

Cibo e identità nel paesaggio linguistico milanese

Maria Vittoria Calvi

DOI: <http://dx.doi.org/10.7359/818-2017-calv>

Parole chiave: diaspora latinoamericana, lessico del cibo, lingua e migrazione, paesaggio linguistico, spagnolo e italiano.

Keywords: language and migration, Latin American diaspora, linguistic landscape, Spanish and Italian, words for food.

Il mondo attuale è contraddistinto da continui e sempre più diversificati spostamenti e flussi di persone, che possono assumere la fisionomia di una vera e propria *diaspora*. Questo termine sta a indicare la dispersione dei migranti che, spinti ad abbandonare i luoghi d'origine, raggiungono diversi paesi di destinazione; ma rimanda anche ai processi di ri-territorializzazione e ri-costruzione identitaria che si attivano nei luoghi della migrazione, come viene messo in luce nelle scienze umane e sociali, da differenti angolazioni disciplinari (Appadurai 1996; Bhatia and Ram 2009; Blommaert 2010; Márquez Reiter and Martín Rojo 2015).

Richiamandosi a T. S. Eliot, Homi K. Bhabha (1996) sottolinea come i migranti portino con sé, della cultura di partenza, solo una parte, un insieme di frammenti che costituiscono il tessuto connettivo tra le culture, una specie di spazio *in-between* in cui emergono differenze e somiglianze, e nel quale vengono negoziate nuove identità ibride. Da questo punto di vista, il *paesaggio linguistico* – cioè la presenza di segni linguistici nello spazio pubblico – rappresenta un indicatore molto potente di tali processi, e di come le comunità migranti definiscano la propria presenza nella società di accoglienza (Castillo Lluch y Sáez Rivera 2013, 11), richiamando metonimicamente la propria appartenenza culturale.

Il cibo è uno dei principali elementi costitutivi del 'bagaglio culturale' dei migranti, e non a caso le parole del cibo sono tra le più presenti nel paesaggio linguistico, in cui assurgono spesso a vere e proprie icone culturali.

Mi propongo qui di analizzare la presenza di termini relativi all'alimentazione e alla gastronomia di ambito ispanico nel paesaggio linguistico milanese, in conformità con il radicamento di varie comunità ispanoamericane nel capoluogo lombardo, al fine di delinearne le funzioni, in una prospettiva linguistico-discorsiva e sociopragmatica.

1. MILANO E LA DIASPORA LATINOAMERICANA

L'Italia, e in particolare città come Milano e Genova, è stata negli ultimi vent'anni una delle principali destinazioni delle migrazioni economiche provenienti da diversi paesi latinoamericani, seconda in Europa solo alla Spagna. Senza dubbio l'affinità linguistica ha costituito uno dei principali elementi di attrazione per un flusso continuo di migranti – soprattutto peruviani ed ecuadoriani, fra altre nazionalità¹ – che si è progressivamente intensificato nella prima decade del nuovo millennio, per poi stabilizzarsi negli anni successivi. Nonostante qualche ritorno verso i paesi d'origine, anche a seguito della crisi economica, tali gruppi rappresentano una presenza ormai consolidata sul territorio italiano, dove raggiungono le 400 mila unità. Anche se l'entità dei flussi è diminuita, le comunità latinoamericane si sono complessivamente rafforzate, sia per i frequenti ricongiungimenti familiari, sia per la vitalità di iniziative imprenditoriali che richiamano continuamente nuovi arrivi.

L'immigrazione latinoamericana ha attirato l'attenzione di sociologi e antropologi, che hanno messo in evidenza, tra altri fattori, il profilo 'transnazionale' (Vertovec 2007) di questi migranti, attivi in vario modo sia nel paese d'origine sia in quello di destinazione; la prevalenza delle donne tra i primomigranti; i buoni livelli di integrazione, ma anche il problema aperto delle seconde generazioni, terreno fertile per l'affiliazione alle gang, ben note anche in altri contesti nazionali, e protagoniste di episodi di violenza (Ambrosini e Queirolo Palmas 2005; Cannarella, Lagomarsino, e Queirolo Palmas 2007; Boccagni 2009; Bugli 2009; Caselli 2009).

¹ Secondo le rilevazioni effettuate dall'ORIM (Osservatorio Regionale per l'Integrazione e la Multietnicità), nel 2016 risiedevano in Lombardia 166.000 latinoamericani, con le seguenti principali provenienze: Perù (53.200), Ecuador (46.700), Bolivia (12.550), El Salvador (12.450), Repubblica Dominicana (7600), Colombia (4800) e Cuba (5450) (cf. Cesareo e Blangiardo 2017).

Nella prospettiva linguistico-culturale che adottiamo in questo lavoro, assume particolare importanza l'aspetto diasporico di questa migrazione, connesso, come si diceva poc'anzi, ai processi di ri-territorializzazione. Se Acosta (2005) descrive la massiccia migrazione ecuadoriana degli anni duemila come un vero e proprio *esodo*, il termine *diaspora* viene frequentemente applicato ai processi migratori provenienti dall'America latina e diretti sia verso gli Stati Uniti sia, in tempi più recenti, verso l'Europa. *A Sociolinguistics of Diaspora: Latino Practices, Identities, and Ideologies*, ad esempio, è il titolo di un volume curato da Rosina Márquez Reiter e Luisa Martín Rojo (2015), che indaga le pratiche linguistiche e le circostanze socioeconomiche in cui esse si sviluppano, nei differenti scenari che accolgono le comunità della diaspora latinoamericana: sia quelli consolidati come gli Stati Uniti, sia quelli emergenti (vari paesi europei, ma anche Israele), senza trascurare gli spazi virtuali. Il contatto linguistico e la formazione di nuove varietà vengono quindi esplorati dal punto di vista delle ideologie linguistiche, dell'impatto sulla realtà sociale e nei processi di ri-costruzione identitaria.

Il cibo costituisce senza dubbio uno dei principali 'frammenti' di cultura che i migranti portano con sé, sia sul piano materiale (basta pensare alla proliferazione di negozi di alimentari etnici nei contesti migratori) sia su quello simbolico, dato che attraverso la gastronomia si stabilisce un rapporto con il passato e si consolidano pratiche culturali in cui ogni collettività può facilmente riconoscersi. Anche a distanza di molto tempo dalla migrazione, i riti del cibo conservano un forte carattere identitario (De Fina 2007).

