

El italiano en el paisaje lingüístico de Buenos Aires como campo de disputa de la representación y autorrepresentación de la italianidad en Argentina

Francesca Capelli y Rosana Ariolfo

El presente estudio analiza el paisaje lingüístico (PL) de Buenos Aires como escenario en el que se refleja la representación y autorrepresentación de la italianidad argentina a través de los numerosos usos lingüísticos plasmados en los signos gráficos y textuales que se encuentran distribuidos a lo largo del espacio urbano.

Para tal fin se ha recogido un corpus de 500 “visualidades” (Arfuch 2009) representadas en todo tipo de superficie visible en el espacio público de la ciudad de Buenos Aires y del conurbano bonaerense, como marquesinas, vidrieras, carteles, folletos, menús, indumentaria, productos, objetos, etc. Dicho material ha sido clasificado por zonas, por rasgos temáticos (toponomástica, nombres y apellidos, nombres geográficos, utensilios de cocina, productos alimenticios, mafia, miscelánea, etc.), por características lingüísticas, por tipología de enunciante, para poder analizarlo como género discursivo, es decir, según rasgos temáticos, retóricos y enunciativos (Steimberg 1993, Bajtún 1982).

Por otro lado, se han suministrado 9 entrevistas semiestructuradas, en profundidad, de aproximadamente una hora de duración, con el fin de contrastar las diferentes representaciones de la italianidad y el vínculo de los sujetos entrevistados con dicho concepto. El análisis de los signos lingüísticos y de las entrevistas ha permitido entender que el PL es un género discursivo y a la vez un terreno de disputa del concepto de italianidad y de los símbolos con esta conectados.

Palabras clave: paisaje lingüístico, Buenos Aires, italianidad, español e italiano en contacto, gastronomía italiana.

The Italian language in the linguistic landscape of Buenos Aires as a field of dispute of representation and self-representation of

Italianness in Argentina. This study analyses the linguistic landscape (LL) of Buenos Aires as a scenario in which the representation and self-representation of Argentine Italianness is reflected through the numerous linguistic uses embodied in the graphic and textual signs distributed throughout the urban space. To this end, a corpus of 500 “visualities” (Arfuch 2009) has been collected, represented on all kinds of visible surfaces in the public space of the city of Buenos Aires and the Buenos Aires suburbs, such as awnings, shop windows, posters, leaflets, menus, clothing, products, objects, etc. This material has been classified by area, by thematic features (toponymastics, names and surnames, geographical names, kitchen utensils, food products, mafia, miscellany, etc.), by linguistic characteristics, by typology of enunciator, in order to analyse it as a discursive genre, i.e. according to thematic, rhetorical and enunciative features (Steimberg 1993, Bajtín 1982).

On the other hand, 9 semi-structured, in-depth interviews of approximately one hour’s duration were provided in order to contrast the different representations of Italianness and the link of the interviewed subjects with this concept. The analysis of the linguistic signs and the interviews allowed us to understand that the LL is a discursive genre and at the same time a terrain of dispute of the concept of Italianness and the symbols connected to it.

Keywords: linguistic landscape, Buenos Aires, italianity, Spanish and Italian in contact, Italian cuisine.

1. Introducción¹

El interés por el estudio de la lengua en el paisaje urbano ha ido creciendo de manera exponencial. De hecho, a partir del conocido trabajo pionero de Landry y Bourhis (1997), las investigaciones en este campo se han incrementado notablemente, con distintos enfoques metodológicos y en las más variadas realidades y disciplinas, como la geografía humana, la sociología, la psicología, la antropología, la lingüística, etc. (Backhaus 2006; Cenoz *et al.* 2006; Bagna *et al.* 2007; Shohamy, Gorter 2009; Franco Rodríguez 2013; Lado 2011; Blommaert 2013; Pons Rodríguez 2012; Castillo Lluch *et al.* 2013; Landone 2018, entre muchos otros). También destacan estudios sobre el PL en entornos institucionales, como el formativo (Albizu Echechipia 2016, Rowland 2013, Prego Vázquez, Zas Varela 2018; Bellinzona 2018, 2021, etc.), a los que se añaden otros más recientes, centrados en contextos de migración (Calvi 2014, 2016, 2017, 2018, 2022; Ariolfo 2017, 2018, 2019, 2022; Uberti

Bona 2016; Landone 2018; Mariottini, 2019a, 2019b; Calvi, Pontrandolfo 2021, etc.), ámbito en el que se centra nuestro trabajo. En efecto, el incremento de los desplazamientos migratorios ha repercutido notablemente en la organización espacial de las relaciones sociales y transnacionales y ha generado nuevos espacios plurilingües cuyo análisis aporta importantes datos acerca de los procesos de cambio que se generan en el seno de la estructura social, donde la lengua funciona como instrumento de construcción identitaria individual y grupal (De Fina 2003; Bamberg *et al.* 2007).

El contacto entre el español y el italiano (y sus dialectos) iniciado sobre todo a partir de la inmigración italiana en Sudamérica entre los siglos XIX y XX, contribuyó significativamente a caracterizar de modo peculiar el habla común de los argentinos, en especial, de los habitantes de Buenos Aires. Se trata de un fenómeno que ha sido muy estudiado por numerosos especialistas en ámbito lingüístico, sociolingüístico, literario, musical, lexicográfico, etc. (Castro 1941, Guarnieri 1967, Zannier 1967, Terrera 1968, Meo Zilio 1970, 1989, Teruggi 1974, Fontanella de Weinberg 1994, 1996, Cancellier 1996, 2012, 2015, Fajardo Aguirre 1998, Di Tullio 2003, Patat, Villarini 2012, Conde 2011, 2016, Wingeyer 2019, Bohrn 2020, Giménez Folqués 2020, Ariolfo, Mariottini 2022, entre otros). Muchas peculiaridades aún perviven en la lengua oral y escrita del español de Argentina, y conviven con nuevas incorporaciones léxicas, fruto de la continuidad de los contactos entre Argentina e Italia, que han seguido influyendo en el español argentino durante todo el último siglo. De hecho, las redes sociales, los medios de comunicación, los intercambios de tipo sociocultural, económico-político y turístico favorecen las innovaciones, por lo cual la influencia del italiano avanza y no se circunscribe a los fenómenos estudiados en épocas pasadas.

En efecto, el italiano está presente en el espacio público de Buenos Aires y en él abundan las inscripciones en la mencionada lengua, por lo que ya son varios los trabajos en los que se aborda dicho fenómeno.

En este marco, Hipperdinger (2018) estudia la coexistencia del español y otras lenguas (entre ellas, el italiano) en las denominaciones comerciales de la ciudad de Bahía Blanca; Bengochea (2019) analiza la presencia de lenguas en calles de la zona del Abasto de Balvanera y de la zona del barrio coreano de Flores, dando cuenta, a pesar de la ausencia del italiano, de la diversidad lingüística, producto de la confluencia de los procesos migratorios, del turismo y de la globalización; Capelli (2022a, b, c) y Balsas y Capelli (en prensa) reflexionan acerca de la presencia de las referencias visuales a las mafias italianas en la ciudad de Buenos Aires; Calvi, Ferrari y Pontrandolfo (2021) analizan lo italiano en el PL de algunas zonas de Buenos Aires, concentrándose específicamente en el sector de la restauración; Frontera (2022) intenta detectar y categorizar los compo-

nentes simbólicos de la identidad lingüística y cultural relacionados con el concepto de “italianidad” en algunos emprendimientos comerciales del sector enogastronómico de la ciudad de Buenos Aires gestionados por italianos, descendientes de italianos y argentinos. Los trabajos mencionados ponen de relieve el creciente interés que está cobrando el estudio de la presencia de la lengua italiana en el paisaje lingüístico de Buenos Aires y provincia. En este contexto, la ciudad puede verse como una superficie significante (Sarlo 2009) en la cual se inscriben signos gráficos y textuales que habilitan una circulación de símbolos identitarios. Estos símbolos constituyen parte del paisaje lingüístico (PL) idiosincrásico de la ciudad, visualidades (Arfuch 2009) que, estratificándose en diferentes capas de sentido, representan las huellas del pasaje de lo italiano por la ciudad y de su continua evolución. Dichas visualidades son entendidas como conjuntos de signos comunicativos (textuales, gráficos e iconográficos) que combinan diversos modos semióticos sin jerarquía de sentido, por lo que el texto no es solo el epígrafe de una imagen, la imagen no es simplemente la ilustración de un texto y la gráfica no es un mero elemento decorativo. La difusión del PL en Buenos Aires, ya sea de tipo *top-down* que *bottom-up*, transforma la presencia italiana en la ciudad en un “sentido común visual” (Caggiano 2012), ya que la italianidad se funde, hasta naturalizarse, con la arquitectura, la toponimia, la cocina, la publicidad, la moda, la política. Por tal razón, estudiar el PL italiano en Buenos Aires significa estudiar contextualmente la representación y la autorrepresentación de la identidad italiana, algo que requiere un trabajo previo de desnaturalización de la mirada, para reconocer y desglosar conceptos y nociones semánticamente afines, como cliché, estereotipo, idea común, lugar común, etc. (Amossy y Pierrot 2001). Sin embargo, cabe aclarar que no toda la presencia de lo italiano en el PL de Buenos Aires implica necesariamente una identificación con la italianidad. En efecto, a pesar de que los nombres de algunos emprendimientos remiten a elementos italianos, no siempre han de atribuirse a un vínculo personal o familiar con Italia. Es el caso del bar *San Marino* (en el barrio de Almagro), cuyo nombre ya existía cuando fue comprado por los actuales dueños, quienes desconocían que San Marino es un microestado en territorio italiano; o el *Caffè del Doge* (en el barrio de Villa Crespo), cuyo gerente no eligió ni el nombre, ni la decoración, ni las inscripciones, ni las citas literarias de autores italianos presentes en el local, por tratarse de una franquicia. Otro ejemplo es el del restaurante-pizzería *Comacchio* (en el barrio de Flores), cuyos dueños, a pesar de no ser descendientes de italianos, eligieron dicho nombre luego de haber visitado Comacchio, localidad en la región italiana de Emilia Romagna que les agradó mucho.

