto studiata da vari settori scientifici, in particolare quelli di psicologia, sociologia, giurisprudenza, criminologia, ma ancora poco conosciuta sotto specifici aspetti come l'oggetto di questa ricerca. Gli strumenti di raccolta dati prodotti sono di tre tipologie, oltre ai moduli *Google Form*:

1. questionari;
2. traccia di intervista semi-strutturata;
3. vademecum[3] per la raccolta di materiale fotografico.

I primi due strumenti sono stati pensati ed implementati per essere somministrati ai principali soggetti coinvolti nella ricerca e sulla base dei loro profili: persone detenute sia italiane che straniere – tradotto in alcune lingue di maggiore veicolazione negli Istituti coinvolti – docenti e volontari, operatori penitenziari e personale di polizia penitenziaria.

Oltre a questi, fra i questionari implementati uno è stato specificatamente pensato e sviluppato per essere destinato a cittadini del "mondo libero" in Italia, Francia, Spagna e Austria, e per i quali è stata prevista la traduzione in lingua nazionale dei quattro Paesi nei quali è stato distribuito, ma per problemi di tempistiche non è stato inserito fra quelli analizzati.

Per quanto concerne i questionari rivolti a tutte le categorie di informanti, la maggior parte degli item è a risposta chiusa, salvo nei casi in cui era necessario ai fini della ricerca raccogliere informazioni di tipo qualitativo come dalla D.28 alla D.48, domande relative

[3] Sebbene il termine risulti parziale è stato così denominato dal PRAP. Il documento originale contiene le istruzioni per la raccolta dei dati e il database costruito.

alla raccolta del gergo carcerario e alla descrizione del panorama linguistico e culturale (murales, graffiti, poster, foto, documenti vari, ecc.) presente negli spazi di condivisone (aule, biblioteca, corridoi, teatro).

Anche nel caso del questionario rivolto ai cittadini, oltre alle domande a risposta chiusa, sono state previste delle domande qualitative in riferimento alla percezione rispetto ai temi della criminalità, dell'immigrazione – detenzione, disseminazione (film, documentari, ecc.) e sensibilizzazione (giornate di incontro con scuole, cittadini).

Tutti gli strumenti sono concepiti in ogni loro parte per essere somministrati in modalità anonima, previa compilazione di una liberatoria da parte degli informanti, e ciascuno preceduto da una premessa sullo scopo della ricerca, gli obiettivi dello strumento e le modalità di raccolta e analisi dei dati.

Dall'analisi degli indicatori e delle variabili descritti sopra è emerso che il *Jailscape* è un panorama molto vasto e complesso, composto da un insieme di segni sia linguistici che semiotici che prendono parte del sistema visivo dello spazio detentivo. Pertanto non si è ritenuto sufficiente limitarsi ad un'analisi quantitativa delle immagini, ma piuttosto si è deciso di dare un più ampio spazio di approfondimento qualitativo degli elementi descrittivi, funzionali, linguistici, culturali e religiosi di un corpus di segni raccolto molto interessante e di carattere estremamente innovativo.

4. Risultati. Rappresentazioni iconiche e linguistiche

È elemento di forte interesse del presente lavoro, come anticipato, dedicare un'analisi specifica alle illustrazioni e scritture esposti nei contesti penitenziari selezionati. I dati raccolti per questa parte di analisi sono essenzialmente qualitativi perché composti dall'acquisizione di immagini fotografiche digitali di segni, graffiti e murales.

Su un totale di 135 immagini raccolte, 63 si trovano solo all'interno dell'IST.6, costituendosi come un caso particolare perché si è potuto acquisire i reperti in tutti gli spazi detentivi, ma non solo, si evidenza la generosa collaborazione del personale penitenziario che lo ha permesso e la sua evidente apertura ad accogliere queste tipologie di rappresentazioni distanti dalla natura stessa del contesto. Secondariamente, l'IST.5 è numericamente la seconda struttura nella quale si è raccolto più materiale, anch'essa per la sua conformazione risulta essere più favorevole ad accogliere forme espressive di varia tipologia.

La densità numerica di immagini raccolte, seppur non cospicua, porta in primo luogo a riflettere in relazione a tre elementi importanti di ogni Istituto: la tipologia della struttura, l'estensione in termini territoriali e la sicurezza. Il primo e il terzo elemento sono strettamente legati agli Istituti 1, 2, 3 e 7 nei quali non si è potuto osservare e acquisire immagini fotografiche in tutte le zone della struttura per motivi sia organizzativi che di sicurezza e all'interno delle quali le rappresentazioni grafiche o pittoriche scarseggiano. Il secondo elemento invece è collegato agli Istituti 4 e 6 nei quali per motivi di ampiezza a livello territoriale delle strutture (metratura, numerosità sezioni e spazi comuni, più tipologie di pena dei detenuti) non è stato possibile completare l'osservazione e la raccolta dei segni.

Avendo, come anticipato, impiegato come base di partenza il modello del *Linguistic Landscape* e l'approccio geosemiotico, si è ritenuto opportuno analizzare in primis la conformazione del *Jailscape* indicando la collocazione fisica dei segni all'interno degli Istituti Penitenziari: corridoio, biblioteca, aule didattiche, stanza colloqui, spazi esterni. Si tiene a sottolineare che sotto l'etichetta "Altro", sono stati inclusi eventuali ulteriori spazi (bar, teatro, camere di pernottamento, palestre), non osservati in tutte le strutture visitate, e nei quali è stata rilevata una sola occorrenza negli ambienti dedicati alle pratiche

amministrative (uffici e direzione). Sotto l'etichetta "Esterno" invece, è incluso ciò che appare visibile fuori dalle strutture, che si tratti di spazi dedicati all'ora d'aria, ai campi sportivi o alle vie di collegamento fra i vari ambienti delle strutture.

Per poter meglio comprendere i dati sopra riportati è necessario considerare che ogni Istituto presenta caratteristiche strutturali differenti che influenzano la densità dei segni presenti e la composizione del *Jailscape*, conformandosi come spazi più eterogenei di quello che si può immaginare: alcuni hanno più spazi di condivisione (IST.6), altri non ne hanno molti (IST.1, IST.2 e IST.7), altri si estendono su un più ampio spazio perché comprendono al loro interno più tipologie di strutture (IST.4), altri invece includono detenuti con tipologie di pene differenti (IST.3 e IST.5).

Osservando il quadro generale emerge chiaramente come la presenza di segni di diversa natura si concentri maggiormente nelle aule didattiche (44), mentre in numero inferiore nelle stanze adibite per i colloqui (24), nei corridoi (23) e all'esterno (17). È interessante notare che la maggiore densità di rappresentazioni presenti in aule didattiche, in stanze colloqui, in corridoi e in ambienti esterni, fornisce un dato significativo sull'importanza di tali spazi, sia dal punto di vista decorativo/ornamentale che simbolico. Decorativo in quanto si tratta di aree più frequentate dato che nelle stanze colloqui, nei corridoi e negli spazi esterni chiunque ha accesso alla struttura, che sia persona esterna o operante all'interno, deve obbligatoriamente farvi passaggio e perciò appare ideale per l'esposizione di rappresentazioni grafiche o pittoriche; altresì si osservano nelle aule didattiche, frequentate da un'alta percentuale di detenuti/e che, oltre al personale docente, quotidianamente frequentano le lezioni scolastiche o universitarie e che quindi interagiscono almeno visivamente con queste. Simbolico (in riferimento alla presenza solo iconica) in quanto dà la possibilità alle strutture stesse di offrire una immagine più accogliente anche a chi viene da fuori e di stimolare la motivazione, l'integrazione e la creatività della popolazione reclusa.

Segue poi il risultato dell'analisi dei segni in base alla loro funzione informativa, mista e simbolica, e la categoria di appartenenza (decorativa, educativa e trasgressiva). Dai dati si osserva che i segni catalogati nelle varie strutture presentano per lo più funzione simbolica (69) e mista (52), e vengono utilizzati sia a scopo decorativo (106) che a scopo educativo (37). Il dato generale, dunque, conferma la duplice valenza, decorativa e simbolica, ipotizzata poco sopra. Il quadro emerso sulla collocazione negli spazi detentivi, sulla funzione e sulla categoria di appartenenza di questi segni appare in parte confermato e in parte differenziato durante l'analisi delle tematiche relative ai segni dei singoli Istituti.

Il primo dato che appare subito evidente è quello relativo al tema dell'arte, sono 18 i segni raccolti che si collegano essenzialmente alla sola rappresentazione puramente artistica. Un dato che conferma ampiamente le osservazioni sulla maggior parte dei segni con funzione decorativa e simbolica. Nel dettaglio si nota che nell'IST.1, nell'IST.4 e nell'IST.7 il numero totale delle immagini presenti (tra quelle raccolte) viene utilizzato con il solo scopo di "abbellire" degli spazi che per loro natura risultano angusti e malinconici. Proseguendo, si osserva inoltre che sul totale delle occorrenze acquisite 52 esaltano il valore puramente linguistico, rilevando quindi la presenza di espressioni idiomatiche brevi e talvolta anche di composizioni più elaborate. Di queste ultime, 22 sono state riscontrate solamente all'interno dell'IST.6.

Durante l'analisi sono stati presi in considerazione anche altri due aspetti tematici: il valore culturale e quello religioso. Per questi due aspetti sono stati riscontrati 69 segni con valori culturali e 106 segni con valori religiosi, in particolar modo nell'IST.5 dove le realizzazioni pittoriche e i documenti vari abbracciano un più ampio quadro culturale e linguistico. Proseguendo e osservando più nello specifico le immagini raccolte all'interno dell'IST.1, dell'IST.3, dell'IST.4 e dell'IST.7 si rilevano segni con funzione integralmente simbolica e di categoria decorativa, che rappresentano espressioni artistiche e solo in un

caso linguistiche. Tutte testimonianze fotografiche acquisite negli spazi di transito, le stanze colloqui e i corridoi, che sembra vogliano solamente rendere più sereno e disteso un ambiente che per sua natura non lo è. La tipologia di analisi qui presentata trova spazio già a partire dallo studio, per esempio, delle iscrizioni storiche (vedi introduzione).

Il centro dell'indagine sono il disegno e la scrittura murale contemporanea in contesti penitenziari, un tipo di comunicazione tutt'altro che ordinaria e che merita un suo spazio all'interno della dimensione semiotica. Tuttavia, si sottolinea che si tratta di un mezzo di comunicazione che nel "mondo libero" viene spesso considerato un atto vandalico ma che nei luoghi di privazione della libertà assume una funzione specifica e del quale è importante capire come questo segno dia significato a un luogo e come un luogo doti di senso specifico un segno (Pennycook, 2010).

Questa analisi parte quindi dall'esigenza di portare all'esterno le narrazioni scritte o pittoriche carcerarie e dare loro valore attraverso la documentazione di un corpus di immagini. Un repertorio di interventi multiforme che ancora oggi non ricevono l'attenzione che meritano, almeno al di fuori di questo contesto. Un *Jailscape* che non può essere percepito da chi non ha modo di osservarlo, da chi non ha contezza della sua articolazione e che si differenzia da quello urbano. La complessità che riveste queste immagini porta a riflettere sul senso che ogni segno ha, sugli stati d'animo, i desideri, le emozioni, le identità, le culture e le lingue che diventano collettivi di una popolazione ristretta e che attraverso questi ci informa sulla specificità plurilinguistica e pluriculturale carceraria. Ecco dunque che ciò che troviamo rappresentato, nella sua varietà di forme e contenuti, attesta i muri come spazio semiotico e merita una riflessione approfondita.

Constatata l'importanza delle immagini e dei testi raccolti in un contesto così peculiare è sembrato importante analizzare una selezione di reperti nella loro dimensione linguistica e culturale per indagare il carcere come sistema complesso – plurilingue e pluriculturale – e dunque rilevante per gli elementi sociolinguistici di cui si compone. Dall'analisi sociolinguistica svolta si è evidenziato come lo spazio penitenziario sia un luogo potente dove si manifestano, attraverso la scrittura e la pittura, le identità degli attori che generano delle narrazioni sulla composizione sociale, linguistica e culturale; dai segni alle pratiche e dalle pratiche all'uomo (Blommaert, 2013). La dimensione plurilinguistica e pluriculturale mostra come il *Jailscape* contemporaneo, a differenza di quello moderno attestato, è caratterizzato da elementi linguistici che ricorrono a varietà linguistiche, *code-switching*, bilinguismo, LM.

4.1. *Rappresentazioni linguistiche*

È questo il caso della Figura 1 dove interessante è la pluralità linguistica rappresentata. Scritte esposte che troviamo tradotte in più lingue e che confermano la presenza di fenomeni di alternanza di codice o forse di permeabilità per contatto all'interno di un contesto, quello penitenziario, superdiverso e quindi ricco di plurilinguismo. Il tema delle parole e dei testi è fortemente connesso all'ambiente nel quale sono collocate, il carcere.

Appare infatti immediatamente evidente la parola in maiuscolo LIBERTÀ tradotta, come anticipato, in inglese, cinese, arabo e singalese (Figure 1, 3, 3 e 4).

Figura 1 *Rappresentazione IST.6*



Figura 2 *Rappresentazione IST.6*



Figura 3 *Rappresentazione IST.6*



Figura 4 *Rappresentazione IST.6*



È subito evidente la scelta del carattere per scritte in stampatello o corsivo, che fa riflettere sulla predominanza di alcune lingue sulle altre o di un messaggio che possa avere un impatto immediato su chi osserva. Si osserva inoltre che non sono presenti rappresentazioni pittoriche figurative ma solamente testi mistilingue con predominanza della lingua italiana, che recitano, nel primo caso (Figura 3)

> Potranno imprigionarci, metterci in catene, ma non riusciranno mai a togliere la libertà al nostro animo e al nostro pensiero. Per questo sempre e ovunque, nello spirito di Dio, siamo e saremo uomini liberi!!"

prodotta certamente da un detenuto che ha posto la sua firma (o tag, volendo utilizzare un tecnicismo per il corretto uso del linguaggio specifico di queste produzioni) «Renzo Tabaccaio di Prato».

Nel secondo caso (parzialmente visibile nella Figura 3) la frase

> Se pensassi di cambiare me stesso sarei veramente libero. Sono prigioniero perché credo di poter sempre cambiare le cose. Potrei svegliarmi e la vita non sarebbe più l'incubo di una gabbia"

è un messaggio forte e ricco di significati al quale però non si è potuto attribuire l'autore.

Nella terza produzione scritta (Figura 2) si è potuto riportare solo parzialmente, per motivi visivi, quanto segue

> Se solo potessi gustare il volo di un uccello, un fiore, un albero, un volto umano, ma ahimè! non ho tempo. Sono troppo occupato nell'imparare a leggere sempre […] e a produrre io stesso. Eppure una volta […] con la vita!

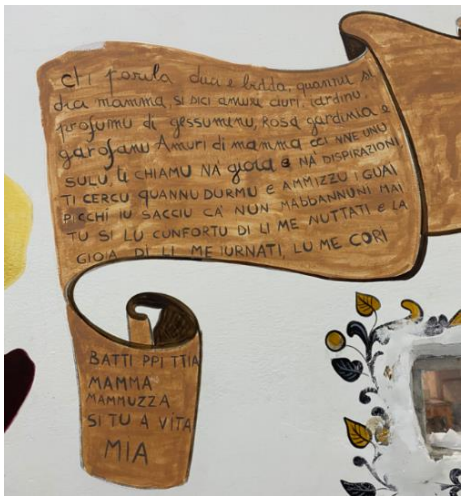
Appare interessante anche la scritta in arabo (Figura 4) presente che prende parte al gruppo delle espressioni linguistiche precedenti (Figure 1, 2 e 3). Questo testo in arabo però presenta, oltre alla firma dell'autore, alcune imprecisioni linguistiche, si ritiene quindi opportuno riportare fedelmente di seguito la traduzione letterale

> Ci possono mettere in 255 prigioni, possono metterci in catene, ma non riusciranno mai a togliere la libertà allo spirito e al pensiero, e perciò davanti a Dio siamo sempre liberi e rimarremo sempre uomini liberi.

Proseguendo, si riporta un esempio di testo monolingue in madrelingua degli spazi dell'IST.5 che, insieme all'IST.6, ha rappresentato quello con la più ampia varietà di segni di diversa natura.

In questo Istituto troviamo un testo in dialetto siciliano (Figura 5) che alterna l'uso del corsivo nella prima parte, allo stampatello nella seconda parte del testo e prodotto e prodotto da un detenuto del quale non si conosce l'identità.

Figura 5. *Rappresentazione IST.5*



> Cti parula duci e bedda, quannu si dici mamma, si dici amuri, ciuri, iardinu, profumu di gessuminu, Rosa gardinia e garofanu Amuri di mamma CCI NNE UNU SULU, ti CHIAMU NA' gioia e NA' DISPIRAZIONI, TI CERCU QUANNU DURMU e AMMIZZU I GUAI PICCHÌ IU SACCIU CA' NUN MAbbANNUNI MAI. TU SI LU CUNFORTU DI LI ME NUTTATI e LA GIOIA DI LI ME IURNATI, LU ME CORI BATTI PPI TTIA MAMMA MAMMUZZA SI TU A VITA MIA

Un testo che si può inserire all'interno della categoria dei proverbi siciliani e che rimanda inevitabilmente alle testimonianze nelle pareti delle celle delle prigioni antiche. Provando a trascrivere fedelmente il testo, sembra che il detenuto abbia voluto riportare quanto segue

> Che parola dolce e bella, quando si dice mamma, si dice amore, fiore, giardino, profumo di gelsomino, rosa, gardenia o garofano. Amore di mamma ce ne è uno solo, tu? Una gioia e una disperazione, ti cerco quando dormo e in mezzo ai guai perché io so che non mi abbandoni mai. Tu sei il conforto delle mie nottate e la gioia delle mie giornate, il mio cuore batte per te, mamma mia mammina mia sei la vita mia.

Altresì fra le immagini acquisite nell'IST.7, interessante è quella relativa ad un cartello affisso nel corridoio delle camere di pernottamento che riporta la scritta in dialetto veneziano "*A 1 METRO ALTRIMENTI VE COPO*", risalente ai tempi delle precauzioni indicate dal Governo in merito all'emergenza sanitaria da COVID-19.

Infine, si è potuto riscontrare anche testi in lingua straniera con funzione puramente trasgressiva sempre nell'IST.6: "*FUCK THIS GIRL*".

Si attesta la predominanza della lingua italiana principalmente nelle scritte personali e nelle comunicazioni informali, riscontrando altresì la tendenza all'uso di varietà dialettali riconducibili principalmente all'alta percentuale, nel caso degli Istituti indagati, di detenuti provenienti dal Sud Italia (Figura 5) e del personale penitenziario nativo del luogo in cui opera. Si può inoltre affermare che la scrittura degli stranieri ha una buona presenza esposta e presenta tratti del contatto fra lingue, anche se non nella dimensione puramente linguistica – non si evidenziano *code-mixing*; si notano altresì alcuni fenomeni linguistici (errori ortografici di origine fonologica, strutture sintattiche dell'oralità, è il caso della Figura 2) che portano a pensare che possa trattarsi di una lingua appresa per lo più oralmente, tendenza in linea con il profilo sociolinguistico dei detenuti stranieri e dunque con la scarsa scolarizzazione di molti al momento del loro ingresso in carcere. Riflettendo su questi testi con una prospettiva pragmatica sono scaturite alcune domande circa l'emittente e il destinatario dell'atto comunicativo: – chi li produce fa attenzione all'efficacia comunicativa del testo? – come sceglie la lingua da utilizzare: quella che usa, un ibridismo oppure l'unica che conosce? – la lingua viene selezionata tenendo conto dei destinatari del messaggio? Come si può notare dalle Figure 1, 2, 3 e 4, i destinatari dei testi sono senz'altro i detenuti che si trovano a scontare la loro pena in quel determinato Istituto, o coloro che prima o poi entreranno. È poi il caso della Figura 5 dove lo scrittore identifica il suo destinatario in maniera esplicita, rivolgendosi ad una persona – in questo caso un affetto, la mamma – che mai potrà leggere quella dedica. I testi delle figure descritte selezionano destinatari alfabetizzati e questo dimostra che chi li ha scritti si è posto il problema di un destinatario implicito. Invece nei casi successivi troviamo testi informali e diretti nel loro voler comunicare un messaggio preciso; chi li ha prodotti, in entrambi i casi, ha immaginato fin da subito chi fossero i destinatari dell'atto comunicativo. La presenza e la compresenza di più lingue è notevole e per questo non è corretto limitarsi ad analizzare i singoli elementi linguistici e domandarsi in quale lingua sia prodotto un testo, sarebbe piuttosto giusto parlare dunque di unione linguistica per non rischiare di perdere il valore pragmatico del testo prodotto (Pennycook, 2010). Le immagini selezionate dal corpus servono a titolo esemplificativo per confermare il carattere superdiverso che caratterizza il contesto penitenziario: si nota una lingua che sceglie un destinatario della propria comunità, una lingua che individua un destinatario di un'altra comunità, l'italiano come lingua predominante o come elemento di acquisizione e competenza di alcuni/e detenuti/e.