Insieme alla musica, il cibo rappresenta uno dei principali marcatori di un'identità etnica emergente tra i gruppi di provenienza latinoamericana, che va oltre le identificazioni nazionali. Le pratiche culinarie si sviluppano sia nella sfera domestica sia in forma collettiva negli spazi pubblici (parchi, ristoranti, eventi). Non meno importanti, discoteche, spettacoli musicali e feste contribuiscono a creare un'identità *latina* mediante la quale i migranti rivendicano il proprio protagonismo nello spazio sociale (Bugli 2009 e 2014).

Anche nelle interviste realizzate nell'ambito delle ricerche sullo spagnolo migrante svolte presso il Dipartimento di Scienze della Mediazione linguistica e di Studi interculturali dell'Università di Milano, l'alimentazione viene spesso citata come uno dei principali motivi di *nostalgia*²,

² La nostalgia e la perdita dei legami possono rendere lacerante la vita interiore del migrante (Beneduce 2007). Di "nostalgia culinaria" parla specificamente Mark Swislocki

come rito di socializzazione, ma anche come terreno di mescolanza e apertura interculturale: “Sí, y nosotras hemos aprendido de los ecuatorianos tantos como ellos han aprendido de nosotros las tradiciones de la comida”, osserva, ad esempio, un’intervistata peruviana. Pasta, pizza e lasagne sono spesso citati come apprezzati emblemi della cultura italiana, tali da generare nuove identificazioni e nostalgie, come osserva questo peruviano di 28 anni, in Italia da 11:

La lasaña me encanta un montón, la pasta a la carbonara // la pasta me gusta, casi todos los tipos de pasta en general porque cuando volví a Perú me acuerdo que extrañaba la pasta, sobre todo como la hacían acá, de repente porque me había acostumbrado ya a comerla así *al dente* porque allá en Perú la *past-* // los fideos los hacen en otra manera ¿no? muy, demasiado cocido- cocinado, era distinta ¿no? ¿entiendes?

Come vedremo in breve, il paesaggio linguistico riflette la salienza delle pratiche legate all’alimentazione tra le comunità migranti.

2. PAESAGGIO LINGUISTICO E MIGRAZIONI

Da un paio di decenni, intorno alla nozione di *paesaggio linguistico* (*linguistic landscape*) si è sviluppato un fecondo territorio di ricerca interdisciplinare che dall’ambito sociolinguistico si è esteso a varie scienze sociali, offrendo nuove e variegate prospettive analitiche.

La denominazione stessa mette in collegamento la lingua con il paesaggio, che i geografi interpretano come lo spazio in senso sociale; entro tale spazio, i linguisti studiano il valore sociale dei segni che s’impongono all’attenzione dell’osservatore: insegne, scritte, manifesti, e ogni altro segno linguistico informale – come i bigliettini appesi ai pali della luce o i graffiti – visibile entro lo spazio pubblico (Castillo Lluch y Sáez Rivera 2013, 11-13). Nato allo scopo di misurare il peso rispettivo delle lingue parlate nelle zone bilingui, anche per orientarne la politica linguistica, questo filone di ricerca si è ultimamente diversificato in varie direzioni; di particolare interesse, ai fini del presente contributo, la messa a fuoco del paesaggio linguistico (PL) nei contesti migratori, in cui si afferma come potente indicatore identitario e segnale di vitalità etnolinguistica,

(2009) per definire un insieme di esperienze gustative, ma anche il piacere di condividere la cultura del cibo.

offrendo un nuovo approccio al multilinguismo (Landry y Bourhis 1997; Backhaus 2006; Cenoz and Gorter 2006; Gorter 2006; Bagna, Barni, e Vedovelli 2007; Shoamy and Gorter 2009; Lado 2011; Pons Rodríguez 2011; Blommaert 2013; Castillo Lluch y Sáez Rivera 2013; Hélot, Barni, Janssen, and Bagna 2013; Blackwood, Lanza, and Woldemariam 2016).

Lo studio del PL pone alcuni problemi metodologici. In primo luogo, si profila la necessità di classificare gli elementi del PL a partire da chi li produce, siano essi istituzioni o attori sociali. Fin dai primi studi (Landry and Bourhis 1997), molti autori distinguono un PL *top-down*, quando i promotori sono amministrazioni o istituzioni di vario tipo (internazionali, nazionali, locali), da un PL *bottom-up*, quando si tratta invece di privati o gruppi informali. Da notare, tuttavia, che esistono diversi gradi di formalità/ufficialità, dal livello più alto del PL istituzionale, alla massima informalità di tutti quei testi che pullulano nel 'sottobosco' urbano: scritte sui muri, graffiti, annunci personali, ecc. A grandi linee, nel PL di tipo *bottom-up* possiamo distinguere i segni legati alle attività commerciali organizzate da quelli di tipo informale.

A seconda degli attori coinvolti, cambiano le funzioni di cui è investito il PL. Sul versante istituzionale, sono dominanti le funzioni informative e regolative (pensiamo ai cartelli stradali, ai nomi degli edifici pubblici, ecc.); in questa prospettiva, il PL costituisce un atto di autorità e marca relazioni di potere (Blommaert and Maly 2014), che in taluni casi possono diventare conflittuali, come accade in alcune zone bilingui. Lo studio pionieristico di Landry e Bourhis (1997) sottolinea proprio come, nelle comunità bilingui del Québec e del Belgio, il PL funzioni da marcatore di potere e di status, e la pianificazione linguistica pubblica si ripercuota nella definizione di frontiere tra le diverse lingue.

Il PL di tipo *bottom-up* svolge varie funzioni di tipo informativo e persuasivo (come è evidente negli spazi commerciali), che dipendono dallo status sociale degli attori coinvolti, ma può anche rispondere a istanze di affermazione identitaria o avere scopo trasgressivo. Da sottolineare, in un'ottica sociopragmatica, il valore performativo del PL, cioè la capacità di produrre significati all'interno del mondo sociale, data la sua prominenza e visibilità; si tratta spesso di un 'valore aggiunto', che non esclude ma anzi potenzia le altre funzioni.