A pesar de que estos elementos no son objeto de análisis en nuestra investigación, cabe mencionarlos pues son útiles para poner en eviden-

cia la complejidad del vínculo identitario con Italia, que no se limita a las historias individuales y familiares, sino que remite también a un patrimonio cultural que se percibe y se considera casi natural y nacional.

2. Objetivos, metodología y corpus

El presente estudio analiza la representación y autorrepresentación de la italianidad en Argentina, específicamente a través del PL gastronómico de Buenos Aires visto como superficie significativa en la cual se inscriben signos gráficos y textuales que habilitan una circulación de símbolos identitarios.

Problematicar el concepto de percepción y autopercepción de la identidad italiana y de sus representaciones a través del estudio del paisaje lingüístico de Buenos Aires, en particular, el PL relativo a los emprendimientos gastronómicos, se justifica por el fuerte valor afectivo representado por la comida. Sin embargo, dado que, independientemente de la presencia masiva de la inmigración italiana en un territorio, la cocina italiana es un cliché de la representación de la italianidad en el extranjero y del *made in Italy*, hemos decidido seleccionar para el presente trabajo los emprendimientos gastronómicos gestionados por italianos nativos o descendientes que reivindican una fuerte identificación con lo italiano. De esta manera se evita la interferencia de factores vinculados con el *márquetin*, que impactarían en los resultados de la investigación.

En este sentido, durante una visita etnográfica a una sucursal del *Caffé del Doge* en el barrio de Almagro (una cadena italiana de *franchising* con un local también en Argentina), notamos en sus paredes la presencia de citas extraídas de famosas novelas italianas, cuyo significado era del todo desconocido por el gestor del bar, según el cual se trataba simplemente del diseño y de la decoración propia de la cadena.

Una hipótesis que guía nuestro estudio es que los paisajes lingüísticos italianos en Buenos Aires son, por un lado, la consecuencia de las oleadas migratorias entre finales de 1800 y principios de 1900 y, por otro lado, testimonian también un cambio de actitud hacia “lo italiano”, pasando de la estigmatización de comienzos de 1900 hasta llegar a la idealización actual, casi acrítica, de cualquier aspecto de la vida italiana. Por esta razón, los paisajes lingüísticos se configuran como uno de los lugares de la disputa de la identidad, donde se contraponen, a nivel simbólico, lo auténtico (italiano nativo) a lo autóctono (argentino), la pureza al mestizaje, la tradición a la adaptación, el respeto de la norma lingüística estándar a la variación: categorías y conceptualizaciones que emergen del análisis de las construcciones discursivas de los productores de signos, es decir, de las entrevistas suministradas a los mismos como parte de la investigación.

Para tal fin, se ha seleccionado del banco de imágenes (alrededor de 500) construido por el equipo de investigadores de la Universidad del Salvador, un corpus de aproximadamente 70 “visualidades” (Arfuch 2009) tomadas en 9 locales gastronómicos de Buenos Aires, específicamente, 8 restaurantes y una heladería, algunas de las cuales se han seleccionado a título ejemplificativo para el presente trabajo.

El corpus completo ha sido clasificado según dos criterios: los temas a los que se refieren las visualidades y la variación lingüística.

En el primer caso, los nombres de los locales han sido distribuidos en cuatro grupos, sobre la base de las ocurrencias más comunes (nombres propios de persona y apellidos, nombres de comida o utensilios de cocina, topónimos italianos, referencias a la mafia) más un grupo de categorías residuales.

De acuerdo con el segundo criterio, se han identificado distintas formas de variación relacionadas con la ortografía, los cambios de fonema, los calcos, la morfosintaxis y, si bien de manera minoritaria, el *code-mixing*.

Junto con el análisis semiótico de las visualidades se han suministrado nueve entrevistas semiestructuradas de aproximadamente una hora de duración a los propietarios de los locales seleccionados para la investigación. Las entrevistas se llevaron a cabo de acuerdo con el método etnográfico, que prevé la participación activa del entrevistador y la observación directa, fundamentales para conocer y comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de los actores. Consecuentemente se ha tratado de privilegiar un tipo de conversación fluida con los entrevistados, utilizando como instrumentos metodológicos las preguntas generales, la libre asociación y la categorización diferida (Guber 2011), es decir, una categorización que no se define a priori, sino más bien, *ex post*, a través del diálogo con el informante. Por otro lado, cada uno de los encuentros se ha llevado a cabo en los locales gastronómicos en los que los propietarios desarrollan su actividad, ya que la observación etnográfica del paisaje lingüístico presente en dichos ambientes forma parte de la entrevista.

Los entrevistados, de diferentes edades, perfiles y trayectorias migratorias, se identifican con lo italiano, por ser descendientes de italianos (Pinuccio, Silvana del Sorpasso, Nuvola, Paoletti), o bien, por ser italianos nativos llegados a la Argentina a diferentes edades, desde la infancia (Picciau, Furchi), hasta la adultez (Maldito Tano, Fumarola). Se trata, pues, de informantes que tienen el italiano como lengua nativa, o bien, como lengua de herencia.

Dado que el idioma italiano en la gastronomía es frecuente incluso en lugares donde la inmigración italiana no ha sido tan masiva como en Argentina, en nuestra investigación era fundamental conectar la presen-

cia de dicha lengua a un factor de representación y autorrepresentación identitaria. Por tal razón, la selección de los entrevistados y las entrevistadas se ha basado sobre los siguientes criterios: ser italiano/a nativo/a o descendiente de italianos, manifestar una fuerte identificación con Italia, haber elegido personalmente el nombre del local y ser hablante nativo de italiano o de herencia.

Considerar el italiano una lengua de herencia (como alternativa a la antinomia lengua materna *vs* lengua extranjera), permite contar con un amplio espectro de formas de bilingüismo y reconocer cualquier desviación de la norma como fenómeno de variación y no como simple error. Además, se toma en cuenta el valor afectivo de la lengua percibida (o no) en el ámbito familiar y hogareño durante la infancia y la relación que los/las informantes han mantenido con ella.

Las entrevistas realizadas, cuyo número se justifica por el carácter cualitativo y exploratorio de nuestra investigación, han aportado datos importantes para confrontar y relacionar las diferentes representaciones de la italianidad, el vínculo de los sujetos entrevistados con dicho concepto y la actitud hacia la lengua con la tipología de la oferta culinaria. Además, han sido útiles para confirmar la hipótesis de que el uso del italiano en los textos y en las imágenes constituye un caudal de sentido, en particular, en relación con la representación de la italianidad en Argentina. Sin embargo, cabe preguntarse si la italianidad en estos locales puede representarse a través de elementos simbólicos como la bandera tricolor, una receta o una canción tradicional, el origen de las materias primas empleadas para cocinar, la nacionalidad de quien cocina o de quien está a cargo del local, la lengua utilizada en los menús, etc. Por otro lado, el análisis del discurso no puede prescindir del valor que el productor de los signos analizados atribuye al propio origen y a la historia migratoria propia o familiar. Por ejemplo, a partir de la elección del nombre de un local, cuando es el resultado de una elección voluntaria, emergen estas diferentes atribuciones de sentido: no es lo mismo llamar un local con el propio apellido (*Furchi*) que llamarlo con el nombre de una abuela calabresa jamás conocida (*Maria Fedele*), o denominar una pizzería *Maldito Tano*, jugando con la estigmatización o la mala fama de los inmigrantes italianos de comienzos del siglo XX², o bien, darle a un restaurante el nombre de una antigua fábrica de pastas que había sido creada por los antepasados recién llegados de Cerdeña (*Italpast*).

3. Paisaje lingüístico como género discursivo

El PL presente en todas las superficies significantes de dichos locales ha sido analizado en cuanto género discursivo (Steimberg 1993, Bajtín

1982), es decir, caracterizado por rasgos temáticos, retóricos y enunciativos.

Por lo que respecta a los rasgos temáticos, se han evidenciado algunas categorías léxicas en torno a las cuales se aglutinan, como núcleos de sentido, los nombres de los locales fotografiados. Los rasgos temáticos ponen en evidencia lo que es bello, bueno, deseable, los valores a los cuales se adhiere y las características que se consideran más representativas de una supuesta identidad italiana.

Un primer núcleo temático está representado por los nombres propios y los apellidos (*Robertino, Pinuccio, Pierino, Maria Fedele*, etc.), como se ve en la imagen 1:



Imagen 1. Nombres propios

También destacan las referencias geográficas (imagen 2), en algunos casos escritas en italiano (*Aversa, Cosenza, Reggio Emilia, Sardegna, San Marino, Comacchio, Venezia*) y otros, en español o adaptados al español (*Piamonte, Nápoles, Nápoli*).



