

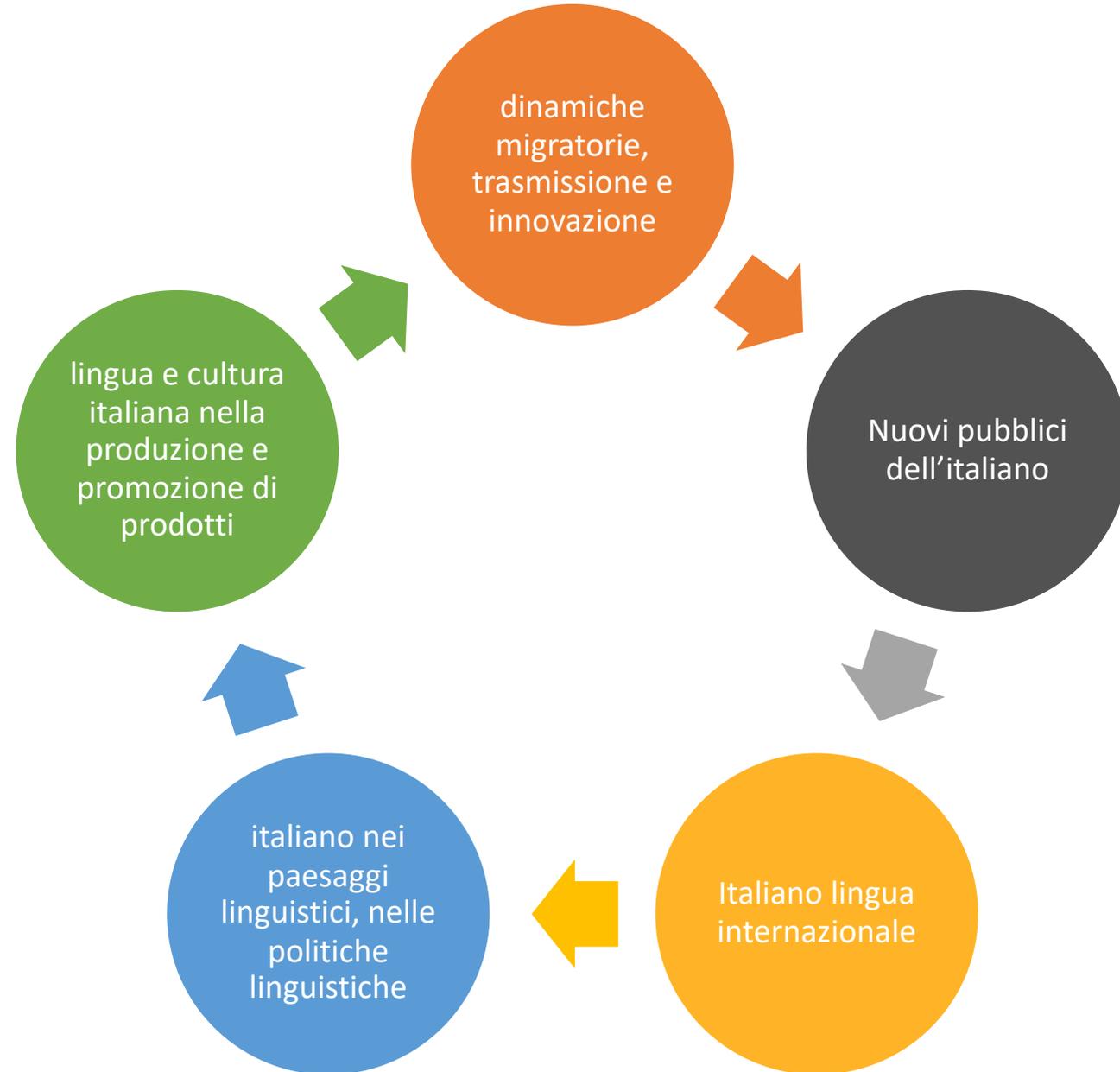
## Linguistica migratoria 3

Nuovi  
paradigmi per  
la diffusione  
della lingua e  
cultura italiana  
all'estero