La diversità linguistica è uno degli aspetti che maggiormente attirano l'attenzione dei linguisti interessati al PL. Oltre che dal bilinguismo, essa può dipendere da fenomeni quali la globalizzazione, il turismo e l'immigrazione; può avere uno scopo strumentale (ad es. fornire informazioni per i turisti), ma anche simbolico e suggestivo (ad es. l'inglese della glo-

balizzazione usato per caratterizzare alcuni prodotti esotici). Nel caso dei contesti migratori, il valore simbolico non è puramente evocativo e nostalgico, ma serve a creare uno scenario discorsivo (Lozano, Peña-Marín, y Abril 2009, 177; Maingueneau 2012), uno spazio in cui negoziare i frammenti delle identità diasporiche frantumate.

A questo riguardo può essere utile la categoria analitica di *enoughness* proposta da Blommaert e Varis (2013) per interpretare l'autenticità nei contesti di *superdiversità* (Vertovec 2009). Secondo questi autori, le pratiche identitarie possono essere considerate come orientamenti discorsivi verso un insieme di tratti emblematici, come oggetti, stili, luoghi, ecc., oltre agli usi linguistici e, naturalmente, al cibo. Questi tratti, solitamente riuniti in specifiche configurazioni, possono evocare identità, per così dire, 'cristallizzate', ereditate, stereotipate; ma anche presentarsi in nuove configurazioni portatrici di innovazione e discontinuità. La nozione di *enoughness* costituisce una specie di *benchmark* dell'autenticità: possono bastare dosi 'omeopatiche' dei diversi tratti per garantire l'autenticità, soprattutto se gli attori li sanno usare con efficacia, come quando si adottano parole della lingua d'origine pur senza conoscerla³. Nell'analisi che segue, vedremo come il linguaggio del cibo nel PL sia spesso investito di questa funzione, ma vedremo anche la differenza tra un'autenticità riconoscibile per la comunità migrante e quella 'commercializzata', rivolta a una differente clientela⁴.

Da tener presente, infine, come già accennato, che nel PL la lingua agisce in stretta connessione con altri sistemi di segni non verbali: il PL è anche oggetto semiotico, e possono bastare un elemento figurativo o uno stile, così come una parola nella lingua immigrata, per rendere riconoscibile il luogo, trasformandolo in etnorama o *ethnoscape* (Appadurai 1996).

³ Gli autori citati esaminano il caso della (sub)cultura *chav*, propria della giovane *working class* britannica, talvolta evocata anche mediante un solo tratto, come il tartan Burberry; e quello dei pub irlandesi, diffusi e riconoscibili in tutto il mondo grazie a un insieme di tratti quali il nome irlandese, simboli come la bandiera o l'arpa, la musica, certi prodotti, ecc. (Blommaert and Varis 2013, 150-156).

⁴ In una ricerca sulle pasticcerie colombiane nel quartiere della Sagrada Família, Patiño-Santos (2015, 102) sottolinea come a Barcellona si sia creata una specie di 'rete gastronomica' di ristoranti e panetterie dai nomi emblematici come *La pastelería colombiana*, che funzionano come luoghi in cui le persone ricreano le pratiche sociali originarie, e, al tempo stesso, offrono prodotti colombiani 'autentici' alla comunità locale e ai turisti.

3. OBIETTIVI E METODOLOGIA

Come anticipato, la prospettiva analitica adottata sarà di tipo sociopragmatico: il PL viene quindi interpretato come pratica linguistica e come atto di negoziazione sociale, ri-territorializzazione e ri-significazione identitaria.

Sarà comunque data un'attenzione prioritaria alla lingua, con particolare riguardo per la varietà lessicale e per le modalità di ibridazione interlinguistica. Al di là dei noti fenomeni propri delle situazioni di contatto come interferenze e prestiti – sempre frequenti nei casi di lingue affini quali spagnolo e italiano⁵ –, l'opzione bilingue può anche essere volta alla selezione di diversi destinatari. Leggendo il PL, infatti, si ha spesso l'impressione che gli attori intendano rivolgere messaggi differenziati a seconda del pubblico potenziale. Anche se non mancano esempi di vera e propria *traduzione*, le scelte più ricorrenti rientrano piuttosto nel campo della mediazione, o del *translanguaging* – che definisce la capacità dei bilingui di usare l'intero repertorio linguistico in modo strategico nella comunicazione (García and Otheguy 2014) – e prospettano una pluralità di destinatari e interpretazioni possibili. Cenoz e Gorter (2015) applicano questo concetto al PL per sottolineare l'uso simultaneo di molteplici risorse linguistiche.

Per analizzare questi fattori, è utile che la rilevazione del PL sia accompagnata dall'osservazione etnografica e dallo studio del contesto e delle dinamiche sociali che lo caratterizzano. L'analisi che viene qui proposta si basa su un corpus pilota di fotografie raccolte nella periferia nord di Milano, una delle aree a maggior concentrazione latinoamericana⁶. Questa raccolta costituisce uno sviluppo recente di una più ampia ricerca in corso dal 2009 intorno allo spagnolo migrante in Italia, che ha utilizzato come strumento principale l'intervista sociolinguistica semi-strutturata, ma si è anche rivolta ai mezzi di comunicazione etnici (Mapelli 2014). Si prevede ora di sviluppare una metodologia integrata, in cui si possano coniugare interviste, osservazione etnografica e rilevazione fotografica del PL.

Sul piano metodologico, una delle sfide poste dallo studio del PL è la classificazione dei reperti. Le prime ricerche si basavano sulla nozione di

⁵ Questi argomenti sono trattati in una vastissima bibliografia. Mi limito a citare qualche titolo di riferimento come Appel and Muysken 2005 e il recente Austin, Blume, and Sánchez 2015. Sul caso specifico dei migranti ispanofoni in Italia si vedano, tra altri, Vietti 2005; Bonomi 2010; Chiamonte e Mariottini 2013; Calvi 2015a.

⁶ I primi risultati di questa ricerca sul PL sono stati esposti in Calvi 2015b.

segno, applicata a ogni singolo elemento situato entro una cornice spaziale definita. Franco Rodríguez (2013, 12) preferisce invece parlare di *testo*, fornendo la seguente definizione: “LL [linguistic landscape] text is any piece(s) of writing composed by the same actor with a focal content related to that actor and displayed on a circumscribed space in the public domain” e ponendo quindi l’accento sull’attore sociale più che sul segno stesso.