Imagen 2. Referencias geográficas

Lógicamente, las referencias geográficas son importantes a la hora de definir la identidad, dado que pueden marcar algún tipo de conexión con el lugar mencionado o, simplemente, destacar la pertenencia a una élite de privilegiados que ha podido viajar, como los propios entrevistados han admitido en varios casos: “yo vengo de ahí”, “ahí todavía tengo familia”, “yo estuve”, “yo pude viajar y lo vi”.

Por otro lado, como se evidencia en la imagen 3, destacan las referencias a la cocina misma, a los ingredientes, a los instrumentos, etc.: *sale e pepe, prosciutto, bistecca, piadina lab, teglia, matterello*, etc.



Imagen 3. Referencias a los ingredientes

Por último, no faltan las referencias al léxico y a la cultura de la mafia (Don Ciccio, Cucina d'onore, Don Corleone, Arte de Mafia, El padrino, etc.), como se aprecia en la imagen 4, en relación con un conocido restaurante de un barrio gentrificado de la ciudad:



Imagen 4. *Referencias a la mafia*

Llama la atención la alusión o la referencia explícita a la mafia, puesto que no se problematiza en absoluto el discurso mafioso. Si los rasgos

temáticos ponen de relieve lo que es deseable, bello y bueno, cabe preguntarse si las mencionadas alusiones a la mafia evidencian la falta de información sobre lo que el fenómeno criminal significa realmente, más allá de la mediación cinematográfica (principalmente a través de *El Padrino*), o si se trata, más bien, de una forma de adhesión a una serie de valores o desvalores, según desde qué perspectiva se lo mire. Pareciera que, a través de la mediación de algunos locales/restaurantes y del uso de algunas imágenes y juegos de palabras, se volvieran aceptables ciertos mensajes que de otra manera sería imposible aceptar. Los signos, entonces, llegan a perder el significado original y se convierten en divertidos e inocentes o son una expresión de superficialidad y de mal gusto. Aunque también se podrían interpretar, como ya ha sido observado por Capelli (2022b), como un “guiño” a ciertos personajes que existen y/o que operan en Argentina, o bien, como una advertencia y una ostentación de impunidad para otros “actores sociales” (policía, políticos, pandillas enemigas o aliadas). Descubrirlo no es tarea de la investigación sociolingüística, pero sí lo es hacer emerger las contradicciones y desarticular este sentido común normalizador: cabe, pues, interrogarse sobre el valor de palabras y símbolos y sobre cómo ellos pueden transformarse en moneda de intercambio, aceptada en el mercado lingüístico (Bourdieu 2001, Angenot 2010), desde una perspectiva donde los discursos tienen un valor y un precio, se demandan, se ofrecen, se intercambian, reflejando los conflictos por la hegemonía y por el control de los límites de lo pensable (Angenot 2010, Capelli 2022b).

Todo se produce con fines comerciales, lo cual banaliza de cierta manera el fenómeno de la mafia, pues esta se transforma en un objeto de consumo, algo que –directa o indirectamente– termina siendo funcional a la propia estrategia mafiosa.

Entre los rasgos retóricos hemos incluido:

- las figuras retóricas: tema y rema (imagen 5), rimas, neologismos por composición, hipérboles:



Imagen 5. Tema y rema

- los juegos de palabras: *Pistache como te piace, Verm y Cheli* (imagen 6)



Imagen 6. Juegos de palabras

- el uso de varias lenguas: dialecto napolitano, español, italiano, inglés (imagen 7):



Imagen 7. *Uso de varias lenguas*

- la mezcla de géneros: cine, fotografía, cómics, dibujos (imagen 8):



Imagen 8. *Mezcla de géneros*

- el uso metonímico de imágenes de ciudades de arte, como Siena, Pisa, Venecia (imagen 9):



Imagen 9. *Uso metonímico de monumentos*

- imágenes que forman parte de los circuitos turísticos más conocidos, así como también escenas de películas (imagen 10), actores y jugadores de fútbol famosos:



Imagen 10. *Referencias al cine italiano*

No faltan los colores de la bandera italiana, el *tricolore*, a veces más visible y otras mostrado de forma más oculta o sutil (imagen 11):



Imagen 11. Referencia a los colores de la bandera italiana

Por último, los rasgos enunciativos caracterizan a los enunciadores y a los destinatarios en una multiplicidad de posibles combinaciones, por ejemplo:

- italianos nativos llegados a Argentina durante la infancia o emigrados más recientemente;
- italianos de segunda o tercera generación, con o sin doble ciudadanía;
- personas sin vínculo directo y familiar con Italia;
- clientes fidelizados u ocasionales;
- clientes con una identidad fluida/multifacética o con una identidad estructurada;

Estas tipologías de enunciadores y destinatarios posibles se entrecruzan con variables colectivas asociadas al barrio o a la zona en la que fueron tomadas las fotografías: puede ser un barrio residencial, turístico, gentrificado, popular, o incluso marginal, como es el caso de la Villa 31, uno de los más grandes asentamientos informales de la ciudad, en el que se encuentra una pizzería llamada *La Siciliana* (imagen 12):



Imagen 12. PL italiano en la Villa 31

4. Paisaje lingüístico entre fidelidad/variación lingüística y tradición/innovación gastronómica

Consideramos que la variación lingüística presente en algunos textos escritos no depende necesariamente de la falta de conocimiento o de dominio lingüístico. Dicha variación puede estar basada en el uso del italiano (o, según el caso, del dialecto), que podríamos definir afectivo, una lengua de herencia³ que contiene recuerdos de la infancia, idiolectos familiares, cuyo empleo denota la intención de no desprenderse de la lengua escuchada en casa, hablada por los padres o los abuelos, que no siempre coincide con el italiano estándar. Podemos afirmar, entonces, que el PL se confirma como terreno de disputa por la identidad, en el que se define –a través de la elección de recetas, materias primas, imágenes, colores, palabras y formas de escribirlas– qué es, según los enunciadores, la auténtica italianidad. Estos elementos se entraman con los clichés y los estereotipos sobre “lo italiano” difundidos en la sociedad argentina, que los clientes no ponen en discusión, sino que, más bien, buscan a la hora de elegir un restaurante italiano donde ir a comer. Dichos estereotipos⁴ pueden ser rechazados o aceptados por los mismos enunciadores: en el primer caso, en nombre de un purismo lingüístico; en el segundo, porque funcionan bien o son rentables desde un punto de vista comercial.

Asimismo, se han podido evidenciar algunos perfiles en relación con el uso de la lengua italiana, de acuerdo con el grado de aceptación de la contaminación lingüística, más o menos marcada, versus una búsqueda de “pureza”, que puede relacionarse con la función identitaria atribuida al uso normativo de la lengua. Algunos ejemplos son las diferentes maneras de escribir palabras, como *gnoqui*, *agnolotis*, *arangiata*, *mangiame*, *fileto* (imagen 13):

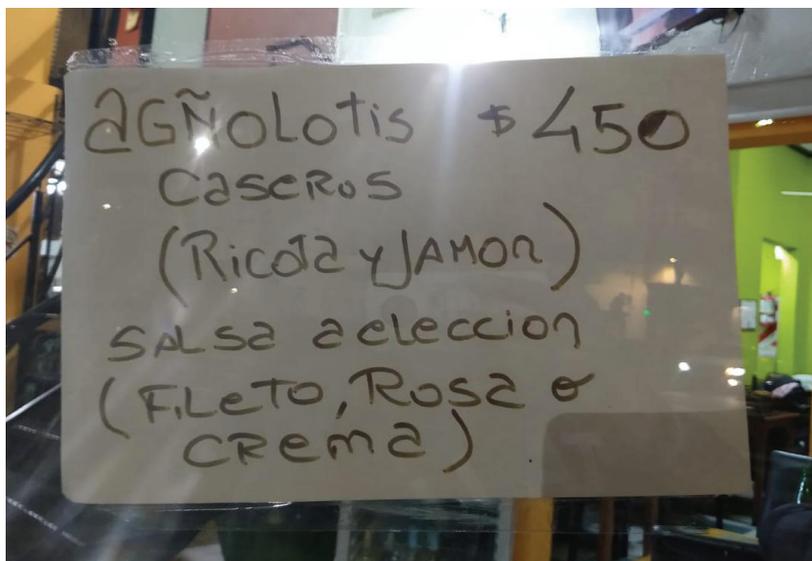


Imagen 13. Contaminación lingüística

Sin embargo, no siempre estas formas híbridas son el resultado de una elección consciente por parte de los autores, sino que se relacionan con los usos lingüísticos familiares a los que se aludía anteriormente. Por el contrario, el uso normativo de la lengua puede ser el resultado de una búsqueda consciente, la identificación con un grupo de italianos percibidos como auténticos, así como de cierto nivel social y cultural, que se refleja en la ostentación del dominio lingüístico.

Las entrevistas también han sido útiles para ahondar en el mencionado conflicto entre identidad, fidelidad y variación lingüística. Para analizar dicho conflicto, y como se ha explicitado en el apartado metodológico, hemos seleccionado emprendimientos gastronómicos cuyos dueños se identifican con lo italiano, por ser descendientes de italianos (Pinuccio, Silvana del Sorpasso, Nuvola, Paoletti), o bien, por ser italianos nativos llegados a la Argentina a diferentes edades, desde la infancia (Picciau, Furchi), hasta la adultez (Maldito Tano, Fumarola). Se trata, pues, de informantes que tienen el italiano como lengua nativa, o bien, como lengua de herencia.

De esta manera se evitan posibles interferencias con elecciones vinculadas exclusivamente al márquetin, que serían material para otra investigación y requerirían un marco teórico diferente.