4.2. *Rappresentazioni miste*

Proseguendo l'analisi delle immagini raccolte, nell'IST.2 si riscontrano espressioni linguistiche monolingue in madrelingua ma collegate in un caso ad una funzione simbolica e in altri casi ad una funzione informativa, ciascuna rappresentazione è collocata all'esterno della struttura. I muri, come anche le superfici mobili come una targa, sono parte della struttura e dell'architettura di un determinato spazio e divengono anche dei supporti su cui le rappresentazioni pittoriche o grafiche prendono forma e contribuiscono alla costruzione del significato dell'opera. Alla produzione di un'opera contribuiscano anche i supporti: i margini, le cornici, e «tutto il lavoro della pittura tra piano, superficie,

sfondo e supporto della rappresentazione» (Marin, 2012: 95); l'importanza che assume la funzione del supporto è fondamentale per l'opera stessa, «è in qualche modo il supporto stesso a detenere un'energia di scrittura, è lui che scrive e questa scrittura mi guarda: non c'è niente di più "guardone" di un muro scritto, perché nulla viene guardato o letto con maggiore intensità» (Barthes, 1996: 64) È proprio per questo che il ruolo del supporto e la sua collocazione diviene componente costitutiva dell'immagine stessa: il supporto coopera con la rappresentazione, pittorica e grafica, donando significato all'opera stessa. È dunque interessante notare che «l'opera dialoga con le funzioni e i significati a cui questi supporti sono associati, con esiti tutt'altro che banali. Quello che si innesca, è un movimento bidirezionale dal supporto all'opera e dall'opera al supporto» (Paris, 2018: 30). Nella prima testimonianza si associa una funzione simbolica al testo ripreso dall'art. 27 della Costituzione Italiana «Le pene non possono consistere in trattamenti contrari al senso di umanità e devono tendere alla rieducazione del condannato».

La scelta dello spazio nel quale è stata posta la scritta fin da subito è sembrata una scelta "dura", come a voler dare un messaggio di rigore in un luogo dell'Istituto che appare subito evidente perché immediatamente visibile al momento dell'arrivo sull'isola. In realtà, riflettendoci, è proprio il senso stesso del testo che vuole sottolineare come si tratti di un luogo di privazione della libertà e che per sua natura sembra essere "punitivo", e che deve e vuole costituire un percorso riabilitativo e rieducativo per le persone che hanno commesso un reato. Nelle altre testimonianze si rileva invece una funzione informativa perché riguardano indicazioni puramente territoriali collocate in targhe di legno, e di nomi assegnati a edifici, strade, luoghi come cartelli stradali per orientarsi all'interno degli spazi del carcere. È proprio la contrapposizione tra immagine e informazione che rende queste rappresentazioni funzionali.

È molto difficile che una rappresentazione artistica sia fine a sé stessa: quasi sempre, all'interno di un'opera è possibile trovare dei messaggi, degli ideali o delle idee, siano esse nascoste o ben chiare agli occhi di chi le osserva. Un messaggio può essere di protesta contro la guerra, la politica, fonte per determinati destinatari, può simboleggiare la pace o semplicemente la felicità e l'allegria; ognuno ha il suo scopo. Nella rappresentazione delle Figura 6 l'autore mette in contrapposizione lingua e immagine con la riproduzione di due figure di writers che stanno realizzando delle scritte mistilingue sulla parete.

Figura 6. *Rappresentazione IST.3*



Analizzando l'elemento più propriamente linguistico che connota questa figura, si nota fin da subito la presenza ben visibile della predominanza della lingua italiana con le parole

dentro e *amore* ma anche il ricorso ad una seconda lingua, il tedesco, con una parola che in italiano traduciamo sempre con 'amore', *liebe*. Si associa quindi questo intervento ad un tentativo di creare un legame tra contesti di natura differente: il carcere per la collocazione e il "mondo libero" per la raffigurazione di un atto trasgressivo ricorrente in luoghi eticamente opposti a quello della giustizia. Utilizzato probabilmente per veicolare un messaggio di protesta, ma allo stesso tempo ricordando che il contesto penitenziario è luogo di integrazione e inclusione delle lingue e delle culture altre, valorizzandone dunque l'elemento plurilinguistico e pluriculturale.

Immagini interessanti sono inoltre quelle dei casi inseriti all'interno dell'IST.6, in cui una buona percentuale di occorrenze è stata osservata negli spazi di socialità: nella biblioteca, nelle aule didattiche e nei corridoi. La biblioteca per esempio, è uno spazio ristretto, utilizzato non solo per la consultazione di libri ma anche come appoggio per studenti e docenti per la realizzazione di attività formative. In essa è possibile trovare tanto volantini e poster pubblicitari in più lingue quanto documenti regolativi o informativi, oltre ad una cartina geografica del territorio nel quale si colloca la struttura (Figura 7).

Figura 7. *Biblioteca IST.6*



Il caso dell'immagine 2 della Figura 7 appare molto interessante per la presenza di idiomi differenti da quello italiano: due poster con la stessa funzione informativa che sicuramente nascono in lingua italiana, elemento facilmente deducibile dal riconoscimento dell'Associazione Scaffale Circolante Carcerario che li ha prodotti e dai loghi degli sponsor presenti ai margini del volantino (per es. Regione Toscana), che riporta il testo «Liberi di leggere. In biblioteca sono arrivati libri in lingua cinese» ma anche per l'evidente spirito divulgativo in quanto il testo riportato (slogan) è tradotto sia in lingua cinese che in lingua russa nel volantino sottostante. I poster o documenti come quelli osservabili in Figura 7, pur contenendo messaggi culturali, divulgativi, pubblicitari, verbali e soprattutto semiotici, orientano allo sviluppo della competenza interculturale.

Si osservano adesso le altre figure appartenenti sempre all'IST.6 e agli spazi scolastici. Queste, connotate da valori linguistici, culturali e religiosi, sono risultate di forte interesse per la ricerca in quanto riportano testi o parole in più lingue, come nel caso di una testimonianza dove si può subito notare la frase «*omnia vincit amor et nos cedemus amori*» espressione in lingua latina che sta per 'l'amore vince su tutto', ripresa dall'emistichio dell'Egloga X, verso 69, di Virgilio. Questa frase, dalla portata romantica e passionale è associata ad un murale con la figura di una donna con uno sguardo triste e malinconico rinchiusa all'interno di una gabbia dalla quale può evadere, e vuole sicuramente esaltare l'ineluttabile potenza dell'amore, come sentimento e valore che non si placa di fronte a nessun ostacolo, nemmeno quello delle sbarre.

Figura 8 *Rappresentazione IST.6*



Proseguendo si trova un'altra rappresentazione anche questa collegata al sentimento dell'amore ma in questo caso quello per il valore religioso. Osserviamo infatti la scritta «*che cos'è… l'amore – ho fatto te*» associata alla predominante figura di Cristo con in mano un cuore, con all'interno un uomo e una donna che si tengono per mano e come sfondo un elefante, sulla sinistra di questo un altro cuore che incornicia la figura di un elefante con quella di un ragazzo e sulla destra un altro cuore integralmente coperto dall'immagine di una ragazza. Questo murale sembra quasi essere un trittico che racconta la storia di un ragazzo e delle sue origini, dell'incontro con una ragazza etnicamente distante da lui e dalla cui unione nasce una bambina. Una storia che si conferma anche grazie alla frase riportata sopra e che esprime i forti valori e credenze di chi lo ha rappresentato.

Figura 9. *Rappresentazione IST.6*



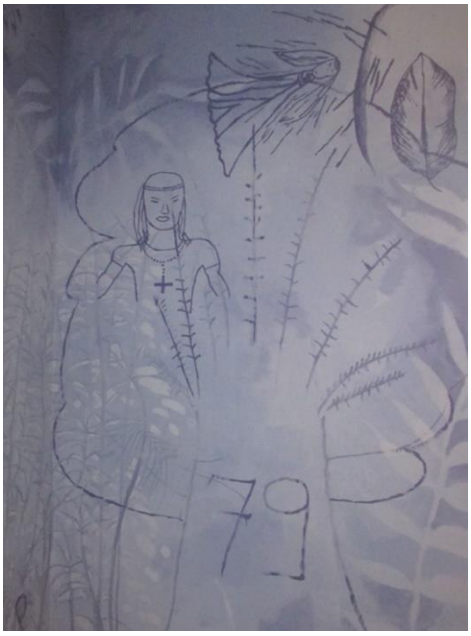
Procedendo, sono state rilevate delle immagini raffiguranti graffiti effettuati nelle pareti della stanza colloqui, unico spazio dell'intero Istituto (IST.7) che raccoglie segni di questo tipo. Nelle rappresentazioni si notano tre elementi costanti: la natura, il desiderio di nascondersi o di fuggire e il valore religioso. La natura è rappresentata come una madre – dal testo si legge «madre natura» – con delle ali come se fosse una figura angelica, anche se posta in un luogo apparentemente selvaggio, inserita in uno spazio che accoglie e che protegge. Si evince inoltre il tentativo di voler nascondersi da qualcosa o da qualcuno (si nota la figura stilizzata di un poliziotto), se non da una condizione. Questo ultimo elemento potrebbe essere associato al numero che compare, 79: un numero di matricola? un ruolo? un luogo che si rifiuta? È importante notare inoltre la figura dalle sembianze mediorientali che in qualche modo crea un legame fra la cultura araba con le altre forme occidentali rappresentate.

Figura 10. *Rappresentazioni IST.7*





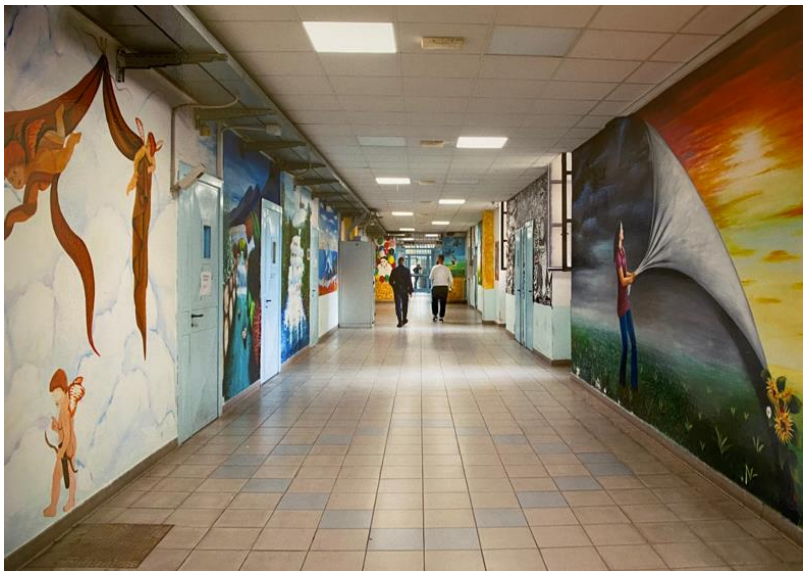




4.3. *Rappresentazioni iconiche*

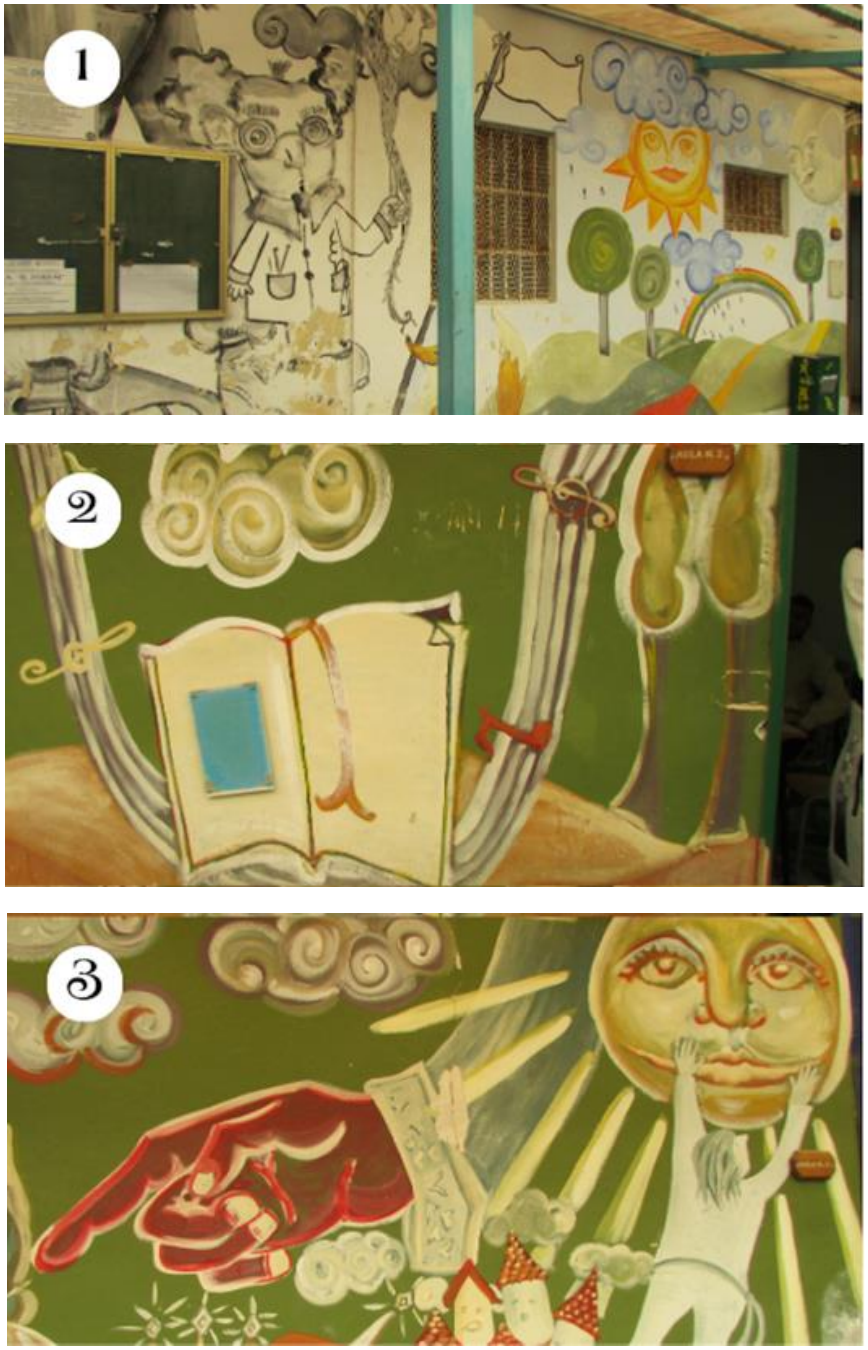
Nella Figura 11 si osserva una sequenza di murales che percorrono tutta la navata di un corridoio ai quali si attribuiscono differenti significati: è il caso dalla ragazza sulla destra, che con un gesto è come se stesse cambiando paesaggio per portare coloro che lo stanno guardando da un panorama malinconico ad uno meraviglioso con un tramonto, forse per esortare ad un momento di cambiamento nella vita di coloro che si trovano a dover passare i loro anni in un ambiente angusto. Sulla sinistra invece, si nota un quadro di carattere più religioso con degli angeli che gravitano in uno scenario fatto di nuvole, che indubbiamente rimanda al paradiso, ma anche alla ricorrenza di segni con valore religioso. In entrambi i casi si tratta di un invito a sollevare un "velo", a voltare pagina, e a guardare oltre al presente, a quello che c'è di più bello dopo una brutta esperienza.

Figura 11. *Rappresentazioni IST. 3*



Nelle immagini riportate nella Figura 12, ritroviamo il tema puramente artistico con funzione decorativa, ma connesso allo spazio all'interno del quale i murales sono collocati, le aule didattiche. Si possono notare alcuni elementi che riconducono queste rappresentazioni pittoriche all'intervento di una mano o di mani inesperte, probabilmente dei detenuti, dato che il disegno risulta ridotto a tratti essenziali ed elementari, e all'uso di colori base applicati senza l'adozione di una particolare tecnica ma in maniera piatta, senza profondità. Forse è questo il caso di murales prodotti nell'ambito di un progetto didattico al quale la struttura ha aderito. Per quanto riguarda le rappresentazioni, sembrano anch'esse essere semplici riproduzioni di paesaggi ed elementi (natura, sole, arcobaleno, note musicali, libro, un pittore) collegati all'apprendimento e all'insegnamento.

Figura 12. *Rappresentazioni ITS. 6*



Anche nel caso di questa struttura penitenziaria si è rilevata la presenza di murales con funzione simbolica, dove viene rappresentata una colomba, che iconograficamente si associa ai sentimenti della pace, della speranza, della gioia e alla rinascita, oltre che essere un potente simbolo della religione cristiana, unita ad un arcobaleno e incorniciata da uno sfondo fatto da fil di ferro, come simbolo delle recinsioni che delimitano i confini del carcere.

Le altre immagini acquisite riportano tutte elementi pittorici, alcuni collocati all'interno degli ambienti dedicati alla didattica e altri in spazi di condivisione, come nel caso della figura collocata in una sezione di fronte alle camere di pernottamento dell'IST5. Quest'ultima, come confermato dal personale presente al momento della visita, è stata interamente prodotta da un'artista detenuto che ha deciso di intervenire con la tecnica del tratteggio attraverso l'uso di una penna ad inchiostro. Il lavoro rappresenta la riproduzione fedele di un'opera di Raffaello, La Scuola di Atene (conservata ai musei Vaticani e datata 1509-1511), che il detenuto ha inserito all'interno di una parte della parete usurata che sembra fargli da cornice.

Figura 13. *Rappresentazione IST.5*



5. Analisi e conclusione

A conclusione di questa parte di analisi si può dedurre che l'interazione tra spazio della struttura in cui sono collocati i segni e la funzione, la categoria e il tema ad essi associati sono variabili che risultano strettamente connesse tra il contesto nel quale sono inserite e le sue caratteristiche, luogo ricco di superdiversità e denso di valori linguistici e culturali differenti. Emergono quindi panorami differenti che hanno permesso di evidenziare già in una prima fase quantitativa usi molto diversificati, poi confermati in una seconda fase qualitativa: in alcuni casi segni con valori linguistici e culturali situati all'interno di spazi dedicati alla didattica (aule e biblioteca), in altri murales con pura funzione decorativa in

spazi più di passaggio come corridoi o atri esterni. Questa analisi ha pertanto evidenziato una specificità della comunicazione in ambito penitenziario dovuta anche dall'integrazione di codici espressivi in particolare rapporto con immagini di diversa natura, graffiti o murales, che sono presenti e sono prodotti all'interno delle strutture carcerarie e che possono in qualche modo influenzare le ideologie, le credenze e i valori linguistici, nonché l'identità culturale di chi osservandoli vi entra in contatto. Si può dunque confermare che, come succedeva nel passato (si ricordino le testimonianze lasciate sulle pareti delle celle di Palazzo Steri a Palermo e in quelle della Torre Grimaldina a Genova) gli spazi degli Istituti Penitenziari fungono da lavagna per interventi artistici o di altro tipo, figurativi ma anche fatti di parole, che possono avere vita breve ma che possono anche restare nel tempo come forma e traccia delle identità linguistiche e culturali di coloro che vi sono entrati a contatto. Negli Istituti Penitenziari osservati, come sicuramente altrove, queste rappresentazioni esibiscono temi e modalità comunicative ricorrenti come forme linguistiche, di amore, di valore religioso, di valore culturale, che si ritrovano anche nelle prigioni storiche, a differenza di queste ultime però posti in luoghi istituzionalmente di condivisione. Queste forme simboliche si fanno spazio nei contesti penitenziari e offrono dialoghi espressivi fra lingue, linguaggi e culture riflettono il senso del vissuto interiore dei/delle detenuti/e, della rappresentazione del sé, di un utilizzo sociale della parete come testimonianza di comunicazione condivisa e di trasmissione plurilinguistica e pluriculturale. Si ritiene tuttavia che, come per quelli del passato, anche per questi vi sia stata una approvazione da parte delle Direzioni degli Istituti, oggi forse più che in passato.

Questa ricerca intende costituire una base per ulteriori studi comparativi, finalizzati a esplorare la funzione didattica e rieducativa delle pratiche comunicative plurilingui in carcere.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Barni M., Vedovelli M. (2011), "Contesti di 'superdiversità' linguistica: una sfida per la politica linguistica italiana", in Bosisio C. (a cura di), *Ianuam linguarum reserare. Saggi in onore di Bona Cambiaghi*, Le Monnier, Firenze, pp. 29-47.

Barthes R. (1996), *Scritti. Società, testo, comunicazione*, Einaudi, Torino.

Benucci A., Grosso G. I. (2015), *Plurilinguismo, contatto e superdiversità nel contesto penitenziario italiano*, Pacini, Pisa.

Benucci A., Grosso G. I. (2018), "Strategie di "sopravvivenza linguistica" in carcere e didattica inclusiva", in *Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 47, 1, pp. 187-204.

Blommaert J. (2013), *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*, Multilingual Matters, Bristol.

Burke P. (2002), *Testimoni oculari. Il significato storico delle immagini*, Carocci, Roma.

Chartier R. (2006), *Inscrivere e cancellare: cultura scritta e letteratura dall'XI al XVIII secolo*, Laterza, Roma-Bari.

Civale G. (2017), "Animo carcerato, inquisizione detenzione e graffiti a Palermo nel XVII secolo", in *Meditteranea – Ricerche storiche*, 14, 40, pp. 249-294.

Cosentino N. (2013), "L'operatore penitenziario e i detenuti/e stranieri: un'indagine esplorativa", in *Quaderni ISSP*, 12, pp. 35-63.

Coveri L., Benucci A., Diadori P. (1998), *Le varietà dell'italiano. Manuale di sociolinguistica italiana*, Bonacci, Roma.