Tuttavia, nella maggior parte dei casi i segni (o testi) non sono autonomi, ma raggruppati in blocchi più o meno strutturati: ad esempio, le vetrine di un negozio, che possono essere studiate come un insieme ma anche nei loro singoli componenti. Seguendo Cenoz e Gorter (2006), riteniamo che sia le unità complesse sia quelle monosegniche costituiscono singoli testi, ma per comodità di analisi le classifichiamo in (1) unità (porzione di PL emessa dallo stesso attore), (2) sub-unità (ad es. le singole vetrine di un negozio), (3) segno (ad es. le insegne, i manifesti appesi alle vetrine, ecc.).

Ai fini del presente lavoro, sono state selezionate 21 unità di PL di diversa complessità, fotografate tra il 9 gennaio 2015 e il 5 febbraio 2016, che si caratterizzano per i riferimenti più o meno espliciti al cibo. Nella maggior parte dei casi (17) si tratta di bar e ristoranti, oltre a 4 negozi di alimentari. L’analisi qualitativa proposta, dopo alcune considerazioni di carattere generale, si soffermerà in particolare su tre esempi, considerati tra i più rappresentativi.

4. LE PAROLE DEL CIBO NEL PAESAGGIO LINGUISTICO

I negozi e ristoranti fotografati si trovano nell’area multietnica milanese con la più elevata densità di popolazione ispanoamericana: i quartieri intorno a viale Monza e via Padova, contraddistinti da una marcata superdiversità, che iniziano ad attirare anche un pubblico italiano di artisti e professionisti, sia per la convenienza economica sia per la vivacità culturale (associazioni, spazi di coworking, mercatini, concerti, ecc.).

In questo luogo plurale, ai migranti si pone l’urgenza di negoziare la propria identità, rispetto alla comunità locale ma anche alle altre comunità presenti sul territorio. Nel PL, la lingua diventa quindi lo strumento per identificare e demarcare il proprio spazio. Va sottolineato che l’atto della denominazione possiede di per sé un valore territorializzante o ri-territorializzante; anche il PL mostra l’azione trasformativa dei nomi usati per denominare e delimitare i luoghi, in cui si combinano valori referen-

ziali, simbolici e performativi. Tali denominazioni, ivi compresi i nomi propri qualora presenti, partecipano infatti alla costruzione di significati a livello sociale e discorsivo, e costituiscono una pratica linguistica di riappropriazione identitaria (Casagrande 2013).

Vediamo quindi i nomi propri e le denominazioni delle varie categorie commerciali esibiti nelle insegne dei locali fotografati:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. <i>1492</i> | Ristorante latinoamericano |
| 2. <i>Jibarito</i> | Restaurante pollería (messicano) |
| 3. <i>Foglia d'oro</i> | Ristorante cucina italo-messicana / Pizzeria forno a legna |
| 4. <i>Sabor peruano</i> | Restaurante |
| 5. <i>La casita</i> | Bar gastronomía / Broaster foods |
| 6. <i>El Dorado</i> | Bar latinoamericano |
| 7. <i>Furui</i> | Ristorante cucina cinese-latino |
| 8. <i>El ceviche del Rey</i> | Cevichería |
| 9. <i>Las canastas</i> | Pollería |
| 10. <i>Norky's</i> | Sanguchería juguería dulcería |
| 11. <i>Norky's</i> | Pollería cevichería pizzería |
| 12. <i>Criollo</i> | Latin show restaurant / Cebichería pollería dulcería |
| 13. <i>Virgen de la Puesta</i> | Ristorante tipico peruviano |
| 14. <i>El carajo</i> | Chicken |
| 15. <i>El chorrillano</i> | Ristorante peruviano / Restaurante cevichería |
| 16. <i>El Rincón de Lupita</i> | Restaurante internacional (con sabor latino) |
| 17. <i>El manantial</i> ⁷ | Picantería |

Si tratta di locali di distinta tipologia e livello, da quelli frequentati da una clientela diversificata e piuttosto esigente, a quelli più informali e rivolti solo alla comunità, anche per la celebrazione di feste private. In ogni caso, la lista non comprende i locali di alta gamma, che offrono una cucina etnica rivisitata e per palati raffinati (come il nuovo ristorante messicano *Bésame mucho*, nel nuovo quartiere cresciuto in zona Garibaldi), risultato della globalizzazione e non della migrazione economica.

Questo elenco mostra un'ampia varietà denominativa, sia nei nomi propri sia nei vocaboli usati per definire le categorie. Lo spagnolo è in entrambi i casi dominante; a volte si trova in modalità esclusiva (ad es. *Sabor*

⁷ A differenza degli altri locali, tutti nella zona di viale Monza e via Padova, questo si trova nella meno periferica via Nava (viale Zara).

peruano / Restaurante, *El ceviche del Rey* / Cevichería, *El manantial* / Picantería), altre volte in alternanza con l'italiano. Questa lingua viene usata con diverse funzioni: (1) per spiegare il tipo di locale e l'origine (ad es. *Virgen de la Puesta* / Ristorante tipico peruviano); (2) allo stesso scopo, ma in aggiunta alla denominazione spagnola (ad es. *El chorrillano* / Ristorante peruviano / Restaurante cevichería); (3) con una specifica funzione referenziale, ad esempio quando il locale funziona anche come pizzeria.

In vari casi appare un inglese di origine nordamericana, come nel caso di *Norky's*, che si riferisce a una catena di ristoranti molto diffusa in Perù; o di *broaster foods*, anglicismo usato in vari paesi latinoamericani (soprattutto in Bolivia) per indicare i fritti, in particolare il pollo. Troviamo anche un inglese internazionale in funzione esplicativa, come in *Latin show restaurant*, usato in alternativa all'italiano, forse per la scarsa conoscenza di questa lingua o per la volontà di rivolgersi a un pubblico più ampio.

Infine, fa bella mostra di sé un'insegna in cinese nel ristorante *Furui* (Fig. 1)⁸, che offre “cucina cinese-latino”, adottando quindi un italiano *lingua franca*, in cui emerge l'uso anomalo di “latino” riferito alla cucina (anziché ‘latinoamericana’). Sono frequenti nel PL gli usi di questa etichetta etnica come aggettivo invariabile.