En línea con uno de los puntos fundamentales del presente trabajo, es decir, problematizar el concepto de identidad italiana tal como está representado y autorrepresentado por los distintos actores sociales, se evidencia que, algunos de los entrevistados son argentinos con antepasados italianos, otros son italianos residentes llegados a la Argentina en edad adulta, y otros son italianos emigrados en la niñez, durante la última oleada migratoria de mediados del siglo XX. A este propósito, nos parece mucho más significativo subrayar los recorridos migratorios, las historias de vida y las memorias familiares que la fecha de inauguración de un local, dato más bien aséptico y burocrático. Las razones son múltiples. En algunos casos los entrevistados abrieron varios restaurantes a lo largo de sus vidas, por lo que resultaría poco significativo para el análisis tomar en cuenta la fecha de apertura. Por otro lado, al tratarse de una investigación cualitativa, lo que importa es la acumulación de sentido, que no emerge a partir de una fecha, sino de las vivencias y los acontecimientos ocurridos en relación con la identidad italiana. Partir de estas múltiples historias y personalidades, en donde inevitablemente las identidades nacionales y las culturas se entrelazan, hizo que se pusiera el acento desde el principio sobre algunos aspectos fundamentales (Capelli *et al.* 2022):

la construcción de la trayectoria migratoria y el recorrido personal de los entrevistados;

la cuestión de lo que significa “ser migrante” y, consecuentemente, la autorrepresentación de la identidad italiana;

la transmisión generacional de las tradiciones y la relación con el italiano escrito visible en los locales gastronómicos;

la definición de lo que es “la cocina italiana”.

En este sentido, la identidad italiana, tal como está autorrepresentada, se polariza en los dos extremos de un *continuum*: de un lado, la tradición representada por el vínculo con el clan familiar, la lengua de herencia, el asociacionismo y el cliché sobre los orígenes o el estereotipo de la italianidad; del otro lado, una noción más dinámica, relacionada con las formas de socialización, valores, modas, estilos de vida considerados deseables y elitistas.

Esta hipótesis, confirmada a través de las entrevistas, puede plasmarse gráficamente en el siguiente esquema (imagen 14) que representa la distribución axial de los informantes de acuerdo con la tensión entre tradición/innovación gastronómica y fidelidad/variación lingüística:

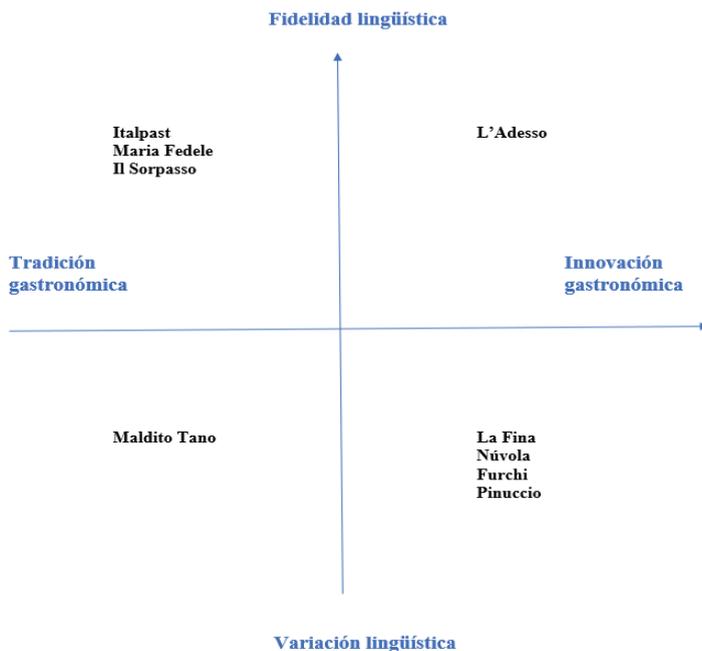


Imagen 14. Tradición /innovación gastronómica y fidelidad/variación lingüística

Cabe aclarar que cuando hablamos de fidelidad a la lengua/dialecto de origen en el eje lingüístico no nos referimos a la ausencia de textos en castellano en el local, sino a la precisión ortográfica, morfológica y sintáctica con la que aparecen los textos escritos en italiano o, en su caso, en el dialecto de origen.

Maria Fedele, *Il sorpasso* e *Italpast* se ubican en el cuadrante fidelidad lingüística/tradición gastronómica, dado que cuidan a la vez el uso del italiano correcto (o del dialecto de origen) tanto en sus menús como en la denominación de los platos, o en las inscripciones con función decorativa presentes en las paredes del local, y mantienen la lealtad a las recetas tradicionales y familiares, lo cual no significa que no se encuentre el espacio para la creatividad individual, sino que se trabaja siempre en el marco de la lealtad lingüística y culinaria.

Maria Fedele, situado en una Asociación italiana de 1872, de impronta fascista, es un restaurante atípico en el que, como política empresarial, no existe un menú a la carta, sino un “menú sorpresa”: el cliente que llega no sabe lo que va a comer hasta que no se sienta a la mesa y lo único que sabe es cuánto va a gastar, aproximadamente, pues es un dato que está expuesto en una pizarra en el ingreso del local. Para Ariel Paoletti, argen-

tino de origen calabrés (como él mismo se define), la cocina es una pasión y en su restaurante introdujo desde su apertura la cocina regional italiana, en particular la calabresa, con la intención de ofrecer a su clientela los platos regionales italianos, siguiendo fielmente las recetas originales, tal como comenta el cocinero: “Trato de hacer las recetas originales. Por ejemplo, en la carbonara, acá te ponen crema, panceta..., y la carbonara es *guanciale*⁵, yema y huevo, vino seco, *pecorino*”. Para Paoletti la identidad italiana en la cocina se ve en las materias primas y en las recetas, aunque también en la decoración del local. En efecto, llama la atención la cantidad de frases y proverbios en dialecto calabrés expuestos en cada una de las paredes del restaurante (imagen 15), las numerosas fotos de los ancestros de Ariel e incluso del buque que trasladó desde Italia a sus antepasados, entre otras cosas (imagen 16):

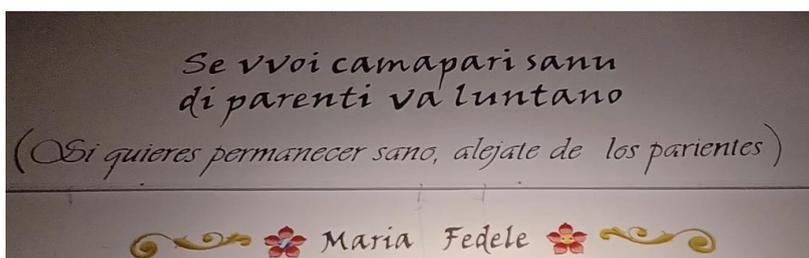


Imagen 15. Maria Fedele - Frases y proverbios



Imagen 16. El buque Alsina

Hay también una foto en la que aparece la propia Maria Fedele, bisabuela de Paoletti (imagen 17), mujer que murió en Italia de manera trá-

gica y a la que el cocinero dedica su restaurante casi como si se tratara de un santuario en su honor.

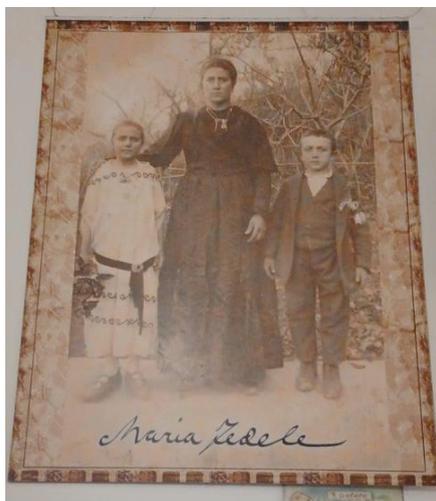


Imagen 17. Foto de Maria Fedele

Ariel Paoletti es propietario de otro restaurante italiano, *Mercato italiano*, situado también en el centro de la ciudad de Buenos Aires. Allí la organización no es muy distinta, aunque hay un menú semanal, que el chef envía cada semana a sus clientes por *whatsapp*, con una oferta limitada de platos y postres, para simular una comida en familia. Como se puede apreciar en la imagen 18, los platos y sus respectivas descripciones están escritas en un italiano casi impecable:



Imagen 18. Mercato italiano - Menú semanal

El restaurante *Il Sorpasso*, gestionado por Silvana D'Antonio y su familia, se encuentra en el barrio de San Telmo, zona central y turística de la ciudad, por lo que no cuenta con una clientela fidelizada, sino que suele ser frecuentado por turistas. Resulta muy interesante, además de significativa, la historia migratoria de la familia de Silvana D'Antonio, argentina, hija de inmigrantes abruceses (de la provincia de Téramo) que, a partir de los años 70, debido a la crisis económica de la Argentina, comienzan a regresar gradualmente a Europa. En 1982, una vez concluidos sus estudios universitarios en Ciencias de la Educación, Silvana se traslada a Alemania, donde vivían su hermano y su padre. La sigue quien en aquel entonces era su pareja (hoy su actual marido), también de origen italiano, aunque "*con meno italianità della nostra famiglia*", más deseosos de mimetizarse con los alemanes para no ser considerados "*tanos de mierda que se vienen a sacarse la fame*". En aquel tiempo, el hermano de Silvana abre un restaurante donde ella comienza a trabajar hasta que queda embarazada y decide trasladarse a Abruzzo, pues prefiere que sus hijos nazcan "*nella sua terra*" y absorban la cultura italiana. Allí encuentra su lugar en el mundo, comenta Silvana, y se dedica por más de diez años a la enseñanza en la escuela primaria. En 2013 regresa a Buenos Aires para abrir un restaurante en sociedad con su hermano, que fallece poco tiempo después, por lo que ella queda a cargo del local, junto a su marido y uno de sus hijos. Para ella, la cocina italiana es, sobre todo, cuestión de materias primas. Conseguir productos de calidad es extremadamente difícil y esto la hace sufrir, añade Silvana. En su restaurante tratan de proponer la cocina abruza, aunque esto implica luchar contra las presiones de los clientes, quienes se sienten "*padroni della cultura italiana, tutti hanno una nonna che fa i ravioli migliori dei tuoi*"⁷, y no comprenden que a menudo las recetas de familia no son las originales, sino las que los inmigrantes italianos lograban cocinar, adaptándolas a los productos que encontraban a mejor precio en el mercado (por ejemplo, la harina de garbanzos, en lugar de la harina de castañas, para preparar los *caggionetti*, dulce típico abruzo). Con respecto al uso de la lengua italiana, los nombres de los platos que componen el menú están escritos correctamente en italiano, y los ingredientes, en español, como se aprecia en la imagen 19:



Imagen 19. Il Sorpasso-Menú

La presencia en el menú de la foto de una receta escrita a mano por su madre y de numerosas imágenes de varios carteles de películas italianas muy famosas (*Ladrones de bicicletas*, *Cinema Paradiso*, *Amarcord*, etc.) denota el orgullo que siente Silvana hacia lo italiano. En efecto, ella manifiesta claramente su disgusto ante la falta de apego a la lengua y a la cultura italiana por parte de los ítalo-argentinos que cuentan solo con la doble ciudadanía, pero que “*non sanno niente dell’Italia, non parlano la lingua, non sono interessati alla cultura dei loro nonni*”.⁸

El tercer restaurante ubicado en el cuadrante fidelidad lingüística/tradición gastronómica es *Italpast*, ubicado en Campana, provincia de Buenos Aires. Es, sin dudas, el local que más se asemeja en la decoración a un clásico restaurante italiano de los años 70. Pietro Picciau llega a la Argentina a los cinco años de edad, en 1950, junto con su madre, para reunirse con su padre que, dos años antes se había trasladado a Argentina para trabajar como albañil en Campana, ciudad en donde se habían instalado importantes empresas siderúrgicas italianas, como *Techint* y *Dalmine*. En esa ciudad los padres de Pietro empiezan a gestionar el comedor de *Techint* y poco tiempo después deciden abrir un pequeño restaurante (*Italbar*) y una fábrica de pastas (*Italpast*), que se ven obligados a cerrar por su escaso éxito. En 1995, la pasión por la cocina que Pietro Picciau había heredado de su madre lo lleva a abrir su

propio restaurante y a ganarse el título de “*Miglior chef italiano all'estero*” (mejor chef italiano en el exterior). La cocina italiana, para Picciau, es, en especial, la de su tierra de origen, la Cerdeña, con aromas y sabores bien definidos y reconocibles. Para él, “cocinar italiano” significa utilizar materias primas de calidad y hacer percibir los sabores auténticamente italianos y caseros. Pietro ha aprendido a cocinar observando a su madre mucho antes de asistir a cursos y escuelas de gastronomía, contrariamente al recorrido del que habla Leonardo Fumarola (del restaurante *L'Adesso*) quien, como veremos, hace hincapié en su formación más académica como profesional de la cocina y no como observador de tradiciones familiares. Los nombres de los platos del menú de Italpast están escritos en italiano y debajo de cada uno de ellos se especifican, en español, los ingredientes con los que se preparan. También en este restaurante, como en los otros dos (*Maria Fedele* e *Il sorpasso*), el paisaje lingüístico en el interior del local está constituido por productos italianos en venta y por numerosos carteles e inscripciones escritos correctamente en lengua italiana (imagen 20):



Imagen 20. Italpast - *Salumeria*

El restaurante *L'Adesso*, de Leonardo Fumarola, es el único colocado en el cuadrante fidelidad lingüística/innovación gastronómica. En este local destaca el purismo en lo que respecta al uso del italiano, sin embargo, su oferta de platos presenta algunas variantes experimentales, resultado de la fusión y de la creatividad del chef. Este restaurante

está ubicado en el barrio Palermo Hollywood, una de las zonas de moda de la ciudad, poblada de bares y restaurantes, donde se desarrolla la movida nocturna. El dueño, Leonardo Fumarola, originario de la región de Apulia, llega a la Argentina en edad adulta, con un importante currículum a sus espaldas en el campo de la restauración. Leonardo reivindica su formación profesional y el hecho de que su amor por la cocina no deriva de un saber heredado de generación en generación, sino adquirido a través de su carrera y sus estudios, que se expresan en los platos innovativos u originales que el chef prepara en su restaurante como, por ejemplo, las *pappardelle di castagne con ragù di cinghiale e mirtili*. A pesar de que Fumarola suele mezclar el italiano y el español en su discurso durante la entrevista, todos los platos del menú están escritos en un italiano perfecto, sin adaptaciones ni errores de ortografía y las descripciones están seguidas de sus respectivas traducciones al español (imagen 21). Cabe destacar también que incluso el personal del restaurante pronuncia correctamente el nombre de los platos en italiano.

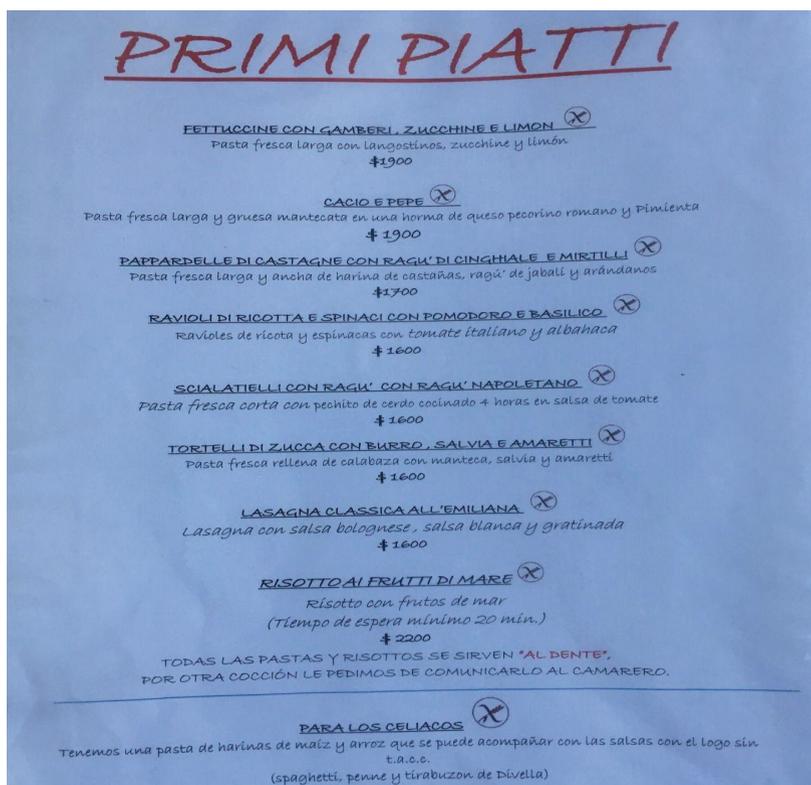


Imagen 21. L'Adesso – Menú primeros platos

Maldito Tano, que ubicamos en el cuadrante tradición gastronómica/variación lingüística, es extremadamente tradicional en su propuesta gastronómica, ya sea en los platos que componen la carta como en la forma de elaborarlos. A pesar de que el menú es bastante amplio, la pizza es el plato fuerte y se prepara al estilo napolitano, muy fina y con borde alto. La italianidad está muy marcada en las palabras del propietario, Carlo Primo, llegado a la Argentina en 2019 con su familia, luego de haber probado suerte en Canadá, Estados Unidos y México. En efecto, durante la entrevista, que se lleva a cabo completamente en italiano, él subraya la importancia de que su personal cuente con competencias lingüísticas en italiano y describe minuciosamente los ingredientes y la forma de utilizarlos para preparar los platos que propone (la mozzarella es elaborada por él). A pesar del apego a la tradición y a lo genuino, y de que la entrevista se haya llevado a cabo en italiano, Carlo incorpora en su discurso expresiones en español y subraya que el uso alternado del español y del italiano en su menú y en el local refleja la intención de adaptarse también a la clientela que no habla italiano. En efecto, como se observa en la imagen 22, los nombres de las pizzas aparecen en italiano (*4 stagioni*, *Capricciosa*, etc.), mientras que en la descripción de los respectivos ingredientes se emplean de manera alternada ambas lenguas (“*Margherita...* aceitunas, jamón...”, “*Mortadella con Pistacho*”, “*Lluvia di fiordilatte*”) y no faltan los calcos lingüísticos como, por ejemplo, “*masse speciali*” (calcado de *masas especiales*), en lugar de *impasti speciali*, como se diría en italiano.

La Fina, *Furchi*, *Núvola* y *Pinuccio*, ubicados en el cuadrante variación lingüística/innovación gastronómica, son los emprendimientos en los que se evidencia a la vez la hibridación lingüística entre el italiano y la variedad local (español) y la fusión gastronómica que mezcla la cocina tradicional italiana con innovaciones del chef, por lo que estamos ante casos de fusión lingüística y gastronómica.