Creswell J. W., Plano Clark V. L. (2007), *Designing and conducting mixed methods research*, Sage, Thousand Oaks.
D'Agostino M. (2012), *Sociolinguistica dell'Italia contemporanea*, il Mulino, Bologna.
De Mauro T. (1983), *Guida all'uso delle parole*, Riuniti, Roma.
Ferrero E. (1972), *I gerghi della malavita: dal Cinquecento ad oggi*, Mondadori, Milano.
Greene J. C., Caracelli V. J., Graham W. F. (1989), "Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs", in *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11, 3, pp. 255-274.
Heigham J., Croker R. A. (2009), *Qualitative Research in Applied Linguistics*, Palgrave Macmillan, London.
Lovata T., Olton E. (eds.) (2016), *Understanding graffiti. Multidisciplinary studies from prehistory to the present*, Routledge, New York.
Marin L. (2012), *Opacità della pittura. Sulla Rappresentazione nel Quattrocento*, La Casa Usher, Firenze.
Messana M. S. (2006), "I nuovi graffiti dello Steri", in *Segno*, 272, pp. 101-112.
Monaci V. (2024), *Linguaggi in carcere. Panorami linguistici e culturali in ambito penitenziario*, Pacini, Pisa.
Morgan D. L. (1998), "Practical strategies for combining qualitative and quantitative methods: Applications to health research", in *Qualitative Health Research*, 3, pp. 362-376.
Münter F. (1790), "Nachrichten von Neapel und Sizilien, auf einer Reise in den Jahren 1785 und 1786", in Münter F (ed.), *Münter aus dem Dänischen übersetz*, C. Gottlob Proft, Kopenhagen, pp. 179-180.
Paris O. (2019), "Strategie di ridefinizione semantica del muro", in *Cultura & Comunicazione*, 15, pp. 29-34.
Paris O. (2021), "Strategie di ridefinizione semantica della città. La street art e i segni di riscrittura urbana", in *Ocula*, 22: https://www.ocula.it/files/OCULA-FluxSaggi-PARIS-Strategie-di-ridefinizione-semantica-della-citta768-la-street.pdf.
Pennycook A. (2010), *Language as a local practice*, Routledge, New York-London.
Petrucci A. (1986), *La Scrittura. ideologia e rappresentazione*, Einaudi, Torino.
Pitré G. (1940), *Del Sant'Uffizio di Palermo e di un carcere di esso*, Soc. Ed. del Libro Italiano, Roma.
Sciascia L. (1977), *Graffiti e disegni dei prigionieri dell'Inquisizione*, Sellerio, Palermo.
Sciuti Russi V. (2005), "Lo Steri. I graffiti dei prigionieri", in *Kalós*, 4, pp. 6-10.
Sciuti Russi V. (2007), "Nuovi graffiti del carcere dell'Inquisizione di Palermo", in *Kalós*, 4, pp.10-14.
Tashakkori A., Teddlie C. (1998), *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches*, Sage, Thousand Oaks.
Tedeschi C. (2014), "I graffiti. Una fonte scritta trascurata", in Bianconi D. (a cura di). *Bollettino dei Classici*, Accademia Nazionale dei Lincei, Roma, 29, pp. 363-381.
Vertovec S. (2007), "Super-diversity and its implications", in *Ethnic and Racial Studies*, 30, 6, pp. 1024-105.

PRATICHE LINGUISTICHE E SIMBOLICHE NEL *LINGUISTIC HOMESCAPE* DI FAMIGLIE CON BACKGROUND MIGRATORIO: UN CASO DI STUDIO NELLA CITTÀ DI LIVERPOOL

Francesca Romana Branciari[1]

1. INTRODUZIONE E OBIETTIVO

In questo contributo si discutono i primi risultati di una ricerca sul campo condotta nella città di Liverpool (UK) tra ottobre 2023 e aprile 2024, con l'obiettivo di osservare se e come l'ambiente domestico delle famiglie con retroterra migratorio riflette la vitalità e la pluralità linguistica familiare dei diversi membri, ponendo particolare attenzione al modo in cui l'ambiente stimola e interagisce con la famiglia, specialmente con i bambini. L'analisi dei panorami linguistici domestici, come si vedrà nel corso del lavoro, è rilevante in quanto mostra come si manifestano, in maniera visiva e simbolica, le lingue e le culture all'interno dello spazio familiare. Analizzare gli elementi che costituiscono il paesaggio linguistico della casa permette di comprendere in che modo l'ambiente stimola, supporta e interagisce con le persone che lo vivono, in relazione all'acquisizione e al mantenimento di una lingua, specialmente nel caso di lingue ereditarie.

Nel § 2 si discuterà il contesto dello studio e i principali elementi che delineano il quadro teorico di riferimento che traccia i contorni della ricerca. Successivamente, il § 3 definirà la metodologia di indagine, mentre nel § 4 si presenteranno i principali risultati del lavoro. Infine, il § 5 traccerà le principali conclusioni, mostrando come l'ambiente domestico non faccia da sfondo alle pratiche linguistiche delle famiglie, ma sia uno spazio attivo in cui lingue e culture si incontrano permettendo ai diversi membri di esprimere la loro identità plurale.

2. IL CONTESTO DELLA RICERCA

L'analisi del *Linguistic Landscape* (LL), è un campo di indagine in continua evoluzione le cui definizioni non presentano confini netti (Gorter, Cenoz, 2024). Nel 1997, Landry e Bourhis (1997: 25) lo definivano come:

> The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration.

A distanza di anni, parlare di LL unicamente come la presenza di lingue nello spazio pubblico non riflette più appieno un filone di studi divenuto sempre più dinamico e in espansione (Gorter, Cenoz, 2024). La definizione può essere ampliata includendo manifesti, stickers, insegne digitali e multimediali, nonché applicarsi a settori specifici. Tra

[1] Università per Stranieri di Siena.

le numerose declinazioni, si pensi allo *schoolscape* (Brown, 2012), ovvero agli studi del panorama linguistico nel contesto educativo, al *soundscape* (Scarvaglieri *et al.*, 2013), in relazione alle lingue parlate nello spazio pubblico, o ancora allo *smellscape* (Pennycook, Otsuji, 2015) il quale contempla l'attenzione e un'analisi etnografica degli odori.

Spostandosi dal pubblico al privato, il campo del LL si arricchisce ulteriormente grazie agli studi sul *Linguistic Homescape* che esplorano il paesaggio linguistico del contesto domestico. In particolare, tra questi citiamo Haque (2012), che descrive il *Linguistic Homescape* come l'insieme delle lingue visibili su libri, calendari, cassette, prodotti da cucina e oggetti religiosi (Haque, 2012: 225). In seguito, Krompák (2018) introduce il concetto di *Linguistic Homescape* come strumento pedagogico e di ricerca, sottolineando il potenziale del suo impiego nell'esplorazione dell'identità linguistica e delle pratiche linguistiche quotidiane. Più recentemente, Boivin (2021) raccoglie l'eredità di Tompkins (2001) estendendo il concetto di *scapes* (Appadurai, 1990) alla sfera privata, in particolare alle abitazioni. Tuttavia, se Tompkins (2001) aveva utilizzato il termine *homescape* per indagare l'idea metaforica di casa all'interno dell'ambito teatrale, Boivin amplia la sua definizione, ridefinendo e applicando il concetto come intersezione tra il locale e il globale, che consente alle famiglie di rivendicare la loro proprietà e decolonizzare le loro identità e culture (Boivin, 2021: 42). Boivin colloca il concetto di *homescape* all'interno di un discorso vissuto e non di uno artistico, riconcettualizzando la nozione di casa come un «fluid space» (Boivin, 2021: 42) in cui la famiglia, in senso ampio, e i membri della comunità si riuniscono creando un legame emotivo (Boivin, 2021; Bell, 2003).

Se il campo del LL si è a lungo concentrato nell'ambito pubblico, la sola analisi del panorama linguistico nella sua accezione più tradizionale potrebbe risultare limitata nella valutazione completa della vitalità linguistica di una lingua in un territorio, data l'influenza di norme governative vincolanti che regolano l'uso delle lingue nello spazio pubblico (Bagna, Barni, 2010; Boivin, 2021). Pertanto, spesso l'analisi del LL non restituisce appieno l'identità di una comunità in un luogo, delineando, invece, l'identità di una lingua all'interno dei confini del Paese ospitante (Aronin, Laoire, 2013: 226). In questo senso, l'analisi dell'*homescape* può rivelarsi interessante nell'osservare la vitalità delle lingue, dal momento che offre una maggiore *agency* alle famiglie migranti (Mallet, 2004), proprio in virtù dell'aspetto privato e personale che caratterizza la casa. L'importanza dell'ambiente domestico è particolarmente rilevante in quanto rappresenta per il bambino il primo contatto con la lingua (Grieshaber *et al.*, 2011: 115) e può rivelare preziose indicazioni sulla gestione delle lingue, sulla vitalità, sul mantenimento e sulla pianificazione dell'uso di una o più lingue in famiglia (Melo-Pfeifer, 2022) nonché su come le lingue si intrecciano con le storie e le traiettorie di vita familiari (Hua, Li, 2016). Questa prospettiva implica inevitabilmente uno stretto legame con le politiche linguistiche familiari (*Family Language Policy*, FLP), ovvero l'insieme di tutti quegli elementi di pianificazione linguistica esplicita e implicita, messi in atto in merito alla scelta della lingua nella famiglia e alle pratiche di alfabetizzazione tra i suoi membri (Curdt-Christiansen, 2009; King *et. al.*, 2008; Spolsky, 2012). La famiglia non vive come un'organizzazione isolata, ma deve interagire costantemente con diverse forze che esercitano pressioni su di essa, costruendo ideologie che influenzano i genitori nella scelta della lingua (*language choice*), nelle pratiche linguistiche (*language practices*) e nell'investimento linguistico (*language investment*) (Norton, 1997). Inoltre, le pratiche linguistiche delle famiglie non sono determinate esclusivamente dagli adulti, ma anche dai bambini stessi, i quali svolgono un ruolo attivo nelle decisioni che riguardano l'uso delle lingue. Su questo concetto, noto come *child agency*, si stanno concentrando molti studi degli ultimi anni (Zhu, 2008; Gafaranga, 2010; Said, Zhu, 2019).

Come menzionato, la famiglia non vive in una condizione di isolamento, ma interagisce con il mondo esterno e, pertanto, conoscere il contesto britannico in cui si inserisce la ricerca non solo contribuisce a delinearne lo sfondo, ma è fondamentale anche per

comprendere la relazione che intercorre tra la famiglia e l'ambiente domestico con quello che è l'ambiente esterno. Come si vedrà nel corso del lavoro, diversi elementi che caratterizzano l'*homescape* sono legati, ad esempio, alla difficoltà di apprendere l'italiano al di fuori della famiglia stessa e alle scelte in materia di *Language Policy* nel Regno Unito.

L'insegnamento e l'apprendimento delle lingue in UK, infatti, non ha mai trovato un terreno particolarmente fertile, così come in altri contesti anglofoni, definiti come Paesi a monolinguismo privilegiato (*privileged monolingualism*) (Sorace, 2021), proprio per la dominanza globale della lingua maggioritaria. Questo scarso interesse ha destato numerose preoccupazioni tra le istituzioni britanniche come la British Academy[2], così come anche in altre accademie del mondo anglofono (British Academy, 2009 e 2011; British Academy *et al.*, 2020).

Il Regno Unito, anche prima della Brexit, registrava le peggiori abilità linguistiche nelle lingue aggiuntive tra i Paesi dell'Unione Europea (Copland, McPake, 2022; Lanvers, Coleman, 2017; Scottish Government, 2012). Tuttavia, la situazione appare controversa poiché, da un lato, lo scarso interesse degli anglofoni verso le lingue non ne promuove l'insegnamento, dall'altro, la protezione e l'entusiasmo istituzionale nei confronti delle lingue ereditarie sembra essere un caso esemplare (Waltereit, 2016). Nonostante ciò, nel 2001 il 22% degli studenti non include alcuna lingua per gli esami del *General Certificate of Secondary Education*[3] (GCSE). La situazione diventa più drammatica quando, nel 2004, il Governo britannico rende lo studio delle lingue straniere opzionale dall'età di 14 anni. Questo comporta che, nel 2008, si registra un aumento del 56% nel numero di alunni che non sceglie una lingua straniera per l'esame GCSE (British Academy, 2009). A questo scenario già piuttosto complesso si aggiunge il divario che si registra tra il nord e il sud dell'Inghilterra e che riguarda l'apprendimento delle lingue, oltre ad aspetti socioeconomici[4]. Nel 2017, il report annuale *Language Trends* del British Council evidenzia un importante divario tra nord e sud dell'Inghilterra rispetto all'apprendimento delle lingue straniere nel sistema scolastico (British Council, 2017). L'indagine, condotta sull'anno scolastico precedente alla pubblicazione, rileva che nella Londra interna (*Inner London*[5]) nel 2016 il 65% degli alunni sceglie una lingua al GCSE rispetto al 45% nell'area del nord-est dell'Inghilterra (British Council, 2017).

L'educazione plurilingue rappresenta una sfida nei Paesi anglofoni anche lì dove altre lingue coesistono con l'inglese:

> Today, Anglophone communities in particular are not producing enough speakers of languages other than English to meet 21st-century needs, arguing that multilingualism is too difficult to achieve, or that English should be treated as a lingua franca (British Academy *et al.*, 2020: 1).

In quest'ottica, la Scozia si distingue per aver adottato un sistema apprendimento delle lingue basato sul modello europeo, ovvero il modello 1+2 che prevede l'inserimento di una prima lingua straniera (L2) alla scuola primaria e una seconda (L3) alla scuola secondaria. L'obiettivo è dunque quello di promuovere l'apprendimento delle lingue

[2] Comunità di oltre mille accademici e di esperti di rilevanza internazionale. È l'accademia nazionale delle discipline umanistiche e delle scienze sociali. Il suo obiettivo è quello di ispirare, supportare e promuovere eccezionali risultati e progressi globali nelle discipline umanistiche e nelle scienze sociali.

[3] Esame affrontato intorno ai sedici anni di età, che prevede la scelta di circa dieci materie nelle quali sostenere l'esame e che costituiranno la base del futuro lavorativo degli studenti.

[4] Per approfondimenti in merito al North South Divide si vedano gli studi di Green (1988), Wales (1999), Montgomery (2012), ma anche fonti divulgative come University of Sheffield – Centre for Linguistic Research (s.d.) e BBC Bitesize (s.d.).

[5] Si tratta della zona più interna di Londra che comprende i quartieri di Camden, City of London, City of Westminster, Hackney, Hammersmith e Fulham, Haringey, Islington, Kensington e Chelsea, Lambeth, Lewisham, Newham, Southwark, Tower Hamlets e Wandsworth.

garantendo che tutti gli studenti abbiano, al termine del percorso scolastico, una conoscenza di due lingue oltre la propria L1 (Scottish Government, 2012).

Il contesto delineato in questa sede, seppur non esaustivo, è cruciale per la ricerca in quanto lascia emergere la discrepanza istituzionale tra la narrazione promozionale delle lingue in alcuni settori e la mancanza di attuazione di una politica linguistica che promuova maggiormente le lingue in ambito educativo. Ciò contribuisce a descrivere la situazione in cui le famiglie agiscono e prendono decisioni riguardo al mantenimento delle lingue ereditarie. Non tutte le famiglie che possiedono un repertorio linguistico plurilingue mettono in atto pratiche plurilingui per diverse ragioni, come ad esempio la volontà di volersi conformare al monolinguismo circostante, o perché hanno visioni negative della crescita plurilingue, o ancora perché alcune lingue non vengono percepite come socialmente rilevanti (Melo-Pfeifer, 2022). Al contrario, le famiglie che scelgono di perseguire pratiche plurilingui favoriscono il mantenimento delle lingue mettendo in atto pratiche di alfabetizzazione che valorizzano la diversità linguistica.

Ricerche precedenti, come quella di Curdt-Christiansen, Morgia (2018a), hanno evidenziato come famiglie italiane in UK utilizzano l'italiano e l'inglese nelle interazioni quotidiane, influenzate da ideologie e fattori sociopolitici. Tuttavia, a differenza di studi precedenti, viene rilevato come l'inglese non abbia un ruolo privilegiato, ma che al contrario i genitori sostengono con grande impegno l'apprendimento dell'italiano. Studi sul bilinguismo in famiglia hanno messo in luce le scelte operative e pratiche dei genitori rispetto alla gestione delle lingue in famiglia. Tra questi quello di Romaine (1995) propone sei tipi di modelli di scelta linguistica in famiglia:

1. One Person – One Language;
2. Lingua domestica non dominante/One Language – One Environment;
3. Lingua domestica non dominante senza supporto della comunità;
4. Doppia lingua domestica non dominante senza supporto della comunità;
5. Genitori non madrelingua;
6. Lingue miste (Romaine, 1995: 183–185; Harding and Riley, 1986).

Tali strategie funzionano diversamente e possono portare a tipologie differenti di bilinguismo. Le categorie di Romaine (1995), tuttavia, non contemplano altri aspetti importanti per lo sviluppo bilingue, come la lingua parlata dai genitori tra loro e l'uso delle lingue tra coetanei o fratelli (Lanza, 2007). A partire da questa prospettiva, Lanza (1997, 2004) osserva come queste tipologie danno luogo a diverse strategie discorsive. Individua dunque cinque strategie discorsive utili a creare un contesto più o meno monolingue o bilingue, ovvero:

1. *Minimal Grasp Strategy* (Ochs, 1988) in cui l'adulto finge di non comprendere quando il bambino risponde in una lingua diversa da quella target;
2. *Expressed Guess Strategy* (Ochs, 1988) in cui l'adulto pone delle domande sì/no nella lingua target;
3. *Adult Repetition*, ovvero la ripetizione di ciò che ha detto il bambino nella lingua target;
4. *Move On Strategy* in cui l'adulto ignora l'uso della lingua non target da parte del bambino;
5. *Adult Code-Switches* in cui l'adulto adegua la lingua della conversazione a quella utilizzata dal bambino.

Da tale quadro si evince come le scelte linguistiche e discorsive non siano il risultato di regole statiche, ma che sono frutto di negoziazioni che modellano e influenzano l'ambiente a seconda delle ideologie linguistiche, delle pratiche e delle dinamiche sociali familiari (Lanza, 2007). Rispetto alle politiche linguistiche familiari, il *Linguistic Homescape* può rivelare preziose informazioni sulle credenze della famiglia in merito al plurilinguismo, alla trasmissione e al mantenimento delle lingue in famiglia (Curdt-

Christiansen, Lanza, 2018b; Curdt-Christiansen *et al.*, 2022; Li, 2012). L'analisi degli *homescapes* può quindi essere applicata come una valida risorsa per riflettere sulle pratiche linguistiche multimodali e plurilingui.

A partire da questo scenario, il presente contributo si concentra sull'Inghilterra nordoccidentale e mira ad analizzare i paesaggi linguistici domestici di famiglie emigrate – con particolare riferimento al contesto urbano di Liverpool – e le modalità in cui questi rendono visibili le risorse linguistiche e riflettono le identità plurilingui e pluriculturali dei nuclei familiari.

3. Metodologia e raccolta dati

La metodologia adottata per la ricerca si articola in tre fasi operative distinte che convergono nella fase conclusiva in un processo di integrazione e triangolazione dei dati.

In un primo momento si ricorre all'intervista semi-strutturata nella modalità faccia a faccia, stabilendo tre parametri per l'inclusione delle famiglie:

a) presenza di almeno un membro la cui L1 è l'italiano;

b) migrazione recente della persona con italiano L1 (nei 15 anni precedenti);

c) presenza di almeno un bambino nel nucleo familiare.

Il campionamento avviene prevalentemente attraverso *Mammamia*, un'organizzazione senza scopo di lucro che, dal 2018, lavora per sostenere i bambini bilingui e le loro famiglie nell'apprendimento e nel mantenimento delle loro competenze linguistiche e culturali. La *charity* organizza corsi di lingua in presenza due volte al mese, nonché varie attività culturali durante tutto l'anno e corsi di preparazione al GCSE *online*. Ulteriori famiglie sono poi state reperite grazie al supporto dei *social network* e attraverso il passaparola. A questa prima fase della ricerca prendono parte quindici famiglie.

All'intervista è richiesta la presenza di entrambi i genitori, tuttavia, in alcuni casi, per motivi personali o lavorativi, a prendere parte è un solo genitore, generalmente la madre. Agli intervistati è sempre offerta la possibilità di interagire in italiano o in inglese, tenendo presenti e assecondando le richieste personali e specifiche del contesto. Le interviste si basano su un protocollo i cui temi hanno l'obiettivo di esplorare le pratiche linguistiche e educative all'interno e all'esterno del contesto familiare. Le domande mirano a delineare il repertorio linguistico della famiglia, fornendo un quadro generale della loro provenienza, degli spostamenti fatti nel corso degli anni e delle lingue conosciute. Particolare attenzione è rivolta alla scelta di mantenere o meno l'italiano, ed eventualmente altre lingue, in ambito familiare, indagando eventuali ostacoli o ripensamenti in merito alle proprie scelte nel corso del tempo.

Le interviste, previo consenso, vengono registrate e hanno una durata compresa tra i 40 e 70 minuti. Le informazioni personali, quali i nomi dei partecipanti adulti e dei bambini nominati, sono sottoposte ad un processo di anonimizzazione per cui tutti i nomi riportati nel contributo sono pseudonimi. L'intero processo di trascrizione è svolto manualmente seguendo il sistema di trascrizione internazionale di Jefferson (2004). La scelta di adottare questo sistema è perlopiù motivata dalla volontà di garantire una trascrizione dettagliata che includa anche altri aspetti oltre il contenuto verbale. Nonostante l'analisi condotta nel presente studio sia un'analisi tematica, l'utilizzo di questo sistema permette eventuali sviluppi futuri della ricerca, potendo supportare, ad esempio, un'analisi del discorso dettagliata e sistematica. I contenuti delle interviste sono stati sottoposti ad analisi tematica con l'utilizzo del *software* MAXQDA 24.