Oltre alla scelta della lingua, altri elementi contribuiscono all'affermazione dell'identità etnica. Nei nomi propri troviamo un ampio ventaglio di opzioni, che comprendono riferimenti al cibo (*Jibarito*⁹, *El ceviche*¹⁰ del *Rey*), ad aspetti e valori storico-culturali (*1492*, *Criollo*¹¹) oppure ai luoghi

⁸ *Furui* significa ‘felicità’, ‘buona fortuna’; nella scritta in cinese entrambi i caratteri replicano lo stesso significato. Tale scelta appare piuttosto insolita, visto che nessun dizionario li riporta insieme come lemma bisillabico (ringrazio la collega Clara Bulfoni per questa precisazione).

⁹ *Jibarito* (diminutivo di *jibaro*, termine di origine incerta che designa un'etnia indigena amazzonica e viene anche utilizzato nel senso di ‘contadino’) indica un panino imbottito che al posto del pane utilizza la banana frita.

¹⁰ La parola *ceviche* designa una preparazione di pesce crudo marinato con succo di *lime* e altri ingredienti, come cipolla e peperoncino. Sull'origine di questa parola sono state formulate diverse ipotesi; alcuni la fanno derivare dal termine quechua *sewichi* (‘pesce fresco’), mentre altri la riconducono all'arabo-ispánico *assukkabāġ*, che indica un metodo di conservazione degli alimenti, altri ancora la considerano derivato di *cebo* (‘esca’) con il suffisso mozarabico *-iche*. Non possiamo qui approfondire la questione, ma di certo rintracciare l'etimologia di questa, come di altre parole del cibo, significa addentrarsi nei tortuosi percorsi degli alimenti che, anche in passato, attraversavano il mondo.

¹¹ ‘Creolo’, nativo dei paesi latinoamericani. Applicato alla cucina, il termine ne sottolinea il legame con le tradizioni gastronomiche di tali paesi.

di origine (*El chorrillano*¹²). Ricorrono anche nomi comuni riferiti a luoghi correnti (*La casita*, *El rincón de Lupita*), a sottolineare la creazione di uno spazio intimo e raccolto, per la condivisione e per la celebrazione del rituale del cibo. Svolge la stessa funzione, nel ristorante *El chorrillano*, la scritta che campeggia nell'insegna principale accanto al nome: "Disfruta en familia los mejores momentos en el mejor lugar".



Figura 1.

Nel definire la categoria, oltre ai termini generici come *ristorante* (con le varianti sp. *restaurante* e ing. *restaurant*), si osserva una certa varietà denominativa. Tra i termini più ricorrenti, va ricordato *cevichería* (con la variante non normativa *cebichería*), tipo di locale specializzato nel *ceviche*, emblema e vanto della gastronomia latinoamericana – e in particolare peruviana ed ecuadoriana – ormai conosciuto internazionalmente. Di impronta etnica è anche la *picantería*, tipo di locale diffuso in Ecuador e altri paesi dove si servono, tra altri, cibi preparati con peperoncino piccante.

Il termine *pollería*, pur non indicando specialità culinarie, non è meno indicativo dei gusti di queste comunità, per le quali il pollame costituisce uno degli alimenti più diffusi, cucinato con varie modalità. D'altra parte,

¹² Da Chorrillos, un distretto della provincia di Lima ubicato sul mare.

in italiano una ‘polleria’ è solo un luogo dove si vende questo alimento, crudo o allo spiedo, mentre tali locali sono veri e propri ristoranti, ancorché popolari: ecco un esempio di come a significati condivisi corrispondano differenze interculturali nell’uso.

Sanguchería è una parola dello spagnolo americano, non normativa, in alternanza con *sandwichería* per indicare un locale specializzato nella preparazione di panini; *juguería* deriva da *jugo*, termine preferito nello spagnolo d’America al posto di *zum* (‘succo di frutta’, ‘spremuta’); la combinazione *Sanguchería juguería dulcería* denota quindi un locale adibito a pasti veloci o merende.

Nella prospettiva sociopragmatica che abbiamo adottato, queste scelte presentano diversi valori simbolici e performativi, e contribuiscono in vario modo alla creazione di identità etniche collettive.

Nei contesti migratori, come è noto, l’etnicità non dipende solo da criteri oggettivi (biologici, linguistici, geografici, religiosi) ma anche dalla percezione soggettiva dell’appartenenza al gruppo (Liebkind 1999). L’uso dello spagnolo, insieme ai riferimenti alla cultura e al cibo che abbiamo visto, svolge un ruolo significativo in tal senso: buona parte di questi locali presentano elementi *sufficienti* per essere riconosciuti come autentici dalla comunità. Alle scelte lessicali si aggiungono gli elementi iconici, come il recipiente che accompagna la scritta del ristorante *Sabor Peruano* (Fig. 2): non dobbiamo infatti dimenticare la multimodalità del PL, in cui non solo le parole ma anche la grafica, i colori, le immagini e gli oggetti servono a creare significati (Kress and van Leeuwen 2006). Ma valori simbolici e riconoscimento di autenticità variano in funzione dei destinatari.



Figura 2.

Prendiamo l'esempio del ristorante *1492* (di cui si parlerà più avanti), uno dei primi a offrire a Milano specialità di svariati paesi latinoamericani. È evidente il richiamo storico contenuto nel nome, ma altrettanto chiara la prospettiva eurocentrica adottata, come a voler invitare un pubblico italiano alla *scoperta* di nuovi sapori esotici. Coerentemente con questa prospettiva, che comunque non esclude la presenza di avventori latinoamericani, il locale si qualifica come "Ristorante latinoamericano".

La diffusione delle *cevicherías* mostra una più marcata volontà di ricostruire un'identità culturale che è, al tempo stesso, azione sociale trasformativa, in quanto affermazione di un'antica sapienza gastronomica 'trasportata' nel nuovo luogo di residenza. Il destinatario è sia la comunità migrante, che in queste abitudini alimentari si riconosce, sia la società di accoglienza o altre etnie, che a questi nuovi sapori si avvicinano.