Imagen 22. *Maldito Tano* - Uso alternado de español e italiano en el menú

La Fina es una pizzería creada por un grupo de jóvenes emprendedores y gestionada por uno de ellos, descendiente de italianos. Allí se prepara la pizza al estilo napolitano: “individual, de cuatro o seis porciones, finita y con el *cornicione*⁶ un poco más grueso”, aunque adaptada a los gustos más internacionales. En efecto, en la carta aparecen algunas originalidades de la casa, cuyos nombres e ingredientes están a veces en italiano y otras en español o en lunfardo, como la *Capra e miele* (pizza con ricota, tomates secos, miel de jalapeños y almendras), la *Franchute* (con queso *brie*, panceta ahumada y pesto de tomates secos), la *Longaniza* (con salsa de tomate, mozzarella y longaniza), *Fumé* (mozzarella, *pomodoro*, mozzarella ahumada, morrones asados, e *spezie affumicate*), *Lasagna* de vegetales o la clásica *Fugazzeta* argentina, rellena de *mozzarella* y cebolla (imagen 23):



Imagen 23. La Fina - Alternancia de español e italiano

La heladería *Furchi*, fundada por un italiano emigrado a la Argentina con el fin de ayudar económicamente a su numerosa familia y escapar de la guerra, es aún hoy una empresa de gestión familiar, pues está a cargo de uno de sus hijos. Resulta muy significativa la forma en la que *Furchi* (hijo) se presenta, pues subraya que tiene “5 años de italiano y 65 de argentino, con lo cual garantiza, por un lado, su autenticidad como italiano y, por otro, su identidad argentina. Esta heladería se caracteriza por ofrecer a sus clientes una amplia gama de gustos especiales y novedosos, como naranja con albahaca y jengibre (imagen 24), inspirados en sabores que el propie-

tario tuvo ocasión de probar durante sus viajes por distintas partes del mundo (Italia, Estados Unidos, Centro América, etc.).

Helados de
Sabores especiales

- Caricias del caribe (ananá, mango y un toque de banana)
- Piratas del caribe (coco, mango, maracuya y ron)
- Latte di mandorla (leche de almendras)
- Super sambayón con almendras chocolatadas
- After eight (chocolate semi amargo con menta)
- Higos con nuez al cognac
- Naranja con albahaca y jengibre
- Dulce de leche bonus track (con dulce de leche natural)
- Crema de almendras
- Chocolate argentino (con dulce de leche natural y biscuits chocolatados)
- Frutti di bosco (arándano, frambuesa, mora, corinto y rosa mosqueta)
- Pan dulce
- Amapola
- Fresco y batata
- Marron glacé
- Gianduaia di toscana (chocolate semi amargo con pasta de avellanas)
- Crema "baileys" (con almendras bañadas en chocolate blanco)
- Negroni sbagliato (campari, martini rosso y naranja)
- Ricotta siciliana (con peras al caramelo y canela)



Imagen 24. Furchi – *Gustos novedosos*

Se trata también, comenta el propietario, de una estrategia comercial para valorizar la heladería y diferenciarse de otras que ofrecen sabores demasiado tradicionales. En la entrada y en el interior de la heladería hay algunos carteles (imagen 25), que sirven especialmente para resaltar la calidad del helado, en los que se alterna el uso del español y del italiano (“*Il gelato fresco di giornata*”, “Un clásico de Belgrano”).



Imagen 25. Furchi–*Uso del español y del italiano*

Entre la amplia y original variedad de gustos que ofrece *Furchi*, hay algunos cuyos nombres están escritos completamente en italiano, como *Latte di mandorla*, *Negroni sbagliato* (que retoma el nombre de un clásico cóctel alcohólico), *Ricotta siciliana*, *Frutti di bosco*, *Gianduvia di toscana*, mientras que en otros se combinan ambas lenguas (imagen 26), como, por ejemplo, *Cereza a la panna*, *Pistaccio* (en lugar de *pistacchio* o *pistacho*), *Spumone de Limón*, *Spumone de chocolate*.



Imagen 26. Furchi – *Alternancia de español e italiano*

Por otro lado, la presencia de la lengua italiana en el local parece ser una operación comercial (Capelli et al 2022), más que identitaria, pues, a pesar de que durante la entrevista emerge la identificación con la Calabria (su región de origen) y el sur de Italia, las inscripciones en italiano expuestas en las paredes, que pueden servir como garantía de calidad ante los clientes, están copiadas, como admite el propio Furchi, de una cadena de heladerías muy conocidas en Italia (imagen 27):



Imagen 27. Gelateria *Grom*

Núvola es una de las primeras pizzerías napolitanas en Argentina. Su dueño, Juan Pablo Padrevita, es argentino, descendiente de italianos de Buonalbergo (localidad en las cercanías de Nápoles) y mantiene una relación constante con sus parientes, que visita cada vez que regresa a Italia. El propietario se identifica con ambos países y, a pesar de que admite que le hubiera gustado nacer en Italia y que su deseo es vivir allí durante un tiempo, se siente argentino y le agradece a su país por las oportunidades que este le brindó. Padrevita reconoce que la forma en la que él prepara la pizza difiere mucho de la forma en que la preparaba su abuela. Es consciente de que el tipo de pizza elaborada por él no siempre es del agrado de la clientela argentina, razón por la cual empezó a trabajar con dos hornos, uno para preparar la clásica pizza argentina y otro para preparar la pizza napolitana, que él define *contemporánea*, pues difiere de la tradicional y se adecua más a los cánones modernos, que le fueron transmitidos durante sus estudios llevados a cabo en Italia para llegar a ser *pizzaiolo*. Su interés en difundir cómo se prepara este tipo de pizza napolitana lo lleva a organizar una serie de cursos teórico-prácticos con el objetivo de que los clientes argentinos aprendan a preparar la masa y a combinar determinados ingredientes. Esta tendencia didascálica se evidencia también en la ortografía del nombre del local. En efecto, Padrevita, decide acentuarlo gráficamente (*Núvola*), a pesar de que en italiano el término *nuvola* no lleva tilde, con el fin de que la clientela argentina aprenda a pronunciarlo correctamente. En el menú, el italiano se alterna con el español ya sea en la denominación de las piz-

zas como en la descripción de sus ingredientes y del tipo de masa que se utiliza para prepararlas: *Mozzarella fior di latte*, Rúcula, *pomodorini* y aceite de oliva (imagen 28), *Impasto* al carbón vegetal activo, *Provola di búfala* (imagen 29):



Imagen 28. Nuvola *Parma STG*



Imagen 29. Núvola 2.0

Lo mismo ocurre en *Pinuccio*, restaurante ubicado en el interior del mercado comunal del barrio de Belgrano. Sergio Puerta, el propietario, descendiente de italianos por parte materna (de Lioni, en la provincia de Avellino) organiza el menú de manera novedosa (imagen 30).



Imagen 30. Pinuccio – Menú

La originalidad del restaurante radica en dos aspectos. En *Pinuccio*, el cliente tiene la posibilidad de elegir el tipo de pasta y la salsa con la cual condimentarla: “Vos tenés la posibilidad de elegir cualquier pasta y vas eligiendo la salsa. La gente juega, no la obligás al espagueti con esta u otra salsa”. El chef solo se limita a sugerir las mejores combinaciones: “si pedís *orecchiette*, las pedís con brócoli, no vas a pedir una lasaña con frutos de mar”. Por otro lado, Puerta intenta fusionar lo tradicional con lo novedoso, tratando de respetar las raíces y, a la vez, de mejorar el resultado: “No

me quiero quedar con la *Amatriciana* tradicional, quiero proponer algo distinto, con especias, cúrcuma, anís estrellado en las salsas, que les da un toque singular”. En este sentido la propuesta gastronómica de *Pinuccio* es tal vez la más abierta a la innovación y a la heterodoxia, sin olvidar la tradición. De este modo, a pesar de la novedad, explica Puerta, su clientela percibe que lo que comen les recuerda a lo que comían en casa de los abuelos y reconocen lo casero y lo italiano. En efecto, como subraya el dueño, buena parte de la clientela de *Pinuccio* es de origen italiano y frecuenta el restaurante, porque allí encuentran “la atmósfera de Trastevere”, donde “todo está ambientado para estimular lo italiano, incluso la música”, donde “no hay nada procesado, todo es artesanal, incluso la pasta”, que se elabora todos los días con una máquina que él mismo compró en Génova. Con respecto al uso de las lenguas, en el menú se alterna el italiano con el español ya sea en las categorías de platos (*Antipasti/Aperitivos/Insalate/Salsas/Pasta ripiena*, etc.), en las descripciones de los ingredientes (*Espinaca y ricotta*), en las indicaciones para el cliente (*Pasta senza glutine/Las pastas son elaboradas artesanalmente y sin conservantes*), así como también en el nombre de algunos platos y salsas (*Margherita/Napolitana/Spaghetti de arroz/Tuco e pesto*). En algún caso específico, aclara Sergio Puerta, el uso del español es una elección pensada con el fin de evitar equívocos y pérdidas de tiempo ante el eventual pedido de explicaciones por parte de la clientela, que puede no conocer o no lograr deducir el significado de algunas palabras, como es el caso del término *berenjena*. Sin embargo, dicha palabra aparece en el mismo menú escrita en italiano (*pomodoro, melanzane*), sin traducción, además de que hay otros términos cuyo significado no es fácilmente comprensible, como *gamberoni, burro*, o el nombre de algunas salsas, que no cuentan con las respectivas descripciones en español. En general, el italiano utilizado en los textos expuestos en el local y en el menú, es formalmente casi perfecto, aunque estos no presentan la complejidad evidenciada en otros restaurantes como en *María Fedele* (y *Mercato italiano*) o *L'Adesso*.