La seconda fase della ricerca è costituita dalla raccolta fotografica sugli *homescapes*, effettuata in base alla disponibilità delle famiglie e coinvolge sei dei quindici nuclei familiari intervistati, così composti:

Tabella 1. *Composizione delle famiglie partecipanti alle due fasi dello studio*[6]

Fam.	Madre	Paese di nascita	Titolo di studio e occupazione	Padre	Paese di nascita	Titolo di studio e occupazione	Lingua principale della famiglia
1	Zoe	Inghilterra	LM, fisioterapista	Marco	Italia	PhD, ingegnere delle energie rinnovabili	Italiano
2	Sarah	Inghilterra	LM, traduttrice	Andrea	Italia	LM, fisioterapista	Inglese e italiano
3	Roberta	Italia	LM, insegnante di lingue	Matteo	Italia	PhD, ingegnere nucleare	Italiano
4	Jessica	Canada	LM, consulente aziendale	Giorgio	Italia	LM, consulente di marketing sportivo	Italiano
5	Gabriela	Italia	Diploma di scuola superiore. Addetta alle pulizie	(non partecipante)	Italia	(titolo non noto) Addetto alla ristorazione	Italiano
6	Sophie	Inghilterra	LM, docente	Roberto	Italia	PhD, docente Universitario in veterinaria	Inglese

In Tabella 1 si riporta la composizione delle famiglie sulle quali si concentra questo contributo, specificando il Paese di provenienza dei genitori e la lingua principale parlata in famiglia. La lingua è indicata sulla base delle dichiarazioni fatte dal nucleo familiare al momento dell'intervista.

Le ricerche sul LL si servono generalmente della fotografia come principale strumento di raccolta dati, anche per la sua disponibilità e accessibilità nei tempi moderni. L'indispensabile ruolo di questo strumento nel campo della ricerca sui paesaggi linguistici è stato sottolineato, tra gli altri, anche da Lou (2016). Nonostante l'utilizzo della fotocamera, in relazione alla ricerca, non richieda competenze specifiche, bisogna sottolineare come ogni volta il ricercatore debba prestare particolare attenzione alla composizione stessa dell'immagine (Gorter, Cenoz, 2024: 130). Le fotografie non si limitano a riprodurre la realtà, ma contestualizzano ciò che rappresentano e segni diversi possono essere interpretati in modo differente a seconda delle inquadrature (Kallen *et al.*, 2015). In alcuni casi, durante le interviste sono gli stessi intervistati a condividere con la ricercatrice degli elementi linguistici e culturali legati all'Italia o ad altri Paesi e si tratta prevalentemente di oggetti mostrati a supporto di quanto dichiarato nell'intervista stessa, mentre nel resto dei casi, è stata utilizzata la tecnica della la *partecipatory photography* (Holm, 2015), ovvero un metodo di raccolta in cui le immagini sono scattate dai partecipanti stessi, che dietro indicazione del ricercatore scelgono cosa e come fotografare (in numero uguale di famiglie per entrambe le tecniche). Dove possibile, si chiede di fotografare il

[6] Tutti i dati personali dei partecipanti sono stati sottoposti ad un processo di anonimizzazione, pertanto i nomi forniti sono pseudonimi.

soggetto della foto senza spostarlo dalla sua normale collocazione spaziale, ovvero di fotografarlo inserito nel suo contesto abituale. Questo significa che le informazioni raccolte saranno sempre influenzati dalla presenza del ricercatore, ma i partecipanti hanno la possibilità di interpretare il compito come ritengono opportuno. Attraverso questo procedimento, i partecipanti diventano co-ricercatori, potendo influenzare lo studio direttamente attraverso la loro raccolta dati, portando le relazioni di potere tra ricercatore e partecipante ad essere negoziate e la ricerca ad essere maggiormente collaborativa (Holm, 2015: 224). Per tale motivazione i dati raccolti tramite la fotografia partecipativa possono essere imprevedibili o di difficile interpretazione, pertanto, è fondamentale combinarli con altri, come in questo caso.

Il terzo momento della ricerca riguarda la prospettiva dei bambini, saltuariamente presenti alle interviste per motivi organizzativi e familiari. Tuttavia, nell'ambito della ricerca e nel perseguimento dei suoi obiettivi è interessante comprendere l'atteggiamento e la motivazione che i bambini hanno nei confronti dell'italiano e delle altre lingue parlate in famiglia. Parlare altre lingue è una costrizione o un'opportunità che vivono con entusiasmo? Il modo in cui i bambini percepiscono l'apprendimento della lingua, il coinvolgimento e l'atteggiamento della famiglia sono tutti elementi per avere una visione più completa della loro esperienza.

Per tale ragione, si è scelto di includere in modo più significativo la prospettiva dei bambini, con l'obiettivo di portare alla luce le loro opinioni e rappresentazioni. A tal proposito, l'attenzione è stata focalizzata su un gruppo di bambini frequentanti un corso di lingua presso *Mammamia*, in particolare sul gruppo di età compresa tra gli otto e i dodici anni. Trattandosi di bambini, è necessario premettere che ci si riferisce ad un pubblico diverso rispetto a quello dei corsi di lingua per adulti. È difficile pensare che un bambino sia venuto a conoscenza in autonomia della possibilità di studiare l'italiano e abbia scelto di farlo, quindi certamente la scelta, almeno in un primo momento, non è sua, ma della famiglia. Dalle specificità del contesto e dal confronto con l'insegnante emerge, dunque, che lo strumento di ricerca deve avere due caratteristiche principali: essere breve, o comunque modulabile, e avere una forma scritta. Per tali motivi, dopo aver valutato le possibili alternative con la docente, si decide di optare per un questionario modulabile e adatto alla fascia d'età presa in considerazione.

Questo è strutturato in modo che le diverse sezioni possano essere compilate nel corso di più lezioni, evitando di sovraccaricare il lavoro dei bambini in un'unica lezione e dando loro la possibilità di riflettere e argomentare le risposte. Inoltre, il questionario permette di integrare la ricerca alla lezione, senza interrompere il normale svolgimento della routine dei bambini. Risulta importante ai fini della ricerca, che i bambini svolgano il questionario a lezione e non a casa, in modo che le risposte non possano essere in alcun modo influenzate. Questo perché il questionario si rivela anche un ottimo strumento di triangolazione, intesa come ricerca di concordanza dei risultati provenienti da fonti e strumenti diversi (cfr. Janesick, 2000; Lucidi *et. al.*, 2008).

In conclusione, la raccolta dati è avvenuta tramite tecniche differenti. Interviste, fotografie e questionari sono analizzati separatamente in un primo momento, per poi confrontare i temi emersi. In questo modo i dati si integrano vicendevolmente dando vita ad una comprensione più approfondita delle politiche linguistiche familiari e di come queste si evincono dai panorami linguistici della casa.

Nel paragrafo successivo si analizzeranno i dati raccolti, soffermandosi con particolare attenzione sui temi che emergono dal confronto tra gli elementi visivi delle fotografie e le affermazioni emerse nel corso delle interviste.

4. Discussione dei risultati

Questa sezione si propone di discutere i principali risultati emersi dalle interviste semi-strutturate e dalla raccolta fotografica, mettendo in relazione tra loro e analizzando il loro ruolo nella costruzione e negoziazione delle identità plurilingui delle famiglie coinvolte nello studio.

Dalla combinazione delle due modalità di raccolta, ovvero la raccolta diretta e la fotografia partecipatoria, si ottiene un corpus complessivo di 49 fotografie[7] raggruppabili nelle seguenti categorie:

a) Cibo: 3 fotografie;
b) Libri: 8 fotografie;
c) Elementi decorativi: 16 fotografie;
d) Libri, *flashcards* e giochi per bambini: 22 fotografie.

L'analisi del materiale fotografico e delle interviste ha permesso di individuare alcuni temi ricorrenti. In questa sede, se ne discuteranno tre: identità, cibo, consapevolezza e pratiche genitoriali nell'apprendimento delle lingue. Tali tematiche sono scelte sulla base della loro rilevanza e ricorrenza nelle narrazioni, nonché sul significato che gli stessi partecipanti vi attribuiscono.

4.1. *Costruzione di un'identità plurilingue e pluriculturale: simboli e appartenenze*

Il primo tema emerso in maniera significativa sia dalle fotografie raccolte sia dalle interviste è quello dell'identità e dalla sua costruzione, constatato in sette interviste come tema centrale, ma che costituisce il filo rosso di tutti i racconti dei partecipanti. La costruzione di un'identità pluriculturale avviene in maniera piuttosto complessa, andando a costituire un'entità ibrida e in continua evoluzione (Blommaert, 2006; Wodak, 2012). Parlando dei bambini, questo appare ancora più evidente in quanto crescono e vivono in ambienti plurilingui e pluriculturali, dando origine a identità stratificate in cui coesistono più culture date dall'influenza dei propri genitori e dal contesto di riferimento. L'esempio più emblematico è rappresentato dalla foto di un bambino che incarna, non solo linguisticamente, ma anche semioticamente, la sua identità pluriculturale (Figura 1).

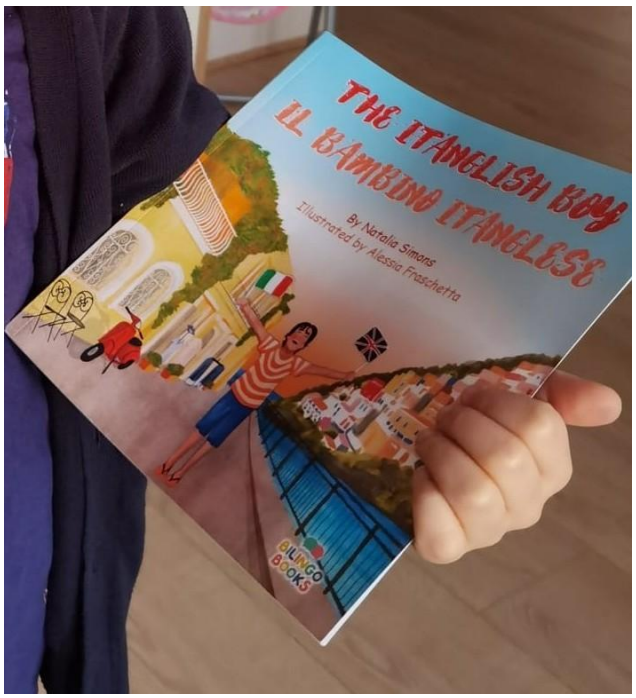
Figura 1. *Il tricolore e la Union Jack (famiglia 5)*



[7] Le fotografie raccolte sono 55, tuttavia dalla totalità sono stati esclusi doppioni di fotografie rappresentanti lo stesso soggetto e scattate dalla stessa angolazione.

L'uso delle bandiere come simbolo di appartenenza crea degli effetti di senso che riconducono a quella che è l'identità pluriculturale del bambino tra l'Italia e il Regno Unito. L'effetto è poi amplificato dalla ridondanza delle bandiere, che si ripetono in forme e fatture diverse. In primo luogo, sulla maglietta, dove la bandiera italiana e quella britannica si dividono diagonalmente e si uniscono formando un unico riquadro colorato, come a rappresentare due metà di una sola cosa. La bandiera tricolore si ripete, poi, nel cappello, mentre una Union Jack, disegnata e colorata a mano su carta dal bimbo, viene stretta nella sua mano. Se si focalizza l'attenzione sul libro tenuto nella mano sinistra, si può osservare come vi siano delle somiglianze tra gli elementi appena presentati e quelli raffigurati sulla copertina (Figura 2).

Figura 2. *Il bambino itanglese (Simons, 2022)*



Osservando il libro, si nota come questo già dal titolo rappresenti l'aspetto dell'identità multiculturale del bambino che si trova immerso tra la cultura italiana e quella britannica. Il titolo del libro, riportato in italiano e in inglese, è *The Itanglish Boy* o *Il bambino Itanglese*. Ciò che rimanda all'idea di una identità ibrida è proprio l'aggettivo "Itanglish" o, nella versione italiana, "Itanglese", creato dalla composizione dell'aggettivo *Italian* e inglese nelle due lingue. La scelta dell'autrice del libro marca linguisticamente l'accostamento tra due culture differenti che si fondono, creando un'unica parola portatrice di un doppio significato e di una doppia identità. La storia, infatti, racconta di Carlo, un bambino che parla due lingue e vive una vita con una duplice eredità, datagli dalle due culture alle quali appartiene, tuttavia, non sempre percepisce questo aspetto come una fortuna. Quando durante le vacanze estive visita l'Italia, viene preso in giro dai suoi cugini, che trovano divertente il suo modo di parlare. Carlo intraprende, così, un viaggio verso l'acquisizione di una maggiore fiducia in sé stesso, comprendendo il potere che ha grazie a questa doppia appartenenza. Sulla copertina del libro Carlo stringe tra le mani due bandiere a simboleggiare un'identità plurale, che nasce dall'incontro tra due culture.

L'identità plurale e il connubio tra Italia e Regno Unito si evince anche dagli oggetti che si trovano in casa, come nel caso dei due modellini in Figura 3.

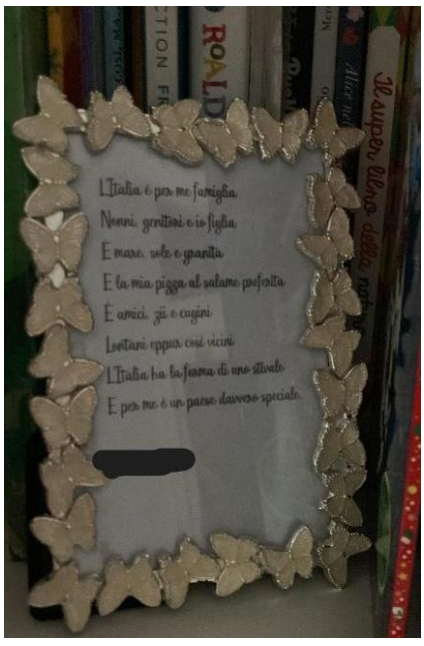
Figura 3. *L'Italia e l'Inghilterra (famiglia 3)*



Nella foto è possibile distinguere due elementi rappresentativi e simbolici dell'Italia e dell'Inghilterra. Sulla destra, una vespa gialla in miniatura, un simbolo iconico dell'Italia diventato icona della mobilità, dello stile e della quotidianità italiana in tutto il mondo. A sinistra, un altro modellino, questa volta di un sottomarino giallo, il celebre *Yellow Submarine* dell'omonima canzone dei Beatles, *band* la cui città di origine è proprio Liverpool. La stessa famiglia, nell'inviare questa foto, la descrive come "l'Italia e l'Inghilterra" a testimoniare due realtà che convivono dentro e fuori la famiglia. Gli elementi del *Linguistic Homescape* riflettono la performatività dell'identità, mostrando come lingue e culture si intreccino tra loro, testimoniando come le identità «are performed, constructed, enacted and produced in communication with others» (Blackledge, Creese, 2016: 286).

A rafforzare ulteriormente la connessione tra identità, lingua e appartenenza contribuisce anche la rappresentazione stessa che i bambini hanno del paese d'origine della famiglia, come si evince da una poesia scritta da una bambina di 10 anni (Figura 4).

Figura 4. *L'Italia è per me… (famiglia 3)*



Il quadretto in Figura 4 incornicia la poesia in rima che recita:

> L'Italia per me è famiglia
> Nonni, genitori e io figlia
> È mare, sole e granita
> È la mia pizza al salame preferita
> È amici, zii e cugini
> Lontani eppur così vicini
> L'Italia ha la forma di uno stivale
> E per me è un paese davvero speciale.

Attraverso un linguaggio semplice, l'identità si costruisce attraversando lingua e memoria, risaltando elementi culturali e relazionali che costruiscono e mantengono vivo un forte legame con le proprie radici. La rappresentazione dell'Italia, Paese nel quale la bambina è nata, ma non ha mai stabilmente vissuto, non è solo geografica, ma anche affettiva e simbolica. È il luogo dove affondano le radici, quello dei legami familiari profondi, ma anche dei sapori e della tradizione. Tale legame viene ribadito nel questionario in cui la bambina sottolinea come per lei l'Italia e la lingua italiana rappresentino «Pizza!!! Grandma and Grandpa!!! nonni!».

Tramite questo processo di elaborazione personale e di scoperta della propria identità viene dato significato alla propria esperienza di individuo con un ricco bagaglio linguistico e culturale. L'identità diventa, dunque, un processo di scoperta, mediazione e affermazione, in cui le esperienze e le differenti culture si intrecciano e si arricchiscono reciprocamente.

4.2. *Il cibo nell'homescape: espressione identitaria e continuità culturale*

Un altro importante tema che emerge dall'analisi dell'*homescape* delle famiglie migranti è quello del cibo, in quanto veicolo di appartenenza, continuità e memoria. Il cibo è un elemento fondamentale per la vita dell'uomo, strettamente legato alla propria cultura, che occupa un ruolo centrale all'interno della quotidianità e della tradizione italiana. Tale tema si riscontra in dodici interviste, di cui dieci come tema secondario. Il consumo alimentare va oltre il semplice nutrimento ed è funzionale alla costruzione delle identità individuali e collettive, permettendo di socializzare e connettersi con gli altri a livello culturale, facendo sì che le pratiche legate al cibo siano fondamentali nella quotidianità (Cuevas *et al.*, 2021). La preparazione dei cibi tradizionali, specialmente in contesto migratorio, permette di mantenere un legame simbolico con le proprie origini e contribuisce a creare uno spazio familiare anche oltre confine (Appadurai, 1988; Lévi-Strauss, 2016; Gerber *et al.*, 2022). . Nel caso delle famiglie con retroterra migratorio questo legame si intensifica, la condivisione del cibo diventa un rituale da compiere insieme e, come sottolineano alcuni degli intervistati, il sedersi a tavola insieme è un'abitudine italiana che diventa una routine familiare (Migliorini *et al.*, 2016). In alcuni casi il contatto simbolico e culturale con l'Italia avviene attraverso il cibo molto più che attraverso la lingua.

Nella famiglia di Sophie e Roberto, ad esempio, l'italiano svolge un ruolo del tutto marginale nelle conversazioni quotidiane, come sottolineato dal padre che afferma: "English is a tool Italian is the accessory". L'inglese viene percepito come uno strumento funzionale nella comunicazione quotidiana in famiglia, mentre l'italiano ha una funzione accessoria, perlopiù legata alla tradizione. È proprio a tavola che famiglie come questa riescono a creare occasioni di condivisione e uso dell'italiano in virtù del fatto che, come afferma Roberto, "la cultura italiana e le espressioni più colorite sono del cibo […] lì è un momento in cui escono parole come la 'scarpetta', 'magna', invece di mangiare". I

momenti di condivisione a tavola, dunque, rappresentano degli spazi simbolici in cui si rafforzano legami culturali. Per questa famiglia, infatti, il cibo è un veicolo di trasmissione culturale e identitaria, che compensa, almeno simbolicamente, la limitata esposizione alla lingua:

> Sophie: […] we expose the children to a lot for example we (.) Rob is very good at making home-made pizza so he often eats a lot of Italian food and bringing a lot of Italian food back so children are also used to the Italian diet and they really like it, and Italian food. His parents have a farm and so every year they have olives and they make olive oil, so we only eat Italian olive oil from the family, and I think Rob is really proud of making breads and pizza dough and pasta, so they understand that this food is Italian food.
>
> Roberto: Even if not transmitted thought the language only and definitely they know the culture very well.
>
> (Sophie: […] esponiamo i bambini a molte cose, Rob è molto bravo a preparare la pizza fatta in casa, quindi mangiano spesso cibo italiano e portano a casa molti piatti italiani, così anche i bambini sono abituati alla dieta italiana e la apprezzano molto, così come il cibo italiano. I suoi genitori hanno una fattoria e quindi ogni anno raccolgono le olive e producono olio d'oliva, quindi mangiamo solo olio d'oliva italiano della famiglia, e penso che Rob sia davvero orgoglioso di preparare il pane, l'impasto per la pizza e la pasta, quindi capiscono che questo cibo è italiano.
>
> Roberto: Anche se non viene trasmesso solo attraverso la lingua, sicuramente conoscono molto bene la cultura).

Secondo Sophie è attraverso il contatto con la cucina Italia e le tradizioni familiari di Roberto che i bambini hanno modo di relazionarsi con le abitudini italiane creando un legame affettivo e simbolico con esse. Non si tratta solo di mangiare cibo italiano, ma di trasmettere, attraverso la preparazione dei cibi, elementi culturali e della tradizione. La madre sottolinea come l'olio sia artigianale, fatto dai genitori del marito che hanno una fattoria e come anche la pizza e la pasta siano fatte a mano, evidenziando come cercano di trasmettere ai figli i valori della tradizione, che contemplano l'autenticità dei cibi, la loro artigianalità e genuinità. Roberto sottolinea come queste pratiche compensino l'assenza di trasmissione della cultura che avviene attraverso la lingua. Si tratta perlopiù di un veicolo affettivo e simbolico che può avvicinare i bambini alla cultura e all'interesse a scoprire l'Italia, pur non compensando l'assenza di esposizione alla lingua. Le tradizioni culinarie locali e regionali influenzano l'identità culturale e il senso di appartenenza ad un territorio d'origine poiché ne riflettono le tradizioni (Duruz, 2005; Żarski, 2013; Danielson, 2021; Arcadu *et al.*, 2025).

Il tema del cibo sembra essere molto caro anche a Jessica, di nazionalità canadese, e Giorgio, originario del bolognese (Fam. 4). In questo caso l'italiano svolge il ruolo di lingua della comunicazione tra i membri della famiglia, raramente affianca dall'inglese nelle interazioni madre-figlio. In questo nucleo è la madre, originaria del Canada, ad esprimere il desiderio di parlare italiano con loro figlio di un anno, nonostante l'italiano non sia la sua prima lingua:

> Jessica: […] tanti ti dicono di fare "one parent one language" e io proprio non volevo fare così perché se devo sempre parlare inglese a casa con lui per me l'italiano non avrei mai avuto occasione di usarlo perché non è che vado in giro a Liverpool e parlo italiano.