Molto più difficile, per chi è estraneo alle tradizioni di questi gruppi, interpretare il paesaggio linguistico esibito da locali come *Sabor Peruano* o *La casita* – come si vedrà più avanti nell'analisi degli altri elementi del *display* (menù, immagini, ecc.) –, che possiedono un marcato effetto territorializzante, in quanto luoghi di incontro e socializzazione. Si tratta, in definitiva, di spazi pragmatici, scene enunciative (Maingueneau 2012) capaci di generare anche l'uso orale della lingua.

Infine, l'elemento *pizzeria*, spesso in combinazione con *forno a legna*, è segno del contatto con la società di accoglienza, ancorché ben presente negli stessi paesi d'origine.

Dopo questa panoramica delle denominazioni adottate nei vari locali, approfondiamo ora l'analisi di alcune unità di questo PL della migrazione ispanoamericana, con particolare attenzione per l'alternanza spagnolo-italiano e per le parole del cibo.

4.1. *1492*

Come si è già detto, questo locale 'storico' offre un'ampia panoramica di specialità di diversi paesi. Si affaccia sulla via con una sola vetrina – che propone un'unità di PL ispanico costituita da vari segni –, incuneandosi tra altri negozi multietnici. Nell'insegna principale, la prospettiva di reciproca scoperta già commentata rispetto al nome trova conferma nell'immagine dei continenti che si fronteggiano: America latina da una parte, Africa ed Europa dall'altra (*Fig. 3*).

Nella vetrina, lo sguardo viene attirato dalla figura femminile con abbigliamento da festa e attorniata di prodotti esotici, tra le mani e ai piedi.

Per il resto, in mezzo a vari cartelli in italiano (*Vietato fumare, Aperto*, ecc.) e inglese internazionale (*Take away*), campeggia il menù, che propone una vasta geografia di specialità nazionali (Fig. 4).

In esso si alternano spagnolo e italiano¹³, con una strategia che possiamo definire ‘mediazione informale’: uso dello spagnolo per termini culturali (*asado huilense, bandeja paisa, pincho, lomo saltado*, ecc.) e italiano per le glosse esplicative, nelle quali, tuttavia, non mancano termini a loro volta ‘intraducibili’. Vediamo un esempio:

Bandeja paisa (Colombia)

Carne di manzo, riso, fagioli, uovo fritto, insalata, costine, salsicce, chicharron, arepa, patacones.

Come si vede, accanto a nomi comuni di alimenti base, spiccano tre termini propri dello spagnolo americano, *chicharron* (*chicharrón* ‘carne di maiale tritata e fritta’), *arepa* (‘pane di mais di forma circolare’) e *patacones* (*patacón* ‘fetta di banana fritta’).

Nelle ripartizioni del menù (*carne, pesce, alcolici, bibite*, ecc.) prevale l’italiano, ma non mancano formazioni ibride, prodotte dal contatto linguistico: *Platos de carne / Platos de pesce*.

In definitiva, chi scrive adotta l’italiano per strutturare il menù, passa allo spagnolo per piatti e ingredienti locali, aggiungendo qualche spiegazione in italiano. Questo stesso modello si ripete in nel caso di altri ristoranti.

4.2. *Norky’s*

Questo ristorante della catena *Norky’s* sfoggia un’unità complessa di PL costituita da tre sub-unità (le 3 vetrine), in ognuna delle quali si ripete il nome, accompagnato dalle diverse qualifiche del locale: *Pizzeria forno a legna / Carnes al carbon / Pollería cevichería* (Fig. 5).

Nella parte alta della vetrina centrale si trova una serie di annunci pubblicitari, manifesti di eventi sportivi, ecc., mentre le tre vetrine sono quasi interamente ricoperte dalle immagini dei vari piatti, insieme ai rispettivi nomi e prezzi. Accanto all’ingresso, due espositori mostrano il menù del giorno. Sofferamoci su questa porzione del *display* (Fig. 6).

¹³ Oltre al portoghese brasiliano, ancorché italianizzato nell’ortografia, di *picagna*, cioè *picanha*, taglio di carne tipicamente brasiliano.



Figura 5.



Figura 6.

In alto, dietro agli espositori, sono visibili le immagini dei seguenti piatti: *Bistec a lo pobre / Bistecca a la milanese / Pollo a la milanese*.

Nell'espositore di sinistra leggiamo *Novedad* e sotto, nella colonna di sinistra *Granita maracuya fresca / Refrescos chicha morada* e in quella di destra *Oferta de verano Birre Heineken Moretti*. Nell'espositore di destra troviamo *Menú de hoy / Entrada: chupe de camarón / Segundos: pollo fatto con lentejas y arros / caucao + vaso de inca*.

A differenza dell'esempio precedente, l'italiano non viene usato per spiegare, ma in alternativa allo spagnolo per indicare specialità locali (*granita*) oppure nel caso di prestiti in uso (ad es. *birre*), oltre a qualche interferenza, come nel caso di *fatto* (anziché *hecho*). Nessuna spiegazione viene fornita per parole opache, tutte relative a piatti e bevande peruviane (*chicha morada* 'bevanda alcolica ottenuta dalla fermentazione di alcuni cereali o frutti', *chupe de camarón* 'zuppa a base di pesci, crostacei, patate, latte e peperoncino', *caucao* o *cau cau* 'piatto a base di patate, cipolla, trippa e varie spezie'; *inca* o *inca kola* 'bevanda gassata a base di citronella').

Chi scrive non si propone quindi di 'mediare' tra due lingue e culture, ma di attingere all'una o all'altra a seconda delle necessità. È un esempio di quella modalità di alternanza tra le due lingue che possiamo definire *translanguaging*, espressione di uno 'stare in mezzo', un'opzione registrata in altri esempi di PL, come detto più sopra.

4.3. *La casita*

Concludiamo questa panoramica con la porzione di PL occupata dal ristorante *La casita*, un nome di cui si è già commentato il valore performativo, come creazione di spazio di condivisione rivolto alla comunità (Fig. 7).

Il bar-ristorante si affaccia sulla strada con due vetrine in cui si ripete la scritta *Broaster foods*, un'insegna prominente con il nome del locale e un espositore con il menù del giorno. La vetrina di destra è occupata da una grande immagine in cui viene mostrata la 'specialità': pollo fritto con patatine, offerti a 5 euro con Coca-Cola.