[barbara.turchetta@unibg.it](mailto:barbara.turchetta@unibg.it)



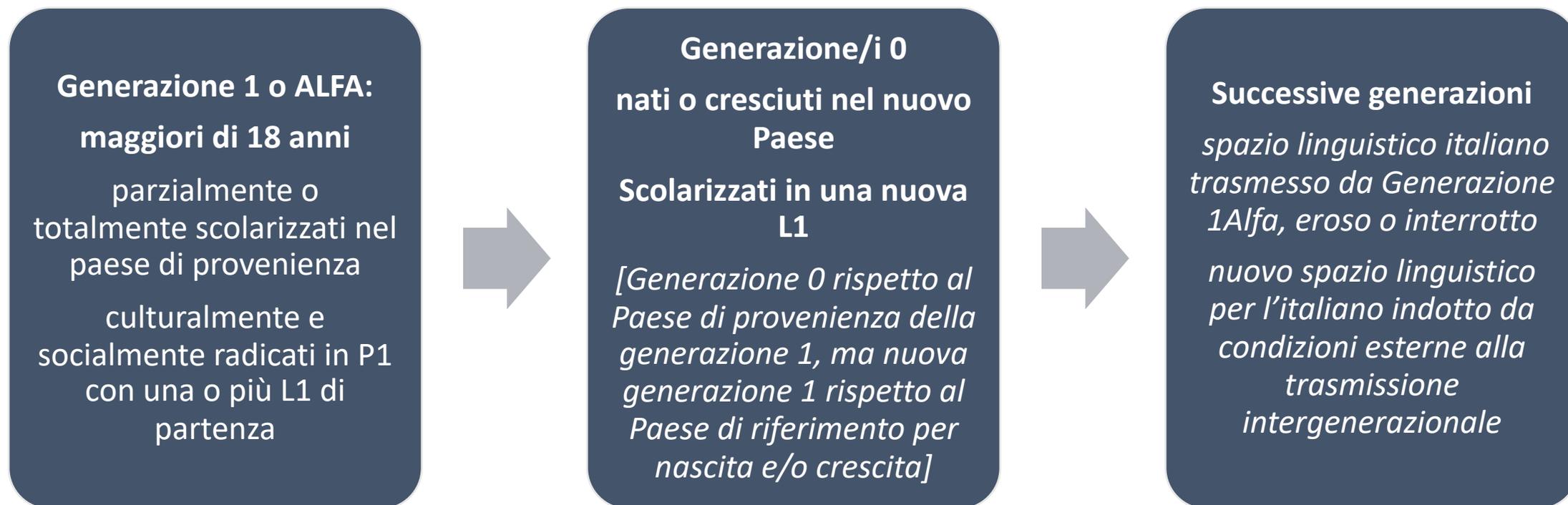
# Lo spazio globale dell'italiano



A series of white paper cutouts of human figures holding hands, arranged in a line against a green background. The figures are simple, stylized shapes with circular heads and rectangular bodies. The focus is on the central figures, with others in the background being slightly blurred.