La visione di Jessica offre una duplice prospettiva sul tema del mantenimento linguistico, che assume tratti pratici ed affettivi. Da una parte, si rifiuta di adottare la pratica "one parent one language" non perché non creda in tale modalità di gestione delle lingue, ma perché percepisce l'uso dell'italiano in casa anche come una possibilità per sé stessa di mantenere viva una lingua che altrimenti non avrebbe modo di praticare nel contesto circostante. Dall'altra parte, la motivazione è legata alla sua esperienza di parlante bilingue. Jessica, infatti, pur essendo madrelingua inglese, è cresciuta in un contesto plurilingue come quello canadese. Tuttavia, racconta come nel tempo abbia progressivamente perso la lingua francese, una perdita percepita come una mancanza identitaria. Per tale motivo, le scelte e le pratiche linguistiche vengono messe in atto al fine di evitare che il figlio possa rivivere la stessa esperienza. L'esperienza di Jessica mette in luce come la scelta dell'italiano risponde ad un duplice obiettivo, da una parte personale, in quanto la donna vuole mantenere l'italiano nel proprio repertorio, dall'altra di trasmissione generazionale nei confronti del figlio.

Nelle fotografie scattate dalla famiglia emerge il forte legame con il cibo italiano ed in particolare quello bolognese, come dimostra la scelta di rappresentare una confezione di tortellini all'interno del frigo (Figura 5).

Figura 5. *I tortellini (famiglia 4)*



Soffermandosi sul prodotto si nota come non si tratti di un comune tortellino, ma di una azienda italiana che produce pasta fresca a Bologna. La scelta di questo prodotto specifico, dunque, suggerisce un'azione che va oltre il semplice consumo, considerato il fatto che in Inghilterra si trovano in commercio diverse marche commerciali di tortellini. L'acquisto di un marchio italiano, probabilmente acquistato personalmente in Italia o fatto recapitare, non solo marca una scelta basata su un criterio di qualità, ma mette in luce anche un rapporto identitario con la propria terra. In questo caso, dunque, l'italianità passa attraverso un cibo, che sembra farsi ambasciatore di elementi affettivi, identitari e culturali.

Le foto scattate dalla coppia sono molto interessanti e ribadiscono ulteriormente una delle caratteristiche principali della fotografia partecipatoria, ovvero il fatto che questa permette di osservare la realtà con gli occhi dei partecipanti, i quali interpretano il compito dato e danno un proprio senso alla loro realtà che li circonda. Questo aspetto emerge nelle foto inviate (Figura 5) presentando non solo la realtà visibile, ma anche quella più nascosta, come gli elementi contenuti nei mobili o nel frigorifero.

Le immagini evidenziano come un elemento apparentemente banale e di uso quotidiano, come il frigorifero, assuma una valenza simbolica e si faccia custode di culture, pratiche e abitudini. Come osservato da Miller (2001), in studi di ambito antropologico, gli oggetti della casa sono densi di valore affettivo e culturale. La scelta stessa della famiglia di fotografare l'interno del frigo dimostra una volontà di condividere elementi della sfera privata, svelando oggetti che altrimenti sarebbero stati invisibili.

La realtà culinaria italiana è anche al centro di alcuni libri di cucina, come quello in Figura 6.

Figura 6. *Mica solo tortellini! (famiglia 4)*



Il libro *Mica solo tortellini!* è un esempio interessante di recupero delle radici e contatto con la propria terra d'origine. Il titolo e l'immagine della copertina giocano su stereotipi culturali legati alla cultura bolognese. Il disegno raffigura una sagoma, con busto di mortadella e un cappello a forma del tradizionale cappelletto, elementi che ironizzano su due dei cibi tipici emiliano-romagnoli, e unitamente al titolo che enfatizza ironicamente l'idea di Bologna come città dei tortellini, invitano il lettore, con tono ironico, a scoprire nuovi sapori della cucina locale. Attraverso il sottotitolo si scopre che non solo si tratta di un libro di ricette del territorio, ma anche che queste appartengono alla storia della città e sono scritte in dialetto bolognese. Si tratta, dunque, di un libro bilingue a tutti gli effetti, dove i testi in bolognese sono affiancati da traduzioni in italiano e dove il dialetto diventa lingua della narrazione e lingua di memoria. Anche per la madre il bolognese è un dialetto

familiare in quanto racconta di avere un legame con Bologna essendo la città in cui ha avuto modo di apprendere l'italiano:

> Jessica: […] anche io ho studiato italiano a Bologna poi ho fatto quattro mesi di università a Milano e mi è capitato che qualche parola non sono proprio italiano quello che avevo imparato […] perché avevo imparato dai suoi o da lui ((il marito)).
>
> Giorgio: In realtà non è dialetto però sono modi in cui (.) modi di dire alcune cose.
>
> Jessica: Sì, mi viene "rusco" è quello che mi viene in mente.
>
> Giorgio: Sì, per immondizia noi lo chiamiamo "rusco" a Bologna.
>
> Jessica: Anche lui ((il bambino)) lo dice "rusco" adesso ((ride)).

Jessica evidenzia come alcune espressioni apprese a Bologna siano entrate nel suo repertorio linguistico e si stiano anche tramandando al bambino, diventando termini d'uso quotidiano nella famiglia.

Attraverso il cibo la famiglia manifesta la sua appartenenza e mantiene il contatto con la terra d'origine. I tortellini nel frigorifero o il libro di ricette sullo scaffale diventano, quindi, parte dell'*homescape*, trasformando delle abitudini quotidiane in ponti con la propria cultura d'origine e la propria identità pluriculturale.

4.3. *Ideologie, pratiche e dimensione simbolica nella crescita plurilingue*

Le interviste condotte con i genitori evidenziano una generale consapevolezza diffusa, ma eterogenea, dei processi legati al bilinguismo. In undici interviste si evidenzia come i genitori abbiano una conoscenza delle strategie e dei benefici legati alla gestione delle lingue, i quali si manifestano poi con gradi diversi di riflessione e attuazione, a seconda delle esperienze pregresse delle famiglie, delle proprie personali convinzioni e delle informazioni a cui hanno avuto accesso. Nella maggior parte dei casi, le conoscenze della famiglia provengono da letture divulgative sul tema o dall'esperienza diretta o mediata attraverso il confronto con altri membri della comunità.

Tali conoscenze non restano teoriche, ma mutano le pratiche linguistiche dei genitori rendendoli consapevoli del fatto che non solo il bilinguismo non sia una conseguenza diretta del parlare due lingue al bambino, ma anche che l'intensità di tali pratiche abbia un impatto fondamentale. Su questo tema anche altri studi come quello di Piller e Geber (2018) hanno osservato come la letteratura di auto-aiuto (*self-help*) generino stati di ansia e preoccupazione, influenzando le strategie adottate in famiglia e il ruolo dei genitori.

Emerge così il concetto di esposizione alla lingua come fattore determinante dello sviluppo di una lingua ereditaria rispetto a quella maggioritaria:

> Sarah: La "exposure" che un bambino deve essere esposto il più possibile alla "minority language" se vuoi arrivare al livello di bilinguismo (.) cioè c'è questa, anche quando tutti e due.
>
> Andrea: Poi appunto leggevamo che c'erano diversi livelli di bilinguismo, no? Il bilinguismo dove, comunque, il bambino riesce a comprendere, parla, ti risponde, ma poi c'è il bilinguismo dove riesce anche a scrivere e quindi riesce anche a scrivere bene in italiano.
>
> Sarah: […] Cioè non basta che lui è esposto.

In questo estratto emergono due elementi importanti. Il primo evidenzia la conoscenza del bilinguismo non come un fenomeno monolitico che si presenta uguale per ciascun

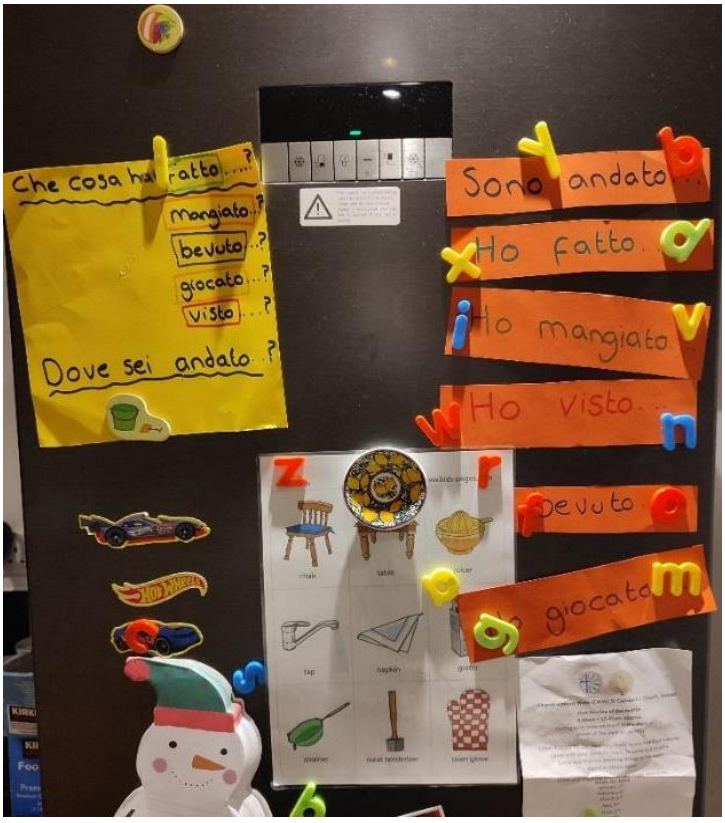
individuo, bensì come un *continuum* di competenze che toccano tutte le abilità della lingua. Il secondo, invece, riguarda la consapevolezza dell'esposizione, ovvero il fatto che il bambino deve essere esposto il più possibile alla lingua poiché il solo ricevere *input* linguistico non è sufficiente. I genitori riflettono esplicitamente sul concetto di *esposizione* (Carroll, 2017) e su come la competenza che si sviluppa nei bambini abbia bisogno di un *input* qualitativamente e quantitativamente significativo (De Houwer, 2011, 2015). Il padre sottolinea come la visione del bambino "spugna" sia legata ad un mero luogo comune e che l'acquisizione di una lingua sia un fenomeno molto più complesso che richiede un impegno costante e significativo anche da parte della famiglia:

> Andrea: […] il fatto come dicono delle persone della spugna non è assolutamente vero, *son delle spugne*, non è, cioè non è così, poi dopo non è che mi metto a dirgli ai colleghi o alle persone che me lo dicono che comunque *no guarda, non hai capito proprio niente di come funziona.*

L'idea di Andrea si allontana da una visione semplicistica del bilinguismo e mette in luce come sia necessaria una «esposizione giusta» per sviluppare una competenza attiva della lingua. Tale riflessione rispecchia i risultati di numerose ricerche che correlano l'esposizione ad una specifica lingua con l'ampiezza del vocabolario utilizzato dai bambini bilingui (Patterson, 1998; Gathercole, Thomas, 2009; Place, Hoff, 2011; Scheele *et al.*, 2010).

All'interno del contesto anglofono, in cui la famiglia vive e agisce, le opportunità di contatto con la lingua italiana fuori dalla sfera domestica sono poche. È così che casa si trasforma e l'ambiente circostante viene ristrutturato e rifunzionalizzato per supportare le pratiche linguistiche della famiglia. È il caso del frigorifero della famiglia 2 (Figura 7).

Figura 7. *Il frigorifero (famiglia 2)*



In questo esempio, un comune elettrodomestico presente in casa, come il frigorifero, viene rifunzionalizzato, trasformando la parte esterna in una vera e propria lavagna didattica. Si può osservare come lo sportello diventi la superficie sulla quale la madre costruisce delle brevi lezioni di lingua italiana a casa. In alto a sinistra si nota un foglio giallo con due interrogative al passato prossimo "Che cosa hai…?" con una serie di participi passati da poter utilizzare e "Dove sei andato?". Sul lato destro, invece, una serie di foglietti di carta arancione, ognuno dei quali riporta la costruzione ausiliare avere + verbo al participio passato, in una sorta di pillola di grammatica italiana, probabilmente pensata per facilitare la memorizzazione della struttura e, di conseguenza, l'apprendimento linguistico. Ad un'attenta lettura è possibile notare come tra le diverse possibilità di verbi vi sia anche il passato prossimo del verbo "giocare", "giocato", a costituire la frase "Che cosa hai giocato?". È possibile presupporre che questo esempio risenta di un'interferenza linguistica, data la compresenza di due sistemi grammaticali distinti, dell'inglese "What did you play?", dove "to play" è un verbo utilizzato transitivamente in lingua inglese. In italiano, invece, il suo equivalente "giocare" richiede generalmente una preposizione, come "a" (es. giocare a calcio, giocare a carte). Questo non accade in alcuni dialetti centro-meridionali e in alcune varietà di italiano, le quali, tuttavia, non si ritengono applicabili a questo caso. Difatti, la madre, madrelingua inglese, ha appreso l'italiano in Toscana, a Firenze, città dalla quale proviene anche suo marito, di origini marchigiane.

Al centro della "lavagna" si trovano una serie di *flashcards* che riportano nomi di oggetti quotidiani in lingua inglese, riferiti all'ambiente della cucina, come *tap* 'rubinetto', *napkin* 'tovagliolo' o *strainer* 'scolapasta'. Anche l'accostamento tra le pillole in lingua inglese e quelle in lingua italiana risulta interessante. Nel caso dell'inglese, il focus è sul lessico, presumibilmente con l'obiettivo di ampliare il vocabolario del bambino (di cinque anni al momento della ricerca) all'interno di un ambito specifico, in questo caso il lessico della cucina. Dall'altro lato, invece, gli elementi che riguardano l'italiano sono focalizzati sulle strutture grammaticali, forse per una maggiore distanza tra la lingua di minoranza e quella di maggioranza.

Un esempio simile di ricostituzione funzionale di alcuni elementi della casa si ha anche nella famiglia 6, l'unica famiglia in cui l'inglese costituisce quasi esclusivamente il codice linguistico utilizzato a casa. Anche in questo contesto familiare, il frigorifero, disposto proprio accanto al tavolo, viene rifunzionalizzato ospitando alcune *flashcards* in lingua italiana (Figura 8) e diventando, seppur informalmente, uno strumento pedagogico.

Figura 8. *Flashcards (famiglia 6)*



Seppur non visibile dalla prospettiva in cui è stata scattata la foto, anche in questo caso le *flashcards* si trovano sul frigorifero, accanto al tavolo della cucina. Questa scelta non appare essere casuale, ma sembra riflettere le strategie linguistiche messe in atto dalla famiglia. Come anticipato, questa famiglia predilige l'uso dell'inglese a casa, ma ritaglia brevi momenti di contatto con l'Italia e l'italiano durante la cena:

> Roberto: Durante la settimana l'unico momento in cui parliamo italiano è a tavola che noi mangiamo sempre (.) mangiamo sempre insieme mai separati e i bambini sono obbligati a parlare e lì è dove a volte io provo a parlare italiano, quindi *cosa stai mangiando?*, *qual è quel piatto?*

L'esempio del frigorifero di Sarah e Andrea, così come le *flashcards* utilizzate da Sophie e Roberto, mostrano come lo spazio domestico possa trasformarsi in un ambiente di apprendimento, in cui le pratiche linguistiche vengono pianificate. In entrambi i casi, un comune oggetto casalingo come il frigorifero si trasforma, assumendo una funzione simbolica e pratica nel processo di apprendimento linguistico. Tuttavia, i due casi si differenziano per la loro strutturalità. Il primo riflette un apprendimento linguistico più esplicito, strutturato e costante, mente il secondo, contestualmente a ciò che dichiarato nelle interviste, manifesta uno sforzo nel mantenimento della lingua, seppure complesso e limitato a momenti specifici della giornata.

5. CONCLUSIONI

Nel presente contributo si è osservato come il campo del *Linguistic Landscape* si sia ampliato sempre di più, dalla sola presenza di lingue nello spazio pubblico, includendo visioni più ampie e contesti eterogenei. Uno di questi è quello che riguarda l'*homescape*, un filone di studi sui panorami linguistici che sposta la sua attenzione dal pubblico al privato, dove la casa diventa uno spazio vissuto e carico di significato. L'analisi dell'*homescape* risulta particolarmente utile per osservare la vitalità delle lingue, specialmente delle lingue ereditarie in contesti migratori, poiché la casa, in quanto ambiente privato, consente una maggiore *agency* alle famiglie, svincolandosi da qualsiasi norma governativa. Considerato il contesto anglofono di riferimento, nel quale l'insegnamento delle lingue non gode di grande popolarità, diventa ancora più importante tenere presente il ruolo della famiglia non solo come primo contatto del bambino con le lingue ereditarie, ma anche come realtà promotrice del loro mantenimento.

L'analisi dell'*homescape*, unitamente alle dichiarazioni delle famiglie, permette di delineare quelle che sono le scelte linguistiche, le pratiche e l'investimento all'interno della famiglia. La raccolta diretta sul campo, insieme alla fotografia partecipatoria, ha permesso di far emergere alcuni dei temi principali trattati. La tecnica della fotografia partecipatoria si è rivelata molto interessante, in quanto ha permesso di osservare la realtà attraverso lo sguardo personale delle famiglie partecipanti, le quali hanno interpretato il compito dato dalla ricercatrice e fornito una rappresentazione intima del proprio ambiente domestico. I dati raccolti in questo modo risultano molto personali, proprio in virtù del fatto che a raccoglierli è la famiglia, selezionando in autonomia ciò che è importante e significativo per i suoi membri.

Attraverso l'analisi dell'*homescape* si è osservato come la casa rappresenta un luogo intrinsecamente carico di elementi simbolici e culturali, che contribuiscono alla creazione di uno spazio plurilingue e multiculturale. In questo contesto crescono e si alimentano identità plurali e in continua evoluzione, in cui elementi di culture diverse si intrecciano e arricchiscono reciprocamente.

L'aspetto identitario dell'*homescape* è emerso anche attraverso il cibo, che non viene visto unicamente come bisogno nutritivo, ma come veicolo di cultura, identità e memoria (Appadurai, 1988). Il frigorifero diventa, dunque, un contenitore di elementi importanti nell'affermazione della propria identità e per manifestare il proprio senso di appartenenza ad una specifica comunità. Anche la scelta del cibo non è casuale, ma denota una ricerca e un'affermazione di valori insiti nell'idea del *Made in Italy*, come nel caso dei tortellini bolognesi, valori legati alla propria identità e al territorio di provenienza.

Infine, si è visto come l'ambiente domestico stimoli l'apprendimento della lingua ereditarie. In alcuni casi, come quello della pillola di lingua italiana sul frigorifero, gli elementi dell'*homescape* risultano più strutturati e inseriti all'interno di un disegno progettuale più ampio. In altri casi, come quello delle *flashcards*, l'ambiente domestico circostante supporta l'interazione nella lingua ereditaria anche dove questa risulta quasi assente.

Il contributo prende in esame un'area geografica dell'Inghilterra ancora poco esplorata, offrendo una prospettiva nuova su famiglie con background migratorio nella città di Liverpool. La ricerca integra diverse dimensioni e prospettive, includendo sia il ruolo dei genitori sia quello dei bambini, analizzando le pratiche quotidiane, le dinamiche familiari e le strategie linguistiche adottate, arricchendo le discussioni sugli *homescapes* con particolare attenzione al contesto migratorio. Il lavoro mostra come l'ambiente domestico non costituisca solo lo sfondo in cui la famiglia agisce, ma contribuisca attivamente alla promozione e alla pratica delle lingue ereditarie in famiglia. In quanto spazio personale, è il luogo in cui i membri della famiglia agiscono lontano dalle norme del contesto esterno ed esprimo la propria identità plurale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Atkinson M. T., Heritage J. (eds.) (1984), *Structures of social action: Studies in conversation analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.

Appadurai A. (1988), "How to make a national cuisine: Cookbooks in contemporary India", in *Comparative Studies in Society and History*, 30, pp. 3-24.

Appadurai A. (1990), "Disjuncture and difference in the global cultural economy", in *Theory, Culture & Society*, 7, 2-3, pp. 295-310.

Arcadu M., Zanolin G., Migliorini L. (2025), "Food identity and migrations: Dynamic processes and local communities", in *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, 31, pp. 461-481: https://rivisteopen.unimc.it/index.php/cap-cult/article/view/3533/7624.

Aronin L., Ó Laoire M. (2013), "The material culture of multilingualism: Moving beyond the linguistic landscape", in *International Journal of Multilingualism*, 10, 3, pp. 225-235: https://doi.org/10.1080/14790718.2012.679734.

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: https://doi.org/10.21832/9781847692993-003.

BBC Bitesize (s.d.), "Guide: Revision 2", in *BBC Bitesize*: https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zqhvmnb/revision/2.

Bell D. S. (2003), "Mythscapes: memory, mythology, and national identity", in *The British Journal of Sociology*, 54, 1, pp. 63-81: https://doi.org/10.1080/0007131032000045905.