Si osservi ora l'espositore (Fig. 8). La conoscenza dello spagnolo e delle sue varietà americane non è sufficiente per decifrarne il senso, a meno che non si sia esperti di gastronomia boliviana: per la maggior parte, si tratta infatti di piatti di questo paese. Colpisce, in primo luogo, il termine quechua *wist'upiku*, che si riferisce a un tipo di *empanadas* ('fagottini ripieni') che si preparano a Cochabamba¹⁴.

¹⁴ Da questa città provengono buona parte dei migranti boliviani residenti in Italia.



Figura 7.



Figura 8.

Tipici della stessa città sono *silpancho* (dal quechua *silp'anchu* 'piatto a base di carne pressata con uova e patate'), *pique macho* ('spezzatino con salsiccia fritta, patate, uova, pomodoro', un piatto molto diffuso in Bolivia) e *lomo borracho* ('spezzatino con vino') o *chicha* ('uova'), ecc. Altri piatti boliviani sono *majadito* ('riso con carne disidratata') e *lomo montado* ('piatto a base di carne e uova'), mentre il *charque* ('carne disidratata') è diffuso in vari paesi, e il *lomo saltado* è un piatto peruviano costituito da striscioline di carne saltate in padella con cipolle e peperoni.

In definitiva, in questa porzione di PL l'italiano è del tutto assente; emerge invece il contrasto tra l'inglese internazionale di *Broaster foods* e la lista di piatti locali, senza nessun tipo di spiegazione o mediazione, né riferimenti geografici. Solo alcuni tra i possibili destinatari saranno in grado di attribuire un significato a un menù che, per molti altri, avrà solo un effetto straniante; la comunità appare quindi chiusa in se stessa e refrattaria a ogni interazione con la realtà locale.

5. CONCLUSIONI

Lo studio del PL è un nuovo settore di ricerca interdisciplinare molto promettente. Nei contesti migratori, si configura come pratica linguistica costitutiva di uno spazio enunciativo in cui viene negoziata la propria appartenenza culturale. In un'ottica discorsiva, il PL può esprimere diverse dinamiche di affiliazione, nonché individuare selettivamente i destinatari, aprendo quindi un ampio ventaglio di possibilità per l'attribuzione di significato – ciò che Halliday (1973) chiama *meaning potential* – da parte dei destinatari, a seconda dell'appartenenza culturale.

La prospettiva linguistica adottata fornisce dati interessanti sul comportamento sociale dei gruppi oggetto di osservazione; l'alternanza tra spagnolo e italiano non dipende solo da processi interferenziali ma rispecchia diverse modalità di integrazione o affermazione identitaria, mentre l'esclusione dell'italiano – per altro poco frequente – attesta atteggiamenti di separatezza. Nel complesso, comunque, emerge il profilo di una comunità intenzionata a ridefinirsi collettivamente nel nuovo spazio sociale. Si impone quindi la necessità di adottare nuovi approcci al contatto linguistico, più orientati ai fenomeni discorsivi e non solo grammaticali.

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. Da tener presente, infine, che la varietà lessicale associata al cibo è un chiaro indicatore di vitalità etnolinguistica.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Acosta, Alberto. 2005. "Lesodo ecuadoriano fra crisi economica, immaginari sociali e famiglie transnazionali". In *I latinos alla scoperta dell'Europa. Nuove migrazioni e spazi della cittadinanza*, a cura di Maurizio Ambrosini e Luca Queirolo Palmas, 61-83. Milano: FrancoAngeli.
- Ambrosini, Maurizio, e Luca Queirolo Palmas, a cura di. 2005. *I latinos alla scoperta dell'Europa. Nuove migrazioni e spazi della cittadinanza*. Milano: FrancoAngeli.
- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Appel, René, and Pieter Muysken. 2005. *Language Contact and Bilingualism*. Amsterdam: Amsterdam Academic Archive.
- Austin, Jennifer, María Blume, and Liliana Sánchez. 2015. *Bilingualism in the Spanish-speaking World: Linguistic and Cognitive perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Backhaus, Peter. 2006. "Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape". *International Journal of Multilingualism* 3 (1): 52-66.
- Bagna, Carla, Monica Barni, e Massimo Vedovelli. 2007. "Lingue immigrate in contatto con lo spazio linguistico italiano. Il caso di Roma". *Studi italiani di linguistica teorica e applicata* 36 (2): 333-364.
- Beneduce, Roberto. 2007. *Etnopsichiatria. Sofferenza mentale e alterità fra storia, dominio e cultura*. Roma: Carocci.
- Bhabha, Homi K. 1996. "Culture's In-Between". In *Questions of Cultural Identity*, edited by Stuart Hall and Paul du Gay, 53-60. London: Sage.
- Bhatia, Sunil, and Anjali Ram. 2009. "Theorizing Identity in Transnational and Diaspora Cultures: A Critical Approach to Acculturation". *International Journal of Intercultural Relations* 33 (2): 140-149.
- Blackwood, Robert, Elizabeth Lanza, and Hirut Woldemariam, eds. 2016. *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*. London: Bloomsbury Academic.
- Blommaert, Jan. 2010. *The Sociolinguistics of Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Blommaert, Jan. 2013. *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Bristol: Multilingual Matters.
- Blommaert, Jan, and Ico Maly. 2014. "Ethnographic Linguistic Landscape Analysis: A Case Study". *Tilburg Papers in Culture Studies*, Paper 100, 1-27. Tilburg: Tilburg University.
- Blommaert, Jan, and Piia Varis. 2013. "Enough Is Enough: The Heuristics of Authenticity in Superdiversity". In *Linguistic Superdiversity in Urban Areas Research Approaches*, edited by Joana Duarte and Ingrid Gogolin, 143-160. Amsterdam: John Benjamins.