5. Conclusiones

El tratamiento de los paisajes lingüísticos como género discursivo abre el camino hacia un enfoque multidisciplinar, con aportes socio-etno-psicolingüísticos, que no se reducen a un mero registro de la variación lingüística, sino que toman en consideración el entramado de relaciones sociales a las que las palabras se adscriben, dando cuenta de una construcción de significado que se estratifica en diferentes capas.

Somos conscientes de que la tensión entre fidelidad y variación, entre tradición e innovación, por tratarse de una investigación cualitati-

va, es mucho más compleja de lo que se ha planteado en este trabajo y no puede ser descrita como una mera distribución axial. En efecto, no es posible establecer una relación directa y unívoca entre la tendencia a la fidelidad/variación lingüística y las variables de orden extralingüístico, como la edad, el lugar de nacimiento de la persona entrevistada, la pertenencia a la primera o segunda generación de italianos en Argentina, el recorrido y el proyecto migratorio personal y/o familiar, el nivel educativo, etc. Por otro lado, la variación lingüística no está necesariamente generada por la falta de conocimiento de la norma, sino más bien, por factores relacionados con la identidad, concepto que no es ni monolítico ni inmutable y que está basado sobre una continua negociación entre distintos elementos socioculturales en equilibrio dinámico entre sí.

Es así que Silvana D'Antonio, del restaurante *Il Sorpasso*, nacida en Argentina, después de varios viajes entre Italia y Argentina, admite, refiriéndose a Buenos Aires, que ya "*questa non è casa*", así como también lamenta que la italianidad de muchos italo-argentinos sea solo una cuestión burocrática que se reduce casi exclusivamente a la posesión de un pasaporte europeo.

Un elemento que emerge de los datos recogidos y analizados es la tensión entre la identidad italiana y la identidad regional. Por ejemplo, los restaurantes *Maldito Tano* y *Maria Fedele* introducen respectivamente el dialecto napolitano y el dialecto calabrés en sus menús y en las paredes de los locales, mientras que Pedro Picciau (de *Italpasta*), durante la entrevista, recuerda con afecto que sus padres, entre ellos, hablaban en dialecto sardo.

Del análisis de las entrevistas se deduce, pues, que las vivencias y las historias de vida de los entrevistados han ido conformando sus identidades en una relación dialéctica con el presente, con las aspiraciones, la relación con el otro y el entorno. En este sentido, el paisaje lingüístico es un espacio en el que se negocian esas identidades y en el que se evidencian maneras peculiares de manifestar la italianidad. Por un lado, esta se manifiesta a través de la alternancia de lenguas, la traducción, la fidelidad y la variación lingüística, que denotan la predisposición a una mayor o menor adaptación por parte de los entrevistados. Por otro lado, la italianidad también se manifiesta en la necesidad de preservar la tradición culinaria regional, poniendo el acento en las materias primas y en las recetas originarias o en el deseo de innovar e incursionar en nuevos sabores.

Francesca Capelli
Escuela de Lenguas Modernas
Universidad del Salvador
Lavalle 1878. C1051ABB
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Argentina
francesca.capelli@usal.edu.ar

Rosana Ariolfo
Dipartimento di Studi Umanistici
Università di Trieste
Androna Campo Marzio, 10, 34123
Trieste (Italia)
rariolfo@units.it
ORCID: 0000-0002-3168-1086

Notas

- ¹ Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “*Un italiano vero*. Lengua de herencia, disputa por la identidad y (auto)representaciones de la italianidad en los paisajes lingüísticos en Buenos Aires”, 2021-2022 80020200100115US, coordinado por Francesca Capelli, del Instituto de investigación de la Escuela de Lenguas Modernas de la Universidad del Salvador (Buenos Aires). El presente artículo es fruto de la colaboración de las dos autoras en el marco del acuerdo entre la Universidad de Trieste y la Universidad del Salvador (Buenos Aires) (2020/2025) para la movilidad de docentes e investigadores. A efectos académicos, la autoría se desgrega como sigue: Rosana Ariolfo es responsable de 1 y 4; Francesca Capelli es responsable de 2 y 3. El apartado 5 es común.
- ² *Tano* era el apodo que se le daba a los inmigrantes italianos según el cliché de que todos provenían de Nápoles (tano = napoliTANO).
- ³ *Lengua de herencia* (LH) es la lengua minoritaria/inmigrante que coexiste y es aprendida con una lengua mayoritaria/socialmente dominante (Montrul 2015: 15-16).
- ⁴ Para desglosar términos y nociones conceptual y semánticamente cercanos como *clichés*, *lugares comunes*, *ideas comunes* y *estereotipos*, véase Amossy y Pierrot, 2001.
- ⁵ El *guanciale* es un fiambre tomado de la parte más carnosa de la cara del cerdo, corte máspreciado que la panceta.
- ⁶ El *cornicione* corresponde al borde de la pizza.
- ⁷ Todos se sienten “dueños de la cultura italiana, todos tienen una abuela que hace los raviolos mejores/más ricos que los tuyos”.
- ⁸ “No saben nada sobre Italia, no hablan la lengua, no les interesa la cultura de sus abuelos.”

Referencias bibliográficas

- Albizu Echechipia, Lur. 2016. *Análisis del paisaje lingüístico en un centro de educación secundaria: un camino hacia la aceptación de la diversidad lingüística*, Trabajo de fin de Máster, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Pública de Navarra.
- Amossy, Ruth y Herschberg Pierrot, Anne. 2001. *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.
- Angeot, Marc. 2010. *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Arfuch, Leonor. 2009. “Ver el mundo con otros ojos. Poderes y paradojas de la imagen en la sociedad global”. En *Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad global*, Arfuch, Leonor y Devalle, Verónica (comp.). Buenos Aires: Prometeo.
- Ariolfo, Rosana. 2017. “Visibilidad y percepción del español en el paisaje lingüístico genovés”. *Lingue e Linguaggi*, 21. 7-25.
- Ariolfo, Rosana. 2019. “Comida, lengua e identidad en el paisaje lingüístico”. *Orillas*, 8 (2019). 629-652.
- Ariolfo, Rosana y Laura Mariottini (eds). 2018. *Paisajes lingüísticos de la migración. Contextos mediáticos, urbanos y formativos*, Número monográfico de *Lingue e Linguaggi*, 25.
- Ariolfo, Rosana. 2022. “Lo spagnolo nel paesaggio linguistico italiano: Genova multietnica”. *Ideas*, VIII, (8) (2022). 1-10.
- Ariolfo, Rosana y Laura Mariottini. 2022. “Préstamos léxicos del italiano en el Diccionario de la Lengua de la Argentina (2019)”. *Cultura Latinoamericana*, 36(2). 20-34.
- Backhaus, Peter. 2006. “Multilingualism in Tokyo: A look into the Linguistic Landscape”. *International Journal of Multilingualism*, 3 (1). 52-66.

- Bagna, Carla, Monica Barni y Massimo Vedovelli. 2007. "Italiano in contatto con lingue immigrate: nuovi modelli e metodi per il neoplurilinguismo in Italia". En *Minoranze linguistiche. Prospettive, strumenti, territori*, Carlo Consani, Paola Desideri (eds.), 270-290. Roma: Carocci.
- Bajtín, Mijail. 1982. *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- Balsas, María Soledad y Francesca Capelli. 2023. "Qué ves cuando las ves. Las mafias italianas en los paisajes lingüísticos de la Ciudad de Buenos Aires". *Comparative Cultural Studies*, 16.
- Bamberg, Michael, Anna De Fina y Deborah Schiffrin. (eds.). 2007. *Selves and Identities in Narrative and Discourse*. Amsterdam: John Benjamins.
- Bellinzona, Martina. 2018. "Linguistic Landscape e contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune scuole italiane". *Lingue e linguaggi*, vol. 25. 297-321.
- Bellinzona, Martina. 2021. *Linguistic Landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*. Milano: Franco Angeli.
- Bengochea, Natalia. 2019. "Lenguas en la marquesina: análisis del paisaje lingüístico en los barrios de Buenos Aires". *Signo y Seña*, 35. 47-66.
- Blommaert Jan. 2013. *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Bristol: Multilingual Matters.
- Bohrn, Andrea. 2020. "Terminaciones del italiano y del ídish en el lunfardo". *Gramma*, 32:65.
- Bourdieu. Pierre. 2001. *¿Qué significa hablar?* Madrid: Akal Universitaria.
- Caggiano, Sergio. 2012. *El sentido común visual. Disputas en torno a género, "raza" y clase en imágenes de circulación pública*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Calvi, Maria Vittoria. 2014. "Lingue migranti e nuovi paesaggi: sguardi interdisciplinari". En *Lingue migranti e nuovi paesaggi*, Maria Vittoria Calvi, Irina Bajini y Milin Bonomi (eds.), 7-15 Milano: FrancoAngeli.
- Calvi, Maria Vittoria. 2016. "La oralidad en el paisaje lingüístico latinoamericano en Milán". En *Oralidad y análisis del discurso. Homenaje a Luis Cortés Rodríguez*, Antonio Miguel Bañón Hernández, María del Mar Espejo Muriel, Bárbara Herrero Muñoz-Cobo, Juan Luis López Cruces (eds.), 123-139. Almería: Editorial Universidad de Almería.
- Calvi, Maria Vittoria. 2017. "Cibo e identità nel paesaggio linguistico milanese". En *Parole per mangiare: discorsi e culture del cibo*, Irina Bajini, Maria Vittoria Calvi, Giuliana Garzone, Giuseppe Sergio (eds.), 215-237. Milano: LED.
- Calvi, Maria Vittoria. 2018. "Español e italiano en el paisaje lingüístico de Milán: ¿Traducción, mediación o translanguaging". *Lingue e Linguaggi*, 25. 145-172.
- Calvi, Maria Vittoria. 2022. "Affect and emotions in the Hispanic linguistic landscape in Milan". En *Language Practices and Processes among Latin Americans in Europe*, Rosina Márquez Reiter, Adriana Patiño-Santos (eds.), 150-177. London: Routledge.
- Calvi, Maria Vittoria, Simone Ferrari, y Gianluca Pontrandolfo. 2021. "Lo italiano en el paisaje lingüístico de Buenos Aires. Lengua, cultura, inmigración". *Confluencia. Revista Di Studi Iberoamericani*, 13:2. 428-474.
- Cancellier, Antonella. 1996. *Lenguas en contacto. Italiano y español en el Río de la Plata*. Padua: Unipress.
- Cancellier, Antonella. 2012. "El espacio lingüístico rioplatense en la labor y en el archivo de Giovanni Meo Zilio". En *Rumbos del hispanismo en el umbral del Cincuentenario de la AIH*, Patrizia Botta, Aviva Garribba, María Luisa Cerrón Puga, Debora Vaccari (eds.) 80-89. Roma: Bagatto Libri.
- Cancellier, Antonella. 2015. "Giovanni Meo Zilio, pionero en los estudios lingüísticos sobre el espacio plural del Río de la Plata", *Zibaldone. Estudios italianos*, 3:1. 18-31.
- Capelli, Francesca. 2022a. "Don Vito ti guarda: le mafie italiane nei paesaggi linguistici di Buenos Aires". Comunicación presentada en el XXXVI Congreso Asociación Argentina Docentes e Investigadores Lengua y Literatura Italiana ADILLI (22-24 de septiembre de 2022, Mar del Plata, Argentina)