Blackledge A., Creese A. (2016), *Multilingualism: A critical perspective*, Bloomsbury Academic, London.
Blommaert J. (2006), "Language policy and national identity", in Ricento T. (ed.), *An introduction to language policy: Theory and method*, Blackwell, Oxford, pp. 238-254.
Boivin N. (2021), "Homescape: Agentic space for transmigrant families' multisensory discourse of identity", in *Linguistic Landscape*, 7, 1, pp. 37-59: https://doi.org/10.1075/ll.19019.boi.
British Academy (2009), *Language Matters. A position paper*, British Academy, London.
British Academy (2011), *A position statement. Language matters more and more*, British Academy, London.
British Academy, American Academy of Arts and Sciences, Australian Academy of the Humanities, Academy of the Social Sciences in Australia, The Royal Society of Canada (2020), *The importance of languages in global an international call to action*, British Academy, London.
British Council (2017), *Language Trends 2016/17. Language teaching in primary and secondary schools in England*, British Council, London.
Brown K. D. (2012), "The linguistic landscape of educational spaces: Language revitalization and schools in southeastern Estonia", in Gorter D., Marten H. F., Van Mensel L. (eds.), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, pp. 281-298: https://doi.org/10.1057/9780230360235_16.
Carroll S. E. (2017), "Exposure and input in bilingual development", in *Bilingualism: Language and Cognition*, 20, 1, pp. 3-16: https://doi.org/10.1017/S1366728915000863.
Copland F., McPake J. (2022), "Building a new public idea about language'?: Multilingualism and language learning in the post-Brexit UK", in *Current Issues in Language Planning*, 23, 2, pp. 117-136: https://doi.org/10.1080/14664208.2021.1939976.
Cuevas C., Herrera P., Morales G., Aguayo L., Galvez E. P. (2021), "Understanding the food-family relationship: A qualitative research in a Chilean low socioeconomic context", in *Appetite*, 156: https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104852.
Curdt-Christiansen X. L. (2009), "Invisible and visible language planning: Ideological factor in the family language policy of Chinese immigrant families in Quebec", in *Language Policy,* 8,4, pp. 351-37: https://doi.org/10.1007/s10993-009-9146-7.
Curdt-Christiansen X. L., La Morgia F. (2018a), "Managing heritage language development: Opportunities and challenges for Chinese, Italian and Pakistani Urdu-speaking families in the UK", in *Multilingua*, 37, 2, pp. 177-200: https://doi.org/10.1515/multi-2017-0019.
Curdt-Christiansen X. L., Lanza E. (2018b), "Language management in multilingual families: Efforts, measures and challenges", in *Multilingua*, 37, 2, pp. 123-130: https://doi.org/10.1515/multi-2017-0132.
Curdt-Christiansen X. L., Sun B. (2022), "Establishing and maintaining a multilingual family language policy", in A. Stavans A., Jessner U. (eds.), *The Cambridge handbook of childhood multilingualism*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 257-277: https://doi.org/10.1017/9781108669771.
Danielson A. (2021), "Culinary traditions in the borderlands of Judah and Edom during the Late Iron Age", in *Tel Aviv*, 48, pp. 87-111: https://doi.org/10.1080/03344355.2021.1904683.
De Houwer A. (2011), "Language input environments and language development in bilingual acquisition", in *Applied Linguistics Review*, 2, pp. 221-240: https://doi.org/10.1515/9783110239331.221.

De Houwer A. (2015), "Harmonious bilingual development: young families' well-being in language contact situations", in *International Journal of Bilingualism*, 19, 2, pp. 169-184: https://doi.org/10.1177/1367006913489202.
Duruz J. (2005), "Eating at the borders: Culinary journeys", in *Environment and Planning D: Society and Space*, 23, pp. 51-69: https://doi.org/10.1068/d52.
Gafaranga J. (2010), "Medium request: Talking language shift into being", in *Journal of Sociolinguistics*, 14, 3, pp. 333-362: https://doi.org/10.1017/S0047404510000047.
Gathercole V. C. M., Thomas E. M. (2009), "Bilingual first-language development: Dominant language takeover, threatened minority language take-up", in *Bilingualism: Language and Cognition*, 12, 2, pp. 213-237: https://doi.org/10.1017/S1366728909004015.
Gerber S., Folta S. C. (2022), "You are what you eat... but do you eat what you are? The role of identity in eating behaviors: A scoping review", in *Nutrients*, 14, 3456: https://doi.org/10.3390/nu14173456.
Gorter D., Cenoz J. (2024), *A Panorama of linguistic landscape studies*, Multilingual Matters, Bristol, Blue Ridge Summit: https://doi.org/10.21832/gorter7144.
Green A. E. (1988), "The North-South divide in Great Britain: An examination of the evidence", in *Transactions of the Institute of British Geographers*, 13, 2, pp. 179-198: https://doi.org/10.2307/622505.
Grieshaber S., Shield P., Luke A., Macdonald S. (2011), "Family literacy practices and home literacy resources: An Australian pilot study", in *Journal of Early Childhood Literacy*, 12, 2, pp. 113-38: https://doi.org/10.1177/1468798411416888.
Haque S. (2012), "Toward an identity stress: Language and religious affiliations of an immigrant adolescent in Norway", in *Nordic Journal of Migration Research*, 2, 3, pp. 224-231: https://doi.org/10.2478/v10202-011-0044-7.
Harding E., Riley P. (2003 [1986]), *The bilingual family: A Handbook for parents*, Cambridge University Press, Cambridge: https://doi.org/10.1017/CBO9780511667213.
Holm G. (2015), "Participatory photography: Language minority teenagers' sense of belonging?", in *ETD - Educação Temática Digital*, 17, 1, pp. 211-227: https://doi.org/10.20396/etd.v17i1.8634827.
Janesick V. J. (2000[2]), "The choreography of qualitative research design: Minuets, improvisations, and crystallization", in Denzin N. K., Lincoln Y. S. (eds.), *Handbook of qualitative research*, Sage, Los Angeles, pp. 379-399.
Jefferson G. (2004), "Glossary of transcript symbols with an introduction", in Lerner G. H. (ed.), *Conversation analysis: Studies from the first generation*, John Benjamins, Amsterdam, pp. 13-31: https://doi.org/10.1075/pbns.125.02jef.
Kallen J. L., Dunlevy D., Balaeva O. (2015), "Contextualising units in the linguistic landscape: How should data be framed?", comunicazione presentata al *7th Linguistic Landscape Workshop*, 7-9 May, University of Berkeley.
King Kendall A., Fogle L., Logan-Terry A. (2008[2]), "Family language policy", in Creese A., Martin P., Hornberger N. H. (eds.), *Encyclopedia of Language and Education*, vol. 9, Springer, New York, pp. 907-922: https://doi.org/10.1111/j.1749-818X.2008.00076.x.
Krompák E. (2018), "Linguistic Landscape im Unterricht. Das didaktische Potenzial eines soziolinguistischen Forschungsfelds", in *BzL - Beiträge Zur Lehrerinnen- Und Lehrerbildung*, 36, 2, pp. 246-261: https://doi.org/10.36950/bzl.36.2.2018.94451.
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: https://doi.org/10.1177/0261927X970161002.

Lanvers U., Coleman J. (2017), "The UK language learning crisis in the public media: a critical analysis", in *Language Learning Journal*, 45, 1, pp. 3-25: https://doi.org/10.1080/09571736.2013.830639.
Lanza E. (2004 [1997]), *Language mixing in infant bilingualism: A sociolinguistic perspective*, Oxford University Press, Oxford.
Lanza E. (2007), "Multilingualism and the family", in Auer P., Li W. (eds.), *Handbook of multilingualism and multilingual communication*, Mouton de Gruyter, Berlin, pp. 45-67: https://doi.org/10.1515/9783110198553.1.45.
Laursen H. P., Mogensen N. D. (2016), "Language competence in movement: A child's perspective", in *International Journal of Multilingualism*, 13, 1, pp. 74-91: https://doi.org/10.1080/14790718.2015.1023308.
Lévi-Strauss C. (2016), *Il crudo e il cotto*, Il Saggiatore, Milano. [Ed. or. *Le cru et le cuit*, Plon, Paris, 1964].
Li W. (2012), "Language policy and practice in multilingual, transnational families and beyond", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33, 1, pp. 1-2: https://doi.org/10.1080/01434632.2011.638507.
Lou J. J. (2016), *The linguistic landscape of Chinatown: A sociolinguistic ethnography*, Multilingual Matters, Bristol: https://doi.org/10.21832/9781783095636.
Lucidi F., Alivernini F., Pedon A. (2008), *Metodologia della ricerca qualitativa*, il Mulino, Bologna.
Mallett S. (2004), "Understanding home: a critical review of the literature", in *The Sociological Review*, 52, 1, pp. 62-89: https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2004.00442.x.
Melo-Pfeifer S. (2022), "Linguistic landscapes in the home: Multilingual children's toys, books and games", in Stavans A., Jessner U. (eds.), *The Cambridge Handbook of childhood multilingualism*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 605-622: https://doi.org/10.1017/9781108669771.033.
Migliorini L., Castaldi L., Rania N. (2016), "Family rituals in the context of migration: Research data and a case analysis between Italy and Chile", in Baileyn E. (ed.) *Rituals: Past, present and future perspectives*, Nova Science Publishers, Hauppauge, New York, pp. 155-174.
Miller D. (ed.) (2001), *Home possessions: material culture behind closed doors*, Berg Publishers, Oxford: https://doi.org/10.4324/9781003085607.
Montgomery C. (2012), "The effect of proximity in perceptual dialectology", in *Journal of Sociolinguistics*, 16, 5, pp. 638-668: https://doi.org/10.1111/josl.12003.
Norton B. (1997), "Language, identity, and the ownership of English", in *TESOL Quarterly*, 31, 3, pp. 409-429: https://doi.org/10.2307/3587831.
Ochs E. (1988), *Culture and language development: Language acquisition and language socialization in a samoan village*, Cambridge University Press, Cambridge.
Patterson J. (1998), "Expressive vocabulary development and word combinations of Spanish-English bilingual toddlers", in *American Journal of Speech-Language Pathology*, 7, 2, pp. 46-56: https://doi.org/10.1044/1058-0360.0704.46.
Pennycook A., Otsuji E. (2015), "Making scents of the landscape", in *Linguistic Landscape*, 1, 3, pp. 191-212: https://doi.org/10.1075/ll.1.3.01pen.
Piller I., Gerber L. (2018), "Family language policy between the bilingual advantage and the monolingual mindset", in *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 24, 5, pp. 622-635: https://doi.org/10.1080/13670050.2018.1503227.
Place S., Hoff E. (2011), "Properties of dual language exposure that influence two-year-olds' bilingual proficiency", in *Child Development*, 82, 6, pp. 1834-1849: 10.1111/j.1467-8624.2011.01660.x.

Reddy G., Dam R. (2020), "Food, culture and identity in multicultural societies: Insights from Singapore", in *Appetite*, 150: https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104633.
Romaine S. (1995), *Bilingualism*, Blackwell, Oxford.
Said F., Zhu H. (2019), "No, no Maama! Say 'Shaatir ya Ouledee Shaatir'!" Children's agency in language use and socialisation", in *International Journal of Bilingualism*, 23, 3, pp. 771-785: https://doi.org/10.1177/1367006916684919.
Scarvaglieri C., Redder A., Pappenhagen R., Brehmer B. (2013), "Capturing diversity. Linguistic land- and soundscaping", in Duarte J., Gogolin I. (eds.), *Linguistic superdiversity in urban areas: Research approaches*, John Benjamins, Amsterdam, pp. 45-74.
Scheele A. F., Leseman P. P. M., Mayo A. Y. (2010), "The home language environment of monolingual and bilingual children and their language proficiency", in *Applied Psycholinguistics*, 31, 1, pp. 117-140: https: //doi.org/10.1017/S0142716409990191.
Scottish Government (2012). *A rapid review of the evidence if impact on Scottish businesses of a monolingual workforce*: https://www.gov.scot/binaries/content/documents/govscot/publications/corporate-report/2012/05/language-learning-scotland-12-approach/documents/00393436-pdf/00393436-pdf/govscot%3Adocument/00393436.pdf.
Simons N. (2022), *The Itanglish boy/Il bambino itanglese,* Bilingo Books, s.l., UK.
Sorace A. (2021), *10-Minute talks: More than one language – Why bilingualism matters*, The British Academy: https://www.thebritishacademy.ac.uk/podcasts/10-minute-talks-more-one-language-why-bilingualism-matters/.
Spolsky B. (2012), "Family language policy – the critical domain", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33, 1, pp. 3-11: https://doi.org/10.1080/01434632.2011.638072.
Tompkins J. (2001), "'Homescapes' and identity reformations in Australian multicultural drama", in *Theatre Research International*, 26, 1, pp. 47-59: https://doi.org/10.1017/S0307883301000050.
University of Sheffield – Centre for Linguistic Research (s.d.), "The North-South divide", in *University of Sheffield Linguistics Website*: https://sheffield.ac.uk/linguistics/home/all-about-linguistics/about-website/branches-linguistics/dialectology/language-attitudes-and-opinions/north.
Waltereit R. (2016), "L'italiano nel mondo: la Gran Bretagna", comunicazione presentata alla tavola rotonda *L'Italiano nel mondo*, Convegno SILFI, Madrid, 4-6 aprile 2016.
Wales K. (1999), "North and South: An English linguistic divide?", in *English Today*, 16, 1, pp. 4-15: http://journals.cambridge.org/action/displayFulltext?type=1&fid=2269640&jid=ENG&volumeId=16&issueId=01&aid=1450300.
Wodak R. (2012), "Language, power and identity", in *Language Teaching*, 45, 2, pp. 215-233: https://doi.org/10.1017/S0261444811000048.
Żarski W. (2013), "Culinary identity as the determinant of cultural distinctiveness in Silesia and the Vilnius Region", in Laîneste L., Brozozowska D., Chłopicki W. (eds.), *Estonia and Poland: Creativity and tradition in cultural communication.* Vol. 2: *Perspectives on national and regional identity*, ELM Scholarly Press, Tartu, pp. 147-160: https://doi.org/10.7592/EP.2.zarski.
Zhu H. (2008), "Duelling languages, duelling values: Codeswitching in bilingual intergenerational conflict talk in diasporic families", in *Journal of Pragmatics*, 40, 10, pp. 1799-1816: https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.02.007.

Zhu H., Li W. (2016), "Transnational experience, aspiration and family language policy", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 37, 7, pp. 655-666: http://dx.doi.org/10.1080/01434632.2015.1127928.

RISVEGLIARE LA SOVVERSIONE: UN'ESPLORAZIONE BALLETTICA DEI PAESAGGI LINGUISTICI NE *LA BELLA ADDORMENTATA NEL BOSCO*

Victoria Ioannidou[1]

1. INTRODUZIONE

La fiaba de *La Bella Addormentata nel Bosco* è uno dei racconti più noti e reinterpretati del canone occidentale, con radici profonde nella tradizione orale europea e celebri versioni letterarie di Charles Perrault (1697) e dei fratelli Grimm (1812). *La Bella Addormentata*, in particolare, si configura come una narrazione paradigmatica dell'immaginario patriarcale occidentale, in cui la passività femminile è celebrata come virtù salvifica: proprio per questo, decostruirne i codici significa interrogare le radici culturali della subordinazione di genere. La narrazione archetipica – la principessa inerte, la fata malvagia, il bacio salvifico del principe – ha attraversato i secoli, alimentando rappresentazioni teatrali, letterarie e cinematografiche che spesso perpetuano modelli patriarcali e ruoli di genere rigidamente codificati.

La scelta di analizzare l'adattamento ballettico di Reginaldo Oliveira nasce dalla sua rilevanza come riscrittura critica di una fiaba paradigmatica della costruzione patriarcale occidentale. *Sleeping Beauty*, tra le narrazioni più emblematiche del modello femminile passivo, consente di interrogare le modalità in cui il corpo scenico e lo spazio performativo possano produrre sovversione simbolica. In particolare, la produzione di Oliveira offre uno spunto prezioso per riflettere sul ruolo del corpo, della scena e del movimento come strumenti di interrogazione culturale. Lo spettacolo non si limita a reinterpretare la fiaba: la smonta e la ricompone secondo logiche simboliche, visive e performative che mettono in discussione l'inerzia narrativa e politica del testo originario.

Lontano dall'estetica idealizzata del balletto classico ottocentesco – come quello di Marius Petipa e Tchaikovsky – la messa in scena proposta da Oliveira si pone come un'opera critica che sovverte la struttura simbolica tradizionale. La trama viene ridefinita attraverso scelte coreografiche, scenografiche e visive che, agendo come veri e propri codici linguistici, restituiscono un'immagine rinnovata e politicamente significativa della protagonista. Aurora non è più la principessa salvata, ma un soggetto attivo che riscrive il proprio destino, incarnando una nuova agentività femminile, in linea con prospettive teoriche di ambito femminista (Butler, 2004; Cavarero, 2011), corporeo-filosofico (Merleau-Ponty, 1945; Lepecki, 2006), e performativo (Foster, 2011; Manning, 2009).

L'obiettivo di questo articolo è dimostrare come tale produzione rappresenti un esempio emblematico dell'uso del linguaggio ballettico come forma di riflessione sociale e di resistenza allegorica. L'analisi si concentra su ciò che qui definiamo «paesaggi linguistici performativi»: un insieme multimodale di segni non verbali – movimento, spazio, luce, costume – che agiscono come pratiche semiotiche capaci di generare nuovi orizzonti di senso, in linea con l'estensione visuale e simbolica del concetto di *linguistic landscape* (Landry, Bourhis, 1997; Kitis, Milani, 2015).

[1] Università Aristotele di Salonicco.

Il progetto artistico è frutto di una collaborazione interdisciplinare che ha coinvolto figure di rilievo nel panorama europeo delle arti performative. La regia e la coreografia sono di Reginaldo Oliveira, noto per la sua capacità di coniugare tecnica classica e vocabolari contemporanei. Matthias Kronfuss firma la scenografia e le proiezioni video, traslando l'immaginario fiabesco in uno spazio visivo postmoderno. I costumi di Judith Adam agiscono come dispositivi semiotici, sovvertendo i codici di genere. La drammaturgia, affidata a Maren Zimmermann, costruisce un impianto narrativo aperto e polisemico, mentre il disegno luci di Lukas Breitfuß genera ambienti emotivi e simbolici dinamici.

Attraverso una lettura attenta di questi elementi, l'articolo intende dimostrare come il balletto odierno possa costituire uno spazio trasformativo capace di riscrivere il mito, di risvegliare nuove narrazioni e di interpellare criticamente le strutture culturali della società contemporanea.

2. CORNICE TEORICA

L'analisi della produzione *La Bella Addormentata nel Bosco* di Reginaldo Oliveira si fonda su una cornice teorica interdisciplinare che integra semiotica, performance studies, studi sul corpo e teoria critica femminista. Lo scopo è fornire strumenti interpretativi capaci di cogliere la complessità del linguaggio ballettico del presente, in particolare quando esso viene utilizzato per interrogare e sovvertire narrazioni canoniche.

Il concetto cardine di questa lettura è quello di paesaggio linguistico performativo, un'estensione del termine *linguistic landscape* introdotto da Landry e Bourhis (1997: 23-49) in ambito sociolinguistico per misurare la visibilità linguistica negli spazi urbani. Questo concetto è stato successivamente ampliato e adattato a contesti artistici e simbolici da Peck e Stroud (2015) e da Kitis e Milani (2015), che hanno posto l'accento sul ruolo del corpo, della performatività e della multimodalità nella costruzione dei paesaggi linguistici. Applicato alla scena, il paesaggio linguistico performativo consente di considerare lo spazio teatrale come un terreno discorsivo in cui segni non verbali – gesti, costumi, luci, posture – si combinano per generare significato e incidere sulla percezione dello spettatore.

All'interno di questo quadro, la teoria della multimodalità proposta da Jewitt (2005: 275-278) permette di interpretare la performance scenica come un sistema comunicativo complesso, in cui linguaggio corporeo, visualità, suono e spazio si intrecciano. Applicare questa prospettiva al balletto significa riconoscere la scena come un ambiente multimodale che eccede la parola, facendo emergere una grammatica coreografica polisemica e stratificata.

Sul piano del movimento, le riflessioni di Susan Leigh Foster (2011: 25-40) sono fondamentali per intendere il corpo danzante come dispositivo epistemico e affettivo. Foster mette in evidenza come la danza non sia soltanto rappresentazione estetica, ma anche processo conoscitivo, in grado di attivare un'empatia cinestetica tra performer e spettatore. Questa chiave di lettura si rivela particolarmente utile per analizzare posture, tensioni ed energie che attraversano i corpi sulla scena, spesso in contrasto con l'armonia codificata del balletto classico.

Un ulteriore strato teorico proviene dalla semiotica teatrale elaborata da Jiří Veltruský (2014), secondo cui ogni elemento della scena – dal gesto all'oggetto – assume valore di segno. La performance diventa così un testo pluristratificato, in cui codici diversi interagiscono per produrre senso. In questa prospettiva, la scena non è uno sfondo, ma un sistema semiotico articolato in cui ogni componente contribuisce alla costruzione del significato.

Le teorie di André Lepecki (2006: 1-13) sulla danza postmoderna offrono strumenti critici per interpretare la costruzione coreografica contemporanea. Lepecki individua nella discontinuità cinetica – corpi trattenuti, gesti spezzati, posture interrotte – una forma di resistenza coreografica alle estetiche normate della danza classica. Tale resistenza mette in crisi i codici tradizionali e apre a nuove modalità di soggettivazione e di narrazione corporea.

La dimensione cromatica è inoltre assunta come componente essenziale del linguaggio scenico. Seguendo la teoria sinestetica di Wassily Kandinsky (1989: 33-40), che attribuisce ai colori una "voce interiore" capace di suscitare risonanze affettive e spirituali, la luce e le cromie vengono considerate come atti comunicativi autonomi. L'illuminazione diventa così strumento di modulazione percettiva, capace di strutturare l'ambiente emotivo della scena e orientare lo sguardo dello spettatore.

Infine, la cornice teorica si arricchisce dei contributi della teoria femminista e filosofica della corporeità. I concetti di performatività del genere (Butler, 2004: 17-29), intesa come la costruzione ripetitiva e normativa delle identità di genere attraverso pratiche corporee; di corporeità relazionale e vulnerabile (Cavarero, 2011: 28-35), che vede il corpo come esposto e dipendente dagli altri e dunque politicamente potente nella sua fragilità; e di *worlding* (Manning, 2009: 27-42), ovvero la capacità del gesto di creare mondi relazionali e sensibili, offrono strumenti per comprendere il corpo danzante non solo come rappresentazione estetica, ma come pratica ontologica. In questa prospettiva, la scena diventa un luogo in cui il corpo si configura come soggetto politico e relazionale, capace di decostruire ruoli imposti e di attivare narrazioni alternative.

2.1. *Filosofia del corpo e corporeità performativa*

Nel contesto della danza contemporanea, il corpo oltrepassa la grazia esteriore per diventare un luogo epistemico che genera e trasmette significato. La filosofia del corpo offre strumenti per leggere la performance come pensiero incarnato, capace di produrre conoscenza attraverso il gesto.