- Boccagni, Paolo. 2009. *Tracce transnazionali. Vite in Italia e proiezioni verso casa tra i migranti ecuadoriani*. Milano: FrancoAngeli.
- Bonomi, Milin. 2010. "Hablamos mitá y mitá. Varieta linguistiche di immigrati ispanofoni in Italia". In *Lingua, identità e immigrazione*, a cura di Maria Vittoria Calvi, Giovanna Mapelli, e Milin Bonomi, 53-69. Milano: FrancoAngeli.
- Bugli, Valentina. 2009. "Diventare *latinas* e *latinos* a Milano". In *Cross Generation Marketing*, a cura di Enzo M. Napolitano e Luca M. Visconti, 1-18. Milano: Egea.
- Bugli, Valentina. 2014. "Forme di *agency* tra giovani *latinos* e *latinas* a Madrid". *Mon-di migranti* 2: 57-82.
- Calvi, Maria Vittoria. 2015a. "Cambio de código y conciencia bilingüe en entrevistas a inmigrantes hispanoamericanos en Italia". *RIL Revista Iberoamericana de Lingüística* 10: 5-31.
- Calvi, Maria Vittoria. 2015b. "Orizzonti multiculturali nel paesaggio linguistico milanese". In *Milano città delle culture*, a cura di Maria Vittoria Calvi ed Emilia Perassi, 467-476. Roma: Edizioni di Storia e Letteratura.
- Cannarella, Massimo, Francesca Lagomarsino, e Luca Queirolo Palmas, a cura di. 2007. *Hermanitos. Vita e politica di strada tra i giovani 'latinos' in Italia*. Verona: Ombre corte.
- Casagrande, Mirko. 2013. "Introduzione". In *Procedure di naming nel paesaggio linguistico canadese*, a cura di Mirko Casagrande, 11-18. Trento: Tangram.
- Caselli, Marco. 2009. *Vite transnazionali? Peruviani e peruviane a Milano*. Milano: FrancoAngeli.
- Castillo Lluch, Mónica, y Daniel M. Sáez Rivera. 2013. "Introducción". In *Paisajes lingüísticos en el mundo hispánico*, Sección temática de *RILI Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, coordinado por Mónica Castillo Lluch y Daniel M. Sáez Rivera, 11 (21): 9-22.
- Castillo Lluch, Mónica, y Daniel M. Sáez Rivera, coords. 2013. *Paisajes lingüísticos en el mundo hispánico*, Sección temática de *RILI Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana* 11 (21).
- Cenoz, Jasone, and Durk Gorter. 2006. "Linguistic Landscape and Minority Languages". *International Journal of Multilingualism* 3 (1): 67-80.
- Cenoz, Jasone, and Durk Gorter. 2015. "Translanguaging and Linguistic Landscapes". *Linguistic Landscape: An International Journal* 1 (1-2): 54-74.
- Cesareo, Vincenzo, e Gian Carlo Blangiardo, a cura di. 2017. *Rapporto 2016. L'immigrazione straniera in Lombardia. ORIM - Osservatorio Regionale per l'Integrazione e la Multiethnicità*. [05/03/2017]. http://www.eupolis.regione.lombardia.it/shared/ccurl/957/965/SOC14003_003_RapportoORIM2016.pdf.
- Chiaromonte, Simone, e Laura Mariottini. 2013. "La migrazione latinoamericana in Italia. La lingua delle seconde generazioni". *Studi italiani di linguistica teorica e applicata* 42 (3): 505-520.

- De Fina, Anna. 2007. "Parlando di mangiare. La costruzione interazionale dell'identità". In *La costruzione interazionale di identità. Repertori linguistici e pratiche discorsive degli italiani in Australia*, a cura di Anna Ciliberti, 68-89. Milano: FrancoAngeli.
- Franco Rodríguez, José Manuel. 2013. "An Alternative Reading of the Linguistic Landscape: The Case of Almería". In *Paisajes lingüísticos en el mundo hispánico*, Sección temática de *RILI Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, coordinado por Mónica Castillo Lluch y Daniel M. Sáez Rivera, 11 (21): 109-134.
- García, Ofelia, and Ricardo Otheguy. 2014. "Spanish and Hispanic Bilingualism". In *The Routledge Handbook of Hispanic Applied Linguistics*, edited by Manuel Lacorte, 639-658. New York: Routledge.
- Gorter, Durk, ed. 2006. *The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Hélot, Christine, Monica Barni, Rudi Janssen, and Carla Bagna, eds. 2013. *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*. Frankfurt: Peter Lang.
- Kress, Gunther, and Theo van Leeuwen. 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 2nd ed. London: Routledge.
- Landry, Rodrigue, and Richard Y. Bourhis. 1997. "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study". *Journal of Language and Social Psychology* 16: 23-49.
- Liebkind, Karmela. 1999. "Social Psychology". In Joshua A. Fishman, *Language & Ethnic Identity*, 140-151. New York - Oxford: Oxford University Press.
- Lozano, Jorge, Cristina Peña-Marín, y Gonzalo Abril. 2009. *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- Maingueneau, Dominique. 2012. *Analyser les textes de communication*. 2^{ème} éd. Paris: Armand Colin.
- Mapelli, Giovanna. 2014. "I media multiculturali. Il caso radiofonico di Hola mi gente - Ciao amici". *Rivista trimestrale di scienza dell'amministrazione* 4: 105-118.
- Márquez Reiter, Rosina, and Luisa Martín Rojo, eds. 2015. *A Sociolinguistic of Diaspora: Latino Practices, Identities, and Ideologies*. New York: Routledge.
- Patiño-Santos, Adriana. 2015. "On Being Colombian in La Sagrada Familia Neighborhood: The Negotiation of Identities and the Construction of Authenticity". In *A Sociolinguistic of Diaspora: Latino Practices, Identities, and Ideologies*, edited by Rosina Márquez Reiter and Luisa Martín Rojo. New York: Routledge.
- Pons Rodríguez, Lola. 2011. "Hispanoamérica en el paisaje lingüístico de Sevilla". *Itinerarios* 13: 97-129.
- Shoamy, Elana, and Durk Gorter, eds. 2009. *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. New York: Routledge.

- Swislocki, Mark. 2009. *Culinary Nostalgia: Regional Food Culture and the Urban Experience in Shanghai*. Stanford: Stanford University Press.
- Vertovec, Steven. 2007. "Super-diversity and Its Implications". *Ethnic and Racial Studies* 30 (6): 1024-1054.
- Vertovec, Steven. 2009. *Transnationalism*. New York: Routledge.
- Vietti, Alessandro. 2005. *Come gli immigrati cambiano l'italiano. L'italiano di peruviane come varietà etnica*. Milano: FrancoAngeli.