- Capelli, Francesca. 2022b. "El paisaje como texto, el texto como paisaje: palíndromos socio-lingüísticos en el espacio urbano de Buenos Aires". Comunicación presentada en el VIII Congreso de Arte y Ciencia del Paisaje (6-9 de octubre de 2022, Guadalajara, México).
- Capelli, Francesca. 2022c. "De eso no se habla, pero sí se ve". Comunicación presentada en el IV Simposio Internacional *Fronteras entre nosotros y los otros. El derecho a migrar como derecho humano. Tránsitos, experiencias e imaginarios* (30 de noviembre - 2 de diciembre de 2022, Buenos Aires, Argentina).
- Capelli, Francesca, Paloma Pasquali, Federico Caraballo, Nastassia Pisoni *et al.* 2022. "Questa non è casa. Simboli identitari e pratiche glottopolitiche nei percorsi migratori di imprenditori gastronomici di CABA e della provincia di Buenos Aires", Comunicación presentada en las III Jornadas Internacionales de Lenguas Modernas, 18-19 de agosto 2022, Universidad del Salvador, Buenos Aires.
- Castillo Lluch, Mónica y Daniel Moisés Sáez Rivera. 2013. "Paisajes lingüísticos en el mundo hispánico". *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana RILI*, XI, 1[21]. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert.
- Castro, Américo. 1941. *La peculiaridad lingüística rioplatense y su sentido histórico*. Buenos Aires: Losada.
- Cenoz, Jasone y Durk Gorter, 2006. "Linguistic landscape and minority languages". *The International Journal of Multilingualism*, 3. 67-80.
- Conde, Oscar. 2011. *Lunfardo. Un estudio sobre el habla popular de los argentinos*. Buenos Aires: Taurus.
- Conde, Oscar. 2016. "La pervivencia de los italianismos en el español rioplatense", *Gramma*, 57. 83-89.
- Cremonesi, Giulia, Ana Lourdes De Hériz, Mara Morelli y Valentina Roccati. 2012. "Contatto di lingue e cultura nell'ambito sanitario genovese". En *La mediazione comunitaria: un'esperienza possibile*, Danilo De Luise, Mara Morelli (eds.), 325-357. Lecce: Libellula Edizioni.
- De Fina, Anna. 2003. *Identity in Narrative. A study of immigrant discourse*. Amsterdam: John Benjamins.
- Di Tullio, Ángela. 2003. *Políticas lingüísticas e inmigración*. Buenos Aires: Eudeba.
- Fajardo Aguirre, Alejandro. 1998. "Aproximación al léxico argentino actual", *Revista de Filología de la Universidad de La Laguna*, 16. 57-71.
- Fontanella de Weinberg, María Beatriz. 1994. "Una fugaza con fetas de panceta y provolone: la incorporación léxica en español bonaerense". En *Estudios sobre el español de la Argentina*, María Beatriz Fontanella de Weinberg (ed.), 51-77. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.
- Fontanella de Weinberg, María Beatriz. 1996. "Contacto lingüístico: lenguas inmigratorias", *Signo y Seña*, 6. 437-457.
- Franco Rodríguez, José Manuel. 2013. "An alternative reading of the linguistic landscape: the case of Almería". *Revista internacional de lingüística hispánica*, 21. 109-135.
- Frontera, Manuela. 2022. "Identità linguistica e culturale nella comunicazione di attività di ristorazione "italiana" in area porteña". Comunicación presentada en el IV Simposio Internacional *Fronteras entre nosotros y los otros. El derecho a migrar como derecho humano. Tránsitos, experiencias e imaginarios* (30 de noviembre - 2 de diciembre de 2022, Buenos Aires, Argentina).
- Giménez Folqués, David. 2020. "Evolución de los italianismos en los últimos diccionarios académicos del español", *Cultura, Lenguaje y Representación*, 23. 97-108.
- Guarnieri, Juan Carlos. 1967. *El habla del lenguaje del boliche: diccionario popular rioplatense*. Montevideo: Florensa & Lafon.
- Guber, Rosana. 2011. *La etnografía. Método, campo, reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hipperding, Yolanda Haydee. 2018. "Coexistencia interlingüística en un paisaje lingüístico urbano. Español y otras lenguas en denominaciones comerciales de Bahía Blanca (Argentina)". *Itinerarios*, 27. 193-216.

- Lado, Beatriz. 2011. "Linguistic landscape as a reflection of the linguistic and ideological conflict in the Valencian community". *International Journal of Multilingualism*, 8. 135-150.
- Landone, Elena. 2018. "Las imágenes lingüísticas del paisaje urbano de la migración. Una reflexión metodológica de enfoque pragmático". *Lingue e Linguaggi*, 25. 81-106.
- Landry, Rodrigue y Richard Bourhis. 1997. "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. An Empirical Study". *Journal of Language and Social Psychology*, 16:1. 23-49.
- Mariottini, Laura. 2019a. "Políticas lingüísticas y migración latinoamericana en Roma. Mono y plurilingüismo en los signos comunicativos del espacio público". En *Lenguajes de la política. Más allá de las palabras*, Francesca De Cesare y Maria Alessandra Giovannini (eds.), 85-113. Napoli: UniorPress.
- Mariottini, Laura. 2019b. "Paisaje lingüístico y migración latinoamericana en Roma". *Anuario L/L. Estudios Lingüísticos*, 219-247. La Habana: Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente.
- Meo Zilio, Giovanni. 1970. *El elemento italiano en el habla de Buenos Aires y Montevideo*. Florencia: Valmartina.
- Meo Zilio, Giovanni. 1989. *Estudios hispanoamericanos*. Roma: Bulzoni.
- Montrul, Silvina. 2015. *The Acquisition of Heritage Languages*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Patat, Alejandro y Andrea Villarini (eds.). 2012. *Gli italianismi in Argentina*. Macerata: Quodlibet.
- Pons Rodríguez, Lola. 2012. *El paisaje lingüístico de Sevilla. Lenguas y variedades en el escenario urbano hispalense*. Sevilla: Diputación de Sevilla.
- Prego Vázquez, Gabriela y Luz Zas Varela. 2018. "Paisaje lingüístico. Un recurso TIC-TAC-TEP para el aula". *Lingue e Linguaggi*, 25. 145-172.
- Rowland, Luke. 2013. "The pedagogical benefits of a linguistic landscape project in Japan". *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 16:4. 494-505.
- Sarlo, Beatriz. 2009. *La ciudad vista. Mercancías y cultura urbana*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Shohamy, Elena y Durk Gorter. 2009. *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. New York: Routledge.
- Steimberg, Oscar. 1993. *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires: Atuel.
- Terrera, Guillermo Alfredo. 1968. *Sociología y vocabulario del habla popular argentina*. Buenos Aires: Plus Ultra.
- Teruggi, Mario Egidio. 1974. *Panorama del lunfardo*. Buenos Aires: Cabargon.
- Wingeyer, Hugo Roberto. 2019. "Voces de origen italiano identificadas en el léxico sincrónico de Resistencia, Argentina", *Contextos. Estudios De Humanidades y Ciencias Sociales*, 44.
- Zannier, Guido. 1967. *Influenza dell'Italiano sulla lingua scritta rioplatense (Secondo Periodo: 1853-1915)*. Montevideo: Lena & Cia.