Maurice Merleau-Ponty (1945: 120-136), nel suo approccio fenomenologico, afferma che «Noi siamo i nostri corpi» e che ogni esperienza del mondo è mediata dalla percezione corporea. Da questa prospettiva, il danzatore non si limita a rappresentare un ruolo: egli è il movimento, vive, crea e comunica attraverso la propria presenza sensibile.

Parallelamente, le riflessioni contemporanee sulla vulnerabilità del corpo – in particolare quelle di Butler (2004: 17–29) e Cavarero (2011: 28-35) – propongono un'idea di corporeità esposta, fragile ma anche profondamente relazionale e dunque politicamente potente. La precarietà, lungi dall'essere mera debolezza, diventa condizione di resistenza e trasformazione, poiché è nell'apertura all'altro che il corpo acquisisce la propria forza critica

In sinergia con questo approccio, Manning (2009: 27-42) introduce il concetto di *relational movement*, secondo cui il gesto non è mai isolato ma emerge dall'interazione con l'ambiente, con gli altri corpi e con lo spettatore. La danza genera così mondi condivisi (*worlding*), che si presentano come spazi politici di relazione e di agency.

3. METODOLOGIA

Lo studio si fonda su un approccio qualitativo, centrato sull'osservazione diretta della produzione *La Bella Addormentata nel Bosco* di Reginaldo Oliveira e sull'analisi multimodale dei suoi elementi performativi. La metodologia adottata mira a individuare come la

performance costruisca significato attraverso la combinazione di codici espressivi non verbali, in particolare corporei, visivi e spaziali, seguendo la prospettiva delineata da Jewitt (2011: 3–14) che considera immagini, gesti, suoni e posture come modalità comunicative interdipendenti.

Per orientare l'analisi è stata predisposta una griglia osservativa articolata in sei categorie interconnesse:

1. *Coreografia e movimento*: l'analisi ha considerato il vocabolario gestuale, con attenzione a posture, asimmetria, meccanicità e interruzioni del flusso coreografico.
2. *Scenografia e oggetti scenici*: è stata esaminata la funzione segnica dello spazio scenico e degli oggetti. In questa prospettiva, lo spazio scenico è stato interpretato non come sfondo neutro, ma come costrutto sociale ed estetico che agisce nella produzione del significato performativo (Stanger, 2014: 72-90).
3. *Costumi*: si è analizzata la costruzione visuale dell'identità attraverso l'ibridazione stilistica e la messa in discussione dei codici binari di genere.
4. *Luce e cromatismi*: l'indagine ha osservato l'uso drammaturgico della luce e del colore, intesi come dispositivi narrativi autonomi capaci di trasformare l'ambiente emotivo della scena.
5. *Comunicazione non verbale*: sono stati osservati micromovimenti, gesti relazionali, sguardi e posture che veicolano tensioni e relazioni interpersonali.
6. *Dinamiche relazionali*: l'analisi si è concentrata sulle interazioni corporee tra i performer, interpretandole come configurazioni di potere, di empatia o di resistenza.

Questo approccio ha permesso di indagare la relazione tra i diversi canali comunicativi e la loro capacità di generare una narrazione alternativa rispetto alla fiaba tradizionale. In particolare, l'attenzione si è concentrata sulla costruzione della soggettività corporea e sulla sovversione simbolica attuata mediante scelte estetiche e performative.

4. Analisi del caso

Per mantenere coerenza con l'impianto metodologico delineato nella sezione precedente, l'analisi applica la griglia osservativa articolata in sei categorie (coreografia e movimento; scenografia e oggetti scenici; costumi; luce e cromatismi; comunicazione non verbale; dinamiche relazionali). Ognuna delle sottosezioni seguenti corrisponde a una di queste categorie e mostra come attraverso le scelte estetiche e performative, la produzione costruisca un paesaggio linguistico performativo capace di sovvertire i codici della fiaba originale e generare nuovi significati critici.

La produzione *La Bella Addormentata nel Bosco,* di Reginaldo Oliveira, agisce come un vero e proprio dispositivo critico, capace di riscrivere i codici narrativi e simbolici della fiaba classica attraverso precise scelte performative. Nelle versioni canoniche – da Charles Perrault (1697), ai fratelli Grimm (1812), fino al balletto ottocentesco di Marius Petipa e Pyotr Tchaikovsky – la vicenda si struttura attorno a un modello narrativo rigido: Aurora è vittima di una maledizione e solo il bacio salvifico del principe maschile le restituisce vita e futuro. Questa dinamica sancisce la passività del corpo femminile e la centralità del potere maschile.

Oliveira smonta il paradigma fiabesco attraverso la danza contemporanea, costruendo un linguaggio alternativo che sovverte ruoli di genere, strutture di potere e dinamiche identitarie. Il risultato è un paesaggio linguistico performativo in cui movimento, spazio scenico, costumi, luce e gesto agiscono come codici critici e riflessivi. L'analisi è articolata in sottosezioni tematiche, ciascuna dedicata a un aspetto specifico.

4.1. *Coreografia e movimento*

Uno degli elementi più incisivi della produzione è l'uso della coreografia come strumento di riscrittura critica della fiaba. Se nel modello canonico Aurora è corpo inerte e silenzioso, Oliveira le restituisce un'agency attraverso un vocabolario coreografico frammentato, interrotto e disarmonico. I suoi movimenti attraversano un arco trasformativo: dalla rigidità iniziale, che richiama la prigionia narrativa, alla progressiva esplosione motoria con gesti spezzati, posture sghembe e scatti improvvisi. Un esempio emblematico è la sequenza della strega, costruita su gesti ripetitivi e meccanici che evocano il movimento del fuso: il corpo diventa macchina ossessiva, simbolo di un destino cieco, in netto contrasto con l'organicità fluida del balletto classico.

Queste strategie, tipiche della danza contemporanea, costituiscono una forma di resistenza all'estetica idealizzata del balletto classico (Lepecki, 2006: 1-13). Un momento cruciale è la scena in cui Aurora non viene risvegliata, ma è lei a risvegliare il principe. Il gesto, accompagnato dal passaggio della luce da toni freddi a un rosso caldo e pulsante, ribalta la direzione della salvezza e spezza la logica della passività femminile.

Secondo la teoria della performatività del genere (Butler, 2004: 17-29), il corpo in scena non riproduce un ruolo "naturale", ma disarticola la norma attraverso una ripetizione differente. Il gesto diventa dunque pratica politica: Aurora non è più oggetto di redenzione, ma soggetto trasformativo. In tale prospettiva, Foster (2011: 25-40) concepisce il corpo danzante come dispositivo epistemico che genera conoscenza attraverso la tensione fra attesa e rottura. La coreografia, in questa prospettiva, non illustra una storia, ma la produce, trasformando la fiaba in linguaggio critico. Il gesto di Aurora non infrange soltanto il sonno fisico della fiaba tradizionale, ma interrompe il sonno mentale del principe: una paralisi intellettuale e culturale che si rivela più insidiosa dello stesso incantesimo corporeo. In questo passaggio la scena ribalta il nucleo simbolico della fiaba, trasferendo l'atto di salvezza al corpo femminile, che si afferma come soggetto attivo e agente di trasformazione.

4.2. *Scenografia e oggetti scenici*

Lo spazio scenico di Oliveira non è un semplice contenitore dell'azione, ma dispositivo narrativo attivo. Nel primo atto richiama la tradizione fiabesca: architetture leggere, colori pastello, luci calde che evocano un'atmosfera armonica e sospesa. Progressivamente tuttavia, questa coerenza viene incrinata dalla comparsa di elementi estranei – superfici fredde, strutture geometriche, riflessi metallici – che preparano la trasformazione.

Il secondo atto segna il collasso definitivo del castello fiabesco: lo spazio diventa industriale, cupo, segnato da luci al neon e proiezioni digitali. In questa metamorfosi, lo spazio scenico si configura come costrutto sociale ed estetico e come agente attivo che partecipa alla produzione di senso (Stanger, 2014: 72-90). L'ambiente visivo, uniformato e spoglio, riflette un mondo omologato in cui le identità individuali si dissolvono dietro occhiali neri e abiti angolosi. Le architetture luminose e le superfici riflettenti disegnano un paesaggio distopico e normativo: un ambiente urbano astratto in cui il corpo non è accolto, ma sorvegliato, moltiplicato all'infinito, come imprigionato in un dispositivo di visibilità che ne regola i movimenti e limita le possibilità di azione (Foucault, 1975: 201-203).

In questo senso, lo spazio scenico opera come paesaggio linguistico performativo capace di destabilizzare l'immaginario tradizionale e di materializzare visivamente dinamiche di controllo e alienazione. Come osservano Bay-Cheng e Kattenbelt (2010: 91-95), nelle performance intermediali lo spazio è un palinsesto interattivo: Oliveira sfrutta

questa potenzialità trasformando il fuso fiabesco in simbolo geometrico minaccioso, dispositivo di inquietudine piuttosto che strumento di destino.

4.3. *Costumi e costruzione identitaria*

I costumi disegnati da Judith Adam, agiscono come segni performativi e non come ornamenti decorativi. Nel primo atto evocano la fiaba tradizionale, con tessuti leggeri e tonalità pastello; tuttavia emergono già alcune anomalie – asimmetrie, inserti fluorescenti, texture sintetiche – che incrinano l'illusione storicizzante.

Il secondo atto introduce un cambiamento radicale: abiti scuri, rigidi, geometrici che neutralizzano l'identità individuale e dissolvono i confini di genere. Le silhouette diventano ambigue, gli attributi sessuali convenzionali dissimulati. L'effetto è coerente con la nozione di performatività del genere (Butler, 2004: 17-29): il genere non viene rappresentato, ma messo in crisi attraverso pratiche visive.

Nella scena in cui Aurora e la strega indossano costumi ibridi che fondono i loro elementi simbolici, emerge una soggettività fluida e polisemica. Barbieri (2017: 88–97) definisce il costume come «seconda pelle culturale»: in questa produzione, esso non solo veste il corpo, ma lo riscrive, destabilizzando i binarismi e trasformando la fiaba in un discorso critico sull'identità. Particolarmente significativa è la scena in cui Aurora e la strega, entrambe in costumi ibridi che mescolano attributi opposti (velo leggero accostato a tessuti rigidi, colori caldi uniti a toni cupi), appaiono quasi speculari: la distinzione tra innocenza e minaccia si dissolve in una figura unica, fluida e refrattaria a ogni classificazione.

4.4. *Comunicazione non verbale e dinamiche relazionali*

In assenza di parola la comunicazione non verbale diventa linguaggio drammaturgico autonomo. Gesti, posture, sguardi e micromovimenti veicolano tensioni affettive e relazionali. Particolarmente significativa è la scena in cui Aurora rifiuta di seguire il principe attraverso un'immobilità deliberata: la stasi non è passività, ma atto politico che ribalta l'aspettativa dell'azione maschile.

Questa grammatica silenziosa si può leggere attraverso la nozione di kinestesia performativa (Foster, 2011: 25-32), secondo cui il gesto attiva nello spettatore una risposta percettiva ed empatica. L'ambiguità dei segni – un sorriso che oscilla fra complicità e minaccia, una carezza che diventa esercizio di potere – genera una molteplicità di significati, destabilizzando le rigidità della fiaba originale. In un'altra scena, l'intensità dello sguardo tra Aurora e la strega costruisce una tensione affettiva che sfugge alla logica dicotomica del bene e del male: il conflitto fiabesco si traduce in una relazione complessa di attrazione, minaccia e complicità. La comunicazione non verbale in questa prospettiva diventa veicolo di agency e resistenza.

4.5. *Luce e cromatismi*

Il disegno delle luci, firmato da Lukas Breitfuß, costituisce uno dei dispositivi simbolici più raffinati. Nel primo atto la luce calda e diffusa costruisce un'atmosfera idilliaca, coerente con l'estetica classica. Tuttavia emergono già fasci tagliati e ombre che incrinano l'equilibrio.

Nel secondo atto, i toni cromatici si fanno drammatici: blu elettrico, rosso sangue, nero profondo. La luce non accompagna più l'azione ma la guida, contraddice e trasforma. Il paesaggio luminoso in questo senso diventa "pittura temporale" (Palmer, 1985: 44-52), un dispositivo che scandisce il tempo emotivo e percettivo dello spettatore.

La scena in cui Aurora risveglia il principe è esemplare: il passaggio dal blu al rosso segna la transizione simbolica dalla stasi all'azione, dall'inerzia all'autonomia. In assenza di parola la luce stessa parla: amplifica la coreografia, sovverte il mito fiabesco e diventa segno politico. Le ombre proiettate amplificano il senso di inquietudine, creando corpi doppi, deformati, spettrali: la luce non si limita a rivelare ma sdoppia, altera e inquieta, rafforzando la dimensione perturbante della riscrittura scenica.

4.6. *Conclusioni*

Attraverso strategie come il corpo meccanico della strega che evoca il fuso, lo spazio scenico trasfigurato in paesaggio distopico, i costumi ibridi che fondono Aurora e strega, la comunicazione non verbale che spezza la dicotomia bene/male, le luci che sdoppiano e deformano i corpi – l'allestimento di Oliveira costruisce un paesaggio linguistico performativo complesso e polisemico. Ogni elemento scenico si fa segno critico, capace di mettere in crisi la linearità della fiaba e di generare nuove configurazioni simboliche. In questo modo, *La Bella Addormentata nel Bosco* non si limita a riscrivere un racconto tradizionale: lo decostruisce dall'interno, sovvertendo i suoi presupposti narrativi e trasformandolo in un atto politico ed epistemico in cui il corpo femminile si afferma come soggetto attivo di resistenza e di produzione di senso.

5. Conclusioni finali

Lo studio ha mostrato come la produzione *La Bella Addormentata nel Bosco* di Reginaldo Oliveira operi una profonda riscrittura della fiaba classica, mettendo in discussione i codici narrativi e simbolici del balletto canonico.

Attraverso il concetto di paesaggio linguistico performativo, applicato alla scena, tessuto multimodale di segni corporei, visivi e spaziali (Landry e Bourhis, 1997; Peck e Stroud, 2015; Kitis e Milani, 2015), si è evidenziato come coreografia, scenografia, costumi, luce e comunicazione non verbale assumano valore di segni culturali che producono significato oltre la parola. La danza contemporanea diventa così linguaggio epistemico in grado di generare conoscenza e critica sociale.

Il confronto con la fiaba originale (Perrault, Grimm, Petipa/Tchaikovsky) ha messo in luce la radicalità della sovversione. Il risveglio di Aurora non è solo rovesciamento di ruoli di genere, ma metafora di un atto politico ed epistemico: spezzare il torpore del pensiero normativo, più insidioso della paralisi del corpo. In questa prospettiva, la produzione di Oliveira mostra come la danza possa farsi linguaggio critico, capace di risvegliare coscienze e immaginari collettivi. La produzione destabilizza i binarismi di genere, sovverte la gerarchia maschile/femminile e propone un'immagine politica del corpo, coerente con la teoria della performatività del genere (Butler, 2004) e con l'etica della vulnerabilità relazionale (Cavarero, 2011).

Ogni elemento scenico partecipa a questa decostruzione: la coreografia frammentata come resistenza (Lepecki, 2006); lo spazio distopico come costrutto sociale (Stanger, 2014); i costumi ibridi come riscrittura identitaria (Barbieri, 2017); la comunicazione non verbale come linguaggio affettivo (Foster, 2011); la luce come pittura temporale che segna il passaggio dall'inerzia all'azione (Palmer, 1985). Insieme, questi codici compongono un

paesaggio linguistico che interroga la tradizione e propone nuove possibilità di soggettivazione.

In conclusione, *La Bella Addormentata* di Oliveira non è una rivisitazione puramente estetica della fiaba, ma un esperimento performativo che mette in discussione i presupposti culturali e politici del racconto originario. Lungi dall'essere un corpo muto e inerte, Aurora si risveglia come soggetto politico e relazionale, inaugurando un nuovo immaginario critico del corpo e della danza contemporanea.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Banes S. (1994), *Writing dancing in the age of postmodernism*, Wesleyan University Press, Middletown.

Barbieri D. (2017), *Costume in performance: materiality, culture and the body*, Bloomsbury Academic, London.

Bay-Cheng S., Kattenbelt C. (2010), *Mapping Intermediality in Performance*, Amsterdam University Press, Amsterdam.

Butler J. (1990), *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*, Routledge, New York.

Butler J. (2004), Undoing Gender, Routledge, New York.

Cavarero A. (2011), *Horrorism. Naming contemporary violence*, Columbia University Press, New York.

Foster S. L. (1996), *Choreographing history*, Indiana University Press, Bloomington.

Foster S. L. (2011), *Choreographing empathy: Kinesthesia in performance*, Routledge, New York.

Grimm J., Grimm W. (1812), *Kinder- und Hausmärchen*, Realschulbuchhandlung, Berlin.

Jewitt C. (2005), "Analyzing multimodal interaction: A methodological framework", in *Applied Linguistics*, 26, 2, pp. 275-278.

Jewitt C. (ed.) (2011), *The Routledge handbook of multimodal analysis*, Routledge, London.

Kandinsky W. (1989), *Lo spirituale nell'arte*, SE, Milano.

Kitis E., Milani T. (2015), "The performative function of the linguistic landscape", in *Applied Linguistics Review*, 6, 2, pp. 171-194.

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.

Lepecki A. (2006), *Exhausting dance: Performance and the politics of movement*, Routledge, New York.

Manning E. (2009), *Relationscapes: Movement, art, philosophy*, MIT Press, Cambridge (MA).

Merleau-Ponty M. (1945), *Fenomenologia della percezione*, Bompiani, Milano.

Monks A. (2010), *The actor in costume*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

Oliveira R. (2023), *Sleeping Beauty*, Salzburger Landestheater, Salzburg.

Palmer R. H. (1985), *The lighting art: the aesthetics of stage lighting design*, Theatre Arts Books, New York.

Peck J., Stroud C. (2015), "Skinscapes", in *Linguistic Landscape*, I, 1-2, pp. 133-151.

Perrault C. (1697), *Histoires ou contes du temps passé*, Barbin, Paris.

Petipa M., Tchaikovsky P. I. (1890), *The Sleeping Beauty*, Mariinsky Theatre, St. Petersburg.

Stanger A. (2014), "The Choreography of Space: Towards a Socio-Aesthetics of Dance", in *New Theatre Quarterly*, 30, 1, pp. 72-90.

Veltruský J. (2014), An Approach to the Semiotics of Theatre, Masarykova univerzita, Brno.

Zipes J. (2006), *Fairy tales and the art of subversion*, Routledge, London.

POSTFAZIONE

LE PAROLE DELLA CITTÀ: UNA ANALISI BOURDIEUSIANA

Sonia Paone[1]

1. INTRODUZIONE

La città contemporanea è un laboratorio linguistico nel quale parole, immagini e categorie agiscono come strumenti di classificazione e di potere. In prospettiva bourdieusiana, il linguaggio non è un mezzo neutro di comunicazione, ma una pratica sociale situata, il cui valore dipende dal campo in cui viene pronunciato e dal riconoscimento che riceve (Bourdieu, 1982). Ogni parola è un atto che contribuisce a ordinare il mondo, a tracciare confini fra ciò che è legittimo e ciò che è escluso. Seguendo Bourdieu, il linguaggio possiede un potere simbolico, ossia la capacità di far esistere socialmente ciò che nomina, nella misura in cui è riconosciuto come legittimo (Bourdieu, 2001). Nello spazio urbano, parole come *periferia*, *degrado*, *riqualificazione*, *decoro* funzionano come principi di visione e divisione che definiscono non solo i luoghi, ma anche le persone che li abitano. Parlare della città significa già governarla, poiché ogni denominazione implica un giudizio, una gerarchia, una possibile azione. Riprendendo la nozione di campo, possiamo quindi interpretare lo spazio urbano come una struttura relazionale in cui si confrontano attori dotati di capitale simbolico diseguale – politici, urbanisti, media, accademici – ciascuno impegnato a imporre la propria visione legittima della città (Wacquant, 2023). Le parole della città non sono semplici rappresentazioni: sono *armi simboliche* che producono effetti materiali, determinando l'accesso alle risorse, la definizione dei problemi pubblici e la distribuzione del valore. L'articolo persegue due obiettivi. Da un lato, ricostruire la logica sociale del linguaggio urbano, mostrando come il potere di nominare coincida con il potere di governare. Dall'altro, proporre una lettura di alcune parole della marginalità urbana – *slum*, *bidonville*, *blight* – come strumenti di dominio simbolico, la cui efficacia deriva dalla loro naturalizzazione all'interno di differenti contesti nazionali e storici.

2. IL LINGUAGGIO COME PRATICA SOCIALE E CAMPO SIMBOLICO

Nel pensiero di Pierre Bourdieu il linguaggio non è un sistema autonomo di segni, ma una pratica sociale radicata in un campo di relazioni di potere. Ogni enunciato trae la propria efficacia dal mercato linguistico in cui viene pronunciato e dal riconoscimento dell'autorità del parlante, in quanto parlare è agire su un mercato per cui il valore delle parole dipende dalla posizione di chi parla e dal credito che gli viene accordato (Bourdieu, 1982). La forza performativa delle parole non risiede nei segni in sé, ma nel capitale simbolico accumulato da chi le pronuncia (Bourdieu, 2001). Questa impostazione supera

[1] Università di Pisa.

la concezione formalista della linguistica strutturalista, secondo cui il linguaggio è un codice autosufficiente. Per Bourdieu il linguaggio è uno strumento di potere simbolico, attraverso il quale gli attori sociali cercano di imporre la propria visione del mondo e di farla riconoscere come legittima. Il linguaggio è al tempo stesso rivelatore e produttore della struttura sociale. La competenza linguistica non è un dono universale, ma l'esito di una storia di socializzazione: l'habitus linguistico – cioè l'insieme di disposizioni incorporate che orientano le scelte espressive – riflette la posizione di ciascun soggetto nel campo sociale (Bourdieu, 2001). Nella città queste dinamiche creano un vero mercato linguistico urbano, dove i diversi registri – tecnico, istituzionale, popolare, migrante – sono valutati e gerarchizzati. Il valore di una parola dipende dal capitale simbolico di chi la pronuncia e dalla capacità del suo gruppo di far riconoscere la propria lingua come "legittima". L'urbanista, il politico o il giornalista parlano da posizioni dotate di potere simbolico; il residente di un quartiere povero e stigmatizzato, invece, deve difendere la propria parola da un credito negativo che la precede.