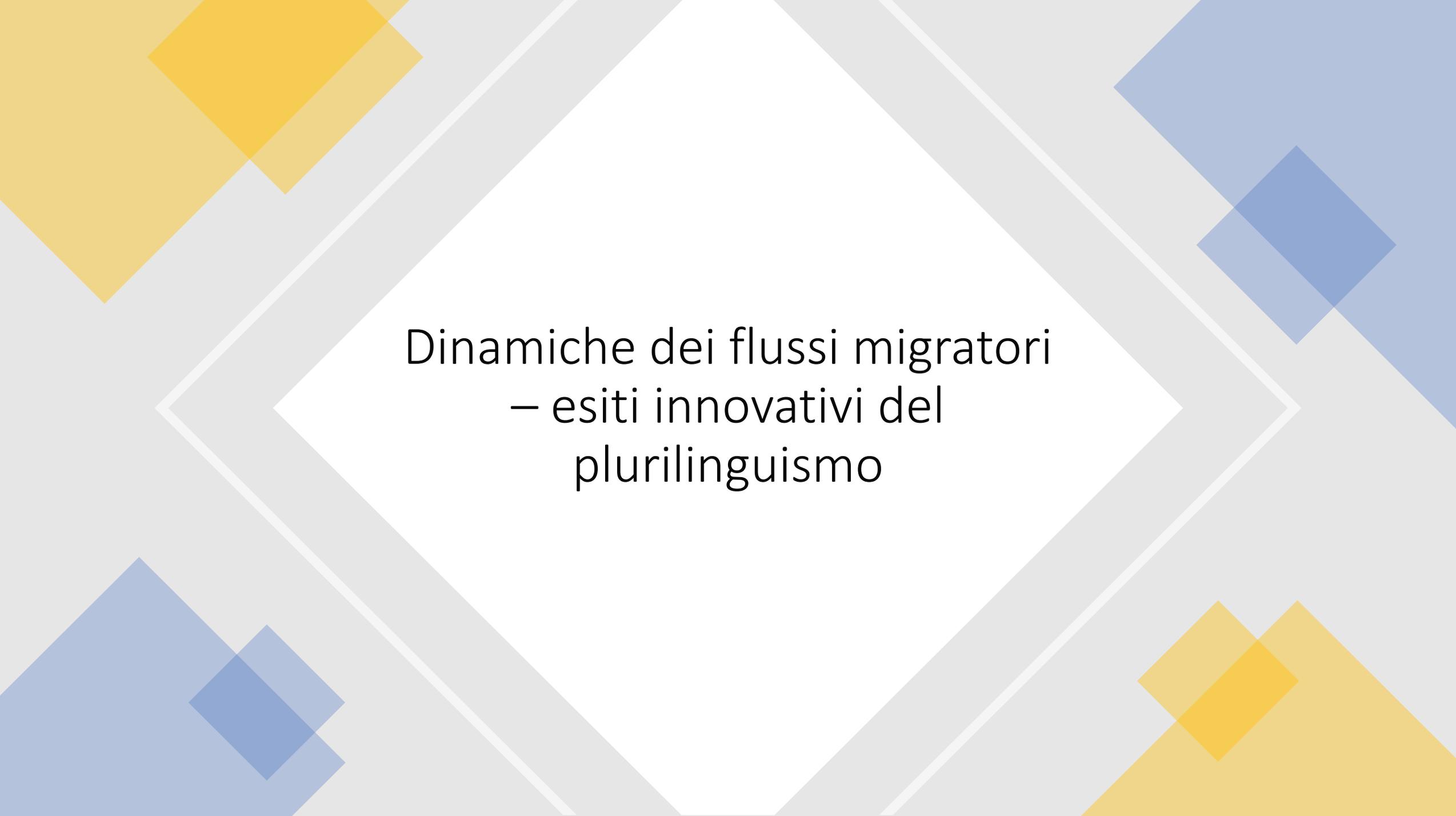
Generazioni e innovazione

# Definizione di generazione migrata



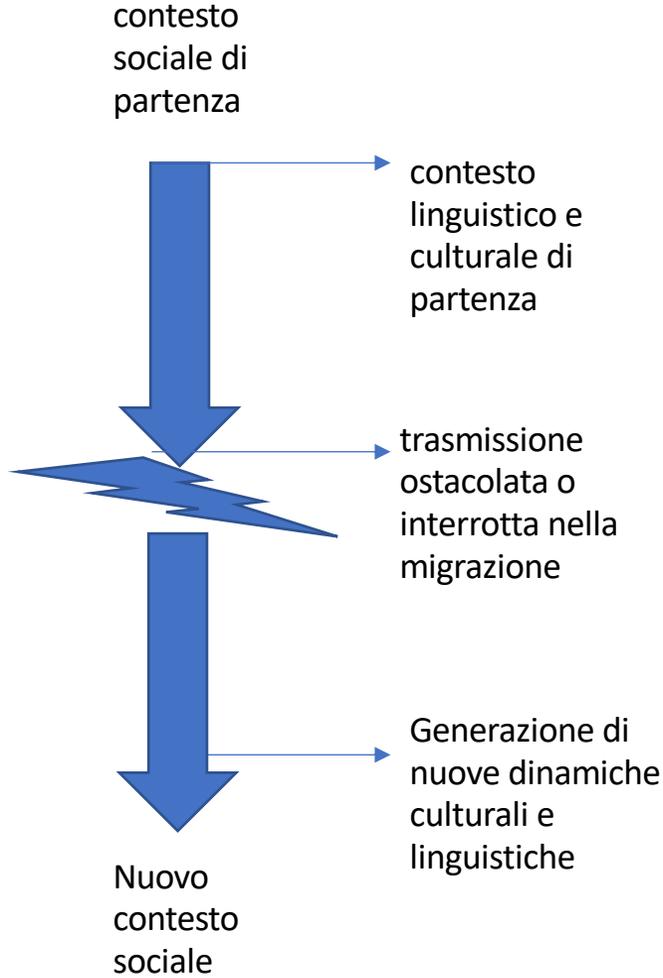
# Dinamiche dei flussi migratori ed esiti linguistici

- Selezione dei codici
- Commutazioni lessicali
- Innovazioni linguistiche
  
- Flussi della migrazione di rientro in Italia e fenomeni di innovazione linguistica nella generazione zero nella migrazione di rientro