Il potere simbolico si manifesta in modo particolarmente evidente attraverso la denominazione. Nominare significa produrre realtà sociali, poiché le parole, una volta riconosciute, impongono una certa percezione del mondo. Per Bourdieu l'autorità si configura come una forma di potere delegato che si esercita attraverso il riconoscimento (Bourdieu, 1982a). Nel contesto urbano, il potere di denominazione si traduce nella capacità di definire le categorie attraverso cui si percepiscono e si governano i luoghi. Termini come *periferia*, *quartiere popolare*, *ghetto*, *distretto creativo* o *zona degradata* non descrivono semplicemente la realtà: la producono, poiché orientano le politiche pubbliche, le percezioni collettive e la distribuzione delle risorse. La città appare così come un campo simbolico, nel quale diversi attori – amministratori, media, esperti, cittadini – competono per imporre la propria visione legittima dello spazio. I produttori simbolici si contendono il *potere della denominazione legittima*, che implica la capacità di "fare e disfare gruppi" ritagliando lo spazio sociale in un modo particolare e imponendo quel modo come principio dominante di visione e divisione (Wacquant, 2024). Quando un qualsiasi piano urbanistico qualifica un quartiere come "area a rischio", non si limita a descrivere una situazione: istituisce un problema pubblico, mobilita fondi, delimita responsabilità e legittima interventi.

Questo potere performativo della parola amministrativa corrisponde a ciò che Bourdieu definisce violenza simbolica: una forma di dominio che opera con il consenso degli stessi dominati, i quali interiorizzano le categorie imposte come se fossero naturali (Bourdieu, 1998). Le lotte per la legittimità linguistica sono dunque anche lotte per lo spazio. Le parole che definiscono la città determinano chi vi appartiene, chi può abitarla e chi deve esserne espulso. Il linguaggio non è mai un semplice riflesso della realtà urbana, ma uno dei principali strumenti della sua produzione e del suo governo. Foucault (1971) vedeva nel discorso una rete anonima di poteri che produce soggetti; Bourdieu ne evidenzia la dimensione relazionale: non è il discorso in sé a dominare, ma la posizione di chi parla. Tra Bourdieu e Foucault esiste una tensione feconda che illumina la dimensione politica del linguaggio. Per Foucault, il potere non si concentra in un centro, ma si diffonde nelle pratiche discorsive: il discorso è un dispositivo che produce verità, e la verità, a sua volta, produce soggetti (Foucault, 1971, 1969). Bourdieu, invece, pur condividendo l'idea che il linguaggio sia una forma di potere, ne enfatizza la struttura relazionale: non è il discorso in sé a esercitare dominio, ma la posizione sociale di chi lo pronuncia. La forza di un enunciato non risiede nella sua verità, ma nel credito che gli viene concesso. Questo confronto permette di comprendere meglio la specificità bourdieusiana: mentre Foucault analizza la genealogia dei saperi, Bourdieu studia la genealogia dei punti di vista legittimi. Il linguaggio urbano, allora, è il luogo in cui si incontrano entrambe le prospettive: un discorso che normalizza (foucaultianamente) e

una pratica che distingue (bourdieusianamente). Nel campo urbano, le parole "tecniche" producono effetti disciplinari e distintivi allo stesso tempo. Esse regolano il comportamento dei corpi e definiscono i confini del gusto, operando come un dispositivo di governo estetico della città.

Questa intersezione tra sapere e distinzione è ciò che rende il linguaggio urbano un oggetto privilegiato per la teoria critica contemporanea. Nel campo urbano, l'*habitus* linguistico determina il modo in cui le persone nominano e valutano i luoghi: il lessico con cui descrivono un quartiere o un comportamento non è mai neutro, ma dipende dalla posizione sociale e dalle esperienze di classe. Parlare di "quartiere difficile", "zona degradata" o "quartiere vivace" riflette una visione del mondo interiorizzata e socialmente situata. Questo livello microsociale del linguaggio spiega perché le parole della città circolino con intensità diversa a seconda degli attori. Un confronto utile è con la teoria della performatività di John Austin (1962). Per Austin, dire qualcosa significa fare qualcosa: un enunciato è efficace quando viene pronunciato in condizioni appropriate. Bourdieu radicalizza questa intuizione, mostrando che le condizioni di felicità dell'atto linguistico non sono semplicemente pragmatiche, ma sociali. Un "io dichiaro" o un "io nomino" riesce perché il soggetto che lo pronuncia possiede l'autorità necessaria. Così, nella città, solo alcune voci sono riconosciute come competenti a "parlare dello spazio": il linguaggio degli urbanisti vale più di quello dei residenti, il linguaggio dell'accademia più di quello dei movimenti sociali. Questa asimmetria mostra come la performatività urbana sia strutturalmente ineguale. L'autorità di nominare un luogo equivale all'autorità di trasformarlo. Parlare di "valorizzazione" significa già orientare un processo economico; definire un'area "a rischio" significa anticipare un regime di controllo.

3. GENEALOGIA DELLE PAROLE URBANE: *SLUM*, *BIDONVILLE*, *BLIGHT*

La storia urbana è anche una storia semantica. Come ho cercato di argomentare nel saggio introduttivo al volume di Loïc Wacquant che ricostruisce la genealogia storica e discorsiva della nozione di *underclass* nel dibattito statunitense – nel periodo che va dai *riots* di New York del 1977 alla riforma del welfare a metà degli anni Novanta[2] – termini come *slum*, *bidonville*, *blight* non nascono per caso, ma emergono in momenti di crisi e trasformazione, quando il linguaggio diventa lo strumento con cui si nominano e si disciplinano le forme della marginalità. La parola *slum*, introdotta nell'Inghilterra industriale dell'Ottocento, unisce descrizione spaziale e giudizio morale, associando la povertà alla devianza. Come ricorda lo storico David Reeder (2006), il termine *slum* entra nell'uso comune in Inghilterra solo dopo il 1880. In precedenza, i quartieri poveri di Londra o di altre città industriali erano designati con termini come *rookeries* o *wynds*.

[2] Nell'*Invenzione dell'underclass. Storia di un mito urbano* (2024) Loic Wacquant mostra come il termine, privo di reale valore analitico, sia divenuto negli Stati Uniti un potente dispositivo ideologico e simbolico e denuncia la circolazione accademica acritica di categorie nate nel senso comune e impregnate di pregiudizi razziali e morali. È Gunnar Myrdal ad introdurre per la prima volta il termine *underclass* nel testo *Challenge to Affluence* (1963), per indicare una posizione strutturale di esclusione dai mercati del lavoro e dalla mobilità sociale Negli anni Ottanta, però, il termine rinasce negli Stati Uniti in un contesto di crisi urbana e razzializzazione della povertà. L'*underclass* viene ridefinita in senso comportamentale e razziale, descrivendo una frazione "deviata" della popolazione nera urbana, accusata di minacciare i "valori" della *middle class* bianca. Il linguaggio dell'*underclass* perciò sposta il focus dalle cause strutturali della povertà (trasformazioni economiche, politiche del lavoro) ai comportamenti individuali; legittima un discorso pubblico fondato sulla paura e sulla stigmatizzazione; giustifica politiche repressive come il *workfare* e il *prisonfare*, ossia il governo della povertà tramite lavoro assistito e carcerizzazione. La categoria è sostenuta da una rete eterogenea di produttori simbolici – think tank, politici, media, mondo accademico – che contribuiscono alla sua naturalizzazione e al suo potere di nominazione.

Secondo il *Vaux Flash Dictionary* (1812), la parola *slum* non aveva originariamente un significato spaziale: lo assume quando le condizioni materiali di vita – sovraffollamento, insalubrità, degrado edilizio – vengono associate a uno stile di vita percepito come immorale e deviante. Il termine diventa così un dispositivo di doppia classificazione: descrive uno spazio urbano e, simultaneamente, giudica moralmente i suoi abitanti, saldando la constatazione della povertà alla riprovazione etica. Il lessico registra, in tal modo, un mutamento profondo nell'atteggiamento verso la povertà urbana: da condizione economica a segno di degenerazione morale.

Gareth Stedman Jones (1980) osserva che gli anni Settanta dell'Ottocento furono dominati da un progetto di "moralizzazione dei poveri occasionali", attraverso politiche e campagne educative che miravano a inculcare frugalità, ordine e laboriosità. La crisi economica e sociale del decennio successivo segna però un passaggio decisivo: la povertà non è più ritenuta correggibile, ma viene letta come degenerazione ereditaria. I poveri diventano così il *residuum*, un substrato pericoloso, selvaggio, inetto – il lato oscuro della città industriale. Tale immaginario prende forma grazie al contributo congiunto di filantropi, riformatori, giornalisti e scrittori, che con i loro resoconti sensazionalistici alimentano un vero e proprio *panico morale*. Le inchieste della Commissione reale sugli alloggi descrivono questo *residuum* come una massa di miserabili "ammassati tra criminali e prostitute, in catapecchie dove non esistono né religione né decoro", una popolazione abbastanza numerosa "da poter inghiottire tutta Londra". La parola *slum* entra così nel linguaggio comune grazie a tali resoconti, che trasformano la miseria in spettacolo e i suoi abitanti in oggetti di curiosità e paura (Paone, 2024). Il potere di nominazione costruito attraverso questa retorica produce effetti politici concreti: nascono le politiche di *slum clearance*, concepite come operazioni di bonifica morale e fisica della città.

Un destino analogo riguarda la parola *bidonville*, nata in contesto coloniale e attestata per la prima volta in Francia nel 1955, nel discorso del sindaco di Nanterre. Il termine si diffonde nel clima di forte tensione legato alla guerra d'Algeria (1954-1963), designando gli insediamenti autocostruiti degli immigrati algerini come spazi di pericolo e disordine. In un'epoca segnata da precarietà abitativa diffusa, la *bidonville* diventa "l'onta della nazione", una "lebbra sociale" da estirpare attraverso demolizioni e ricollocamenti. Ancora una volta, la parola agisce come dispositivo di controllo: trasforma un problema urbano in questione di sicurezza e ordine pubblico (Paone, 2019). Come nota Loïc Wacquant (2024), anche la vicenda dell'*underclass* rappresenta una variante statunitense di questa lunga genealogia linguistica della marginalità ed è uno dei molti termini della "linea del colore" che separa bianchi e neri nello spazio urbano, insieme a *slum*, *ghetto* e, più tardi, *blight*. Negli Stati Uniti, lo *slum* si lega fin dall'Ottocento a stereotipi etnici. Come mostra Alan Mayne (2018), esso evoca il disordine portato dagli immigrati europei e asiatici, la cui presenza linguistica e culturale veniva percepita come sintomo di una malattia sociale. Lo *slum* diventa il luogo del "contagio morale", prima per gli immigrati e poi per le comunità nere della Grande Migrazione, per le quali il termine sarà progressivamente sostituito da *ghetto*. Le campagne giornalistiche e filantropiche che invocano la *slum clearance* non mirano tanto a migliorare le condizioni di vita, quanto a proteggere la città "sana" da quella "malata". La bonifica diventa così un imperativo morale, sostenuto da un linguaggio che confonde igiene e disciplina sociale.

A partire dagli anni Trenta, la logica della *slum clearance* si trasforma in opportunità economica. In molte città statunitensi, la riqualificazione delle *inner cities* coincide con la rimozione delle comunità nere. A Miami, ad esempio, la distruzione di "Colored Town" – il quartiere afroamericano – permise di espandere l'area degli affari e di ricollocare le famiglie in zone periferiche, proseguendo una segregazione mascherata da progresso urbano (Fogelson, 2001). L'attenzione degli urbanisti si sposta così dalle abitazioni ai quartieri interi: nasce la retorica del *blight*, il "deterioramento urbano". Il termine *urban*

blight, mutuato dal linguaggio biologico, designa un'area affetta da "malattia" economica e sociale. Come spiega Mabel Walker (1938), un'area è *blighted* quando il suo deperimento riduce i valori immobiliari al punto da richiedere interventi di "risanamento". La metafora della malattia conferisce urgenza all'azione: il *blight* va estirpato prima che contagi il resto della città. Ma, come osserva Thomas Angotti (2008), la definizione di un'area *blighted* è intrinsecamente arbitraria, riflesso delle ansie razziali e sociali di pianificatori bianchi e borghesi. Non a caso, le zone designate come *blighted* coincidevano spesso con quartieri abitati da minoranze afroamericane. Lavorare sulla genealogia delle parole della città è dunque un atto di demistificazione linguistica: un invito a ripensare le parole come campo di lotta simbolica e a riconoscere il loro potere costitutivo nella produzione delle disuguaglianze urbane.

4. Dispositivi discorsivi, performatività amministrativa e nuovo lessico urbano

Le parole della città non agiscono mai isolate. La loro efficacia dipende da una costellazione di dispositivi discorsivi che ne moltiplicano la forza: mappe, statistiche, indicatori, fotografie, bandi, piani e linee guida. Questi dispositivi traducono il linguaggio in azione e consolidano la presa del discorso sulla realtà. Le mappe di rischio e le cartografie del "degrado" producono paesaggi morali: attraverso la scelta dei colori, dei confini e delle categorie, esse costruiscono ciò che deve essere sorvegliato o trasformato. Allo stesso modo, gli indicatori di rigenerazione o "attrattività" convertono valori morali in numeri apparentemente neutri: ciò che viene misurato diventa reale, il resto scompare. L'apparato discorsivo produce ciò che Bourdieu definirebbe un'illusione referenziale: la convinzione che le parole aderiscano naturalmente alle cose, mentre in realtà le modellano secondo le logiche dei campi di potere. In questa prospettiva, la città non è soltanto un insieme di edifici e strade, ma anche di discorsi istituzionali che plasmano l'esperienza quotidiana dello spazio.

Oggi assistiamo alla circolazione di parole nuove in ambito urbano, il neoliberismo ha sostituito la retorica della modernizzazione con quella dell'attrattività, facendo della città un'impresa competitiva. Il trittico *attrattività - sicurezza - decoro* definisce il campo semantico della città contemporanea. L'*attrattività* diventa l'obiettivo principale: le città devono piacere a investitori e turisti, non necessariamente ai residenti. La *sicurezza* funziona come principio di selezione morale: chi è "fuori posto" diventa problema (Paone, 2008, 2012). Il *decoro* estetizza la disciplina: la povertà non va combattuta, ma rimossa dallo sguardo (Paone, 2022). Bourdieu (2001) sosteneva che il potere delle parole diviene reale solo nella misura in cui si fonda sul potere dei gruppi che le autorizzano. In questo senso, il neoliberismo urbano funziona come una macchina di autorizzazione linguistica: diffonde un lessico globale, prodotto da istituzioni sovranazionali, che viene recepito come linguaggio tecnico universale. Il risultato è un'omogeneizzazione simbolica: città lontanissime adottano le stesse parole per descriversi – "smart", "resilienti", "inclusive" – anche quando le loro condizioni materiali divergono profondamente. Il linguaggio del mercato diventa lingua franca del governo urbano, sostituendo il lessico della giustizia con quello dell'efficienza. Il linguaggio è dunque una tecnologia di governo, in grado di orientare pratiche, decisioni e immaginari. Questa dimensione è ad esempio particolarmente evidente nei processi di stigmatizzazione territoriale, analizzati da Wacquant (2023). Egli mostra come la denigrazione di specifici luoghi produca una gerarchia simbolica che si riflette sulla vita dei loro abitanti

5. Verso una metodologia critica del linguaggio urbano

Da quanto detto finora emerge come una sociologia critica del linguaggio urbano deve interrogare non solo i significati delle parole, ma anche i dispositivi e gli attori che ne garantiscono l'efficacia. Ciò richiede un metodo capace di connettere analisi discorsiva, genealogia e osservazione istituzionale. Aspetti essenziali di questo metodo sono una *ricostruzione genealogica*, una *analisi dei campi di produzione simbolica*, una *nominazione etica*. Ogni categoria urbana deve essere storicizzata, collocata nel contesto della sua nascita e nei processi di traduzione che ne hanno determinato la diffusione. Le parole "tecniche" non sono mai neutre: *slum* discende dalla moralizzazione ottocentesca nel disordine della città della prima industrializzazione, *bidonville* è fortemente legata alla esperienza coloniale francese, *underclass* è il prodotto di una ideologia razzializzata americana. Ricostruire queste genealogie significa disinnescare la forza simbolica che deriva dal loro uso inconsapevole.

Seguendo Bourdieu, il linguaggio va analizzato come un campo in cui diversi attori – amministrazioni, media, università, società di consulenza – competono per la legittimità. Ogni campo possiede regole, capitali specifici e forme di riconoscimento. L'analisi deve individuare chi è autorizzato a parlare della città e con quali risorse simboliche. La politica della parola deve fondarsi su *proporzionalità*, *reversibilità* e *traduzione lenta*. Proporzionalità significa evitare che un termine stigmatizzi gruppi sociali; reversibilità implica la possibilità di rivedere le categorie; traduzione lenta invita ad adattare i linguaggi globali ai contesti locali. Le parole della città non sono semplici strumenti di descrizione: sono dispositivi di potere che producono effetti materiali. Analizzare il linguaggio urbano significa comprendere come la dominazione simbolica costruisca la realtà, trasformando rapporti di forza in classificazioni naturali. In conclusione la lezione di Bourdieu è leggere lo spazio come un campo linguistico. Ogni parola che definisce un luogo implica una distribuzione del potere: chi nomina, chi è nominato e chi resta senza parola. Di conseguenza:

1. ogni categoria urbana è un'ipotesi politica. Non esistono parole neutre: ogni denominazione riflette interessi e visioni del mondo;
2. la performatività amministrativa è il cuore del governo urbano. Le parole diventano regole operative: determinano bandi, budget, priorità;
3. un lessico giusto è parte della giustizia spaziale. Nominare senza stigmatizzare, misurare processi e non essenze, restituire la parola ai soggetti esclusi: questi sono gli strumenti per una città più equa.

Per Bourdieu (1994), la sociologia è in grado di disvelare ma anche di costruire. Portare questa lezione nello spazio urbano significa concepire la critica delle parole come una forma di azione politica: non distruggere il linguaggio, ma reinventarlo.

Riferimenti bibliografici

Angotti T. (2008), *New York for sale community planning confronts global real estate*, MIT Press, Cambridge.

Austin J. L. (1962), *How to do things with words*, Clarendon, Oxford (trad. it. *Come fare cose con le parole*, Marietti 1820, Torino, 1987).

Bourdieu P. (1982), *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Fayard, Paris; (trad. it. *La parola e il potere*, Guida, Napoli, 1988).

Bourdieu P. (2001), *Langage et pouvoir symbolique*, Seuil, Paris.

Bourdieu P. (1994), *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Seuil, Paris (trad. it. *Ragioni pratiche*, il Mulino, Bologna, 2009).
Bourdieu P. (1998), *La domination masculine*, Seuil, Paris (trad.it. *Il dominio maschile*, Feltrinelli, Milano, 2014).
Bourdieu P., Passeron J-C. (1970), *La reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Éditions de Minuit, Paris (trad.it. *La riproduzione*, Guaraldi, Rimini, 2006).
Fogelson R. M. (2001), *Downtown: Its rise and fall*, *1880-1950*, Yale University Press, New Haven-London.
Foucault M. (1969), *L'archeologia del sapere*, Rizzoli, Milano.
Foucault M. (1971), *L'ordine del discorso*, Einaudi, Torino.
Mayne A. (2018), *Slum. The history of global injustice*, Reaktion Books, London.
Paone S. (2024), "Alla ricerca delle parole perdute", in Wacquant L., *L'invenzione dell'underclass. Storia di un mito urbano*, Edizioni ETS, Pisa, pp. 11-19.
Paone S. (2019), "Attorno e oltre Nanterre per una storia dei margini della città", in Sayad A. (con la collaborazione di E. Dupuy), *Una Nanterre algerina. Terra di bidonville*, Edizioni ETS, Pisa, pp. 5-28.
Paone S. (2012), *Città nel disordine. Marginalità*, *sorveglianza*, *controllo*, Edizioni ETS, Pisa.
Paone S. (2008), *Città in frantumi. Sicurezza*, *emergenza e produzione dello spazio*, FrancoAngeli, Milano.
Paone S. (2023), *The renovation of italian railway stations: from the journey to the consumption of the journey,* in *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11, 2, pp. 24-33.
Reeder D. A. (2006), "Slum et suburb: le mots de la stigmatisation dans le discours urbain en Angleterre au XIX et au début du XX siècle", in Depaule J. C. (dir.), *Le mots de la stigmatisation urbaine*, Editions Unesco, Paris.
Stedman Jones G. (1980), *Londra nell'età vittoriana: classi sociali*, *emarginazione e sviluppo. Uno studio di storia urbana*, De Donato, Bari.
Wacquant L. (2023), *Bourdieu va in città. Una sfida per la teoria urbana* (trad.it. a cura di Paone S.), Edizioni ETS, Pisa.
Wacquant L. (2024), *L'invenzione dell'underclass. Storia di un mito urbano* (trad.it. a cura di Paone S.), Edizioni ETS, Pisa.
Walker M. (1938), *Urban blight and slums: Economic and legal factors in their origin*, *reclamation and prevention*, Harvard University Press, Cambridge.

Italiano LinguaDue 2. 2025





ISSN 2037-3597