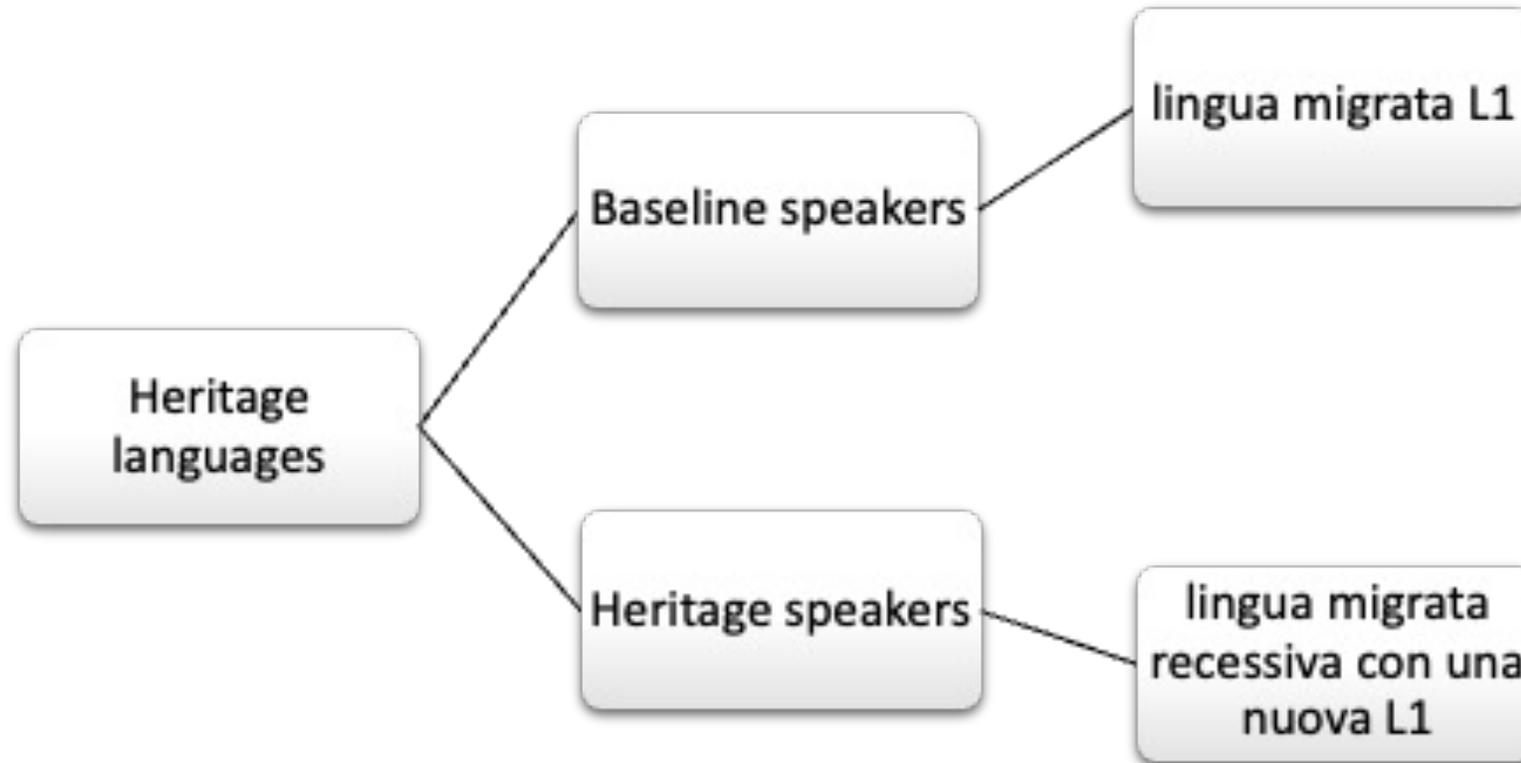


Dinamiche dei flussi migratori  
– esiti innovativi del  
plurilinguismo

Variabili nella trasmissione e conservazione linguistica in contesti migrati

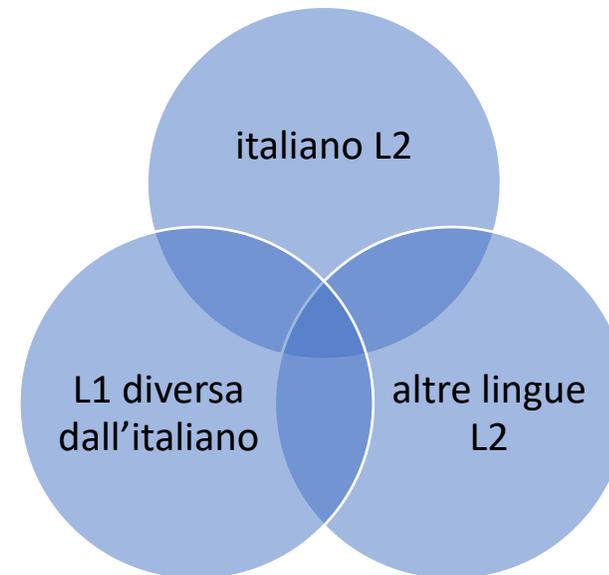


# Prospettive di trasmissione intergenerazionale



# Criticità di definizioni consolidate

- Home language e Baseline – generazione di primi migranti
- Heritage speakers – seconda generazione di bilingui
- Crisi del modello lineare di trasmissione: ipotesi di trasmissione radiale con la compresenza di altre lingue nei repertori e ribaltamento della Baseline, non coincidente con italiano L1



# Dinamiche di mutamento di repertorio di parlante in contesto migrato

due fasi diverse:

1. creazione di modelli linguistici condivisi a partire dalle varietà dialettali possedute dai migranti al momento della partenza e/o di riferimento ad un modello di una varietà migrata (Bettoni 1981, Corrà 1998).

2. diffusione (non generalizzata) di italiano di emigrazione da soggetti che, nel loro repertorio, non hanno solo il dialetto, fino alla fuoriuscita tanto del dialetto quanto dell'italiano dalla competenza attiva degli italiani all'estero (slittamento) anche nella generazione 1 (Windsor 2014).

# Ruoli nella trasmissione e innovazione linguistica

I media

```
graph TD; A[I media] --> B[I social]; B --> C[La Chiesa Cattolica]; C --> D[La formazione linguistica all'estero];
```

I social

La Chiesa Cattolica

La formazione linguistica all'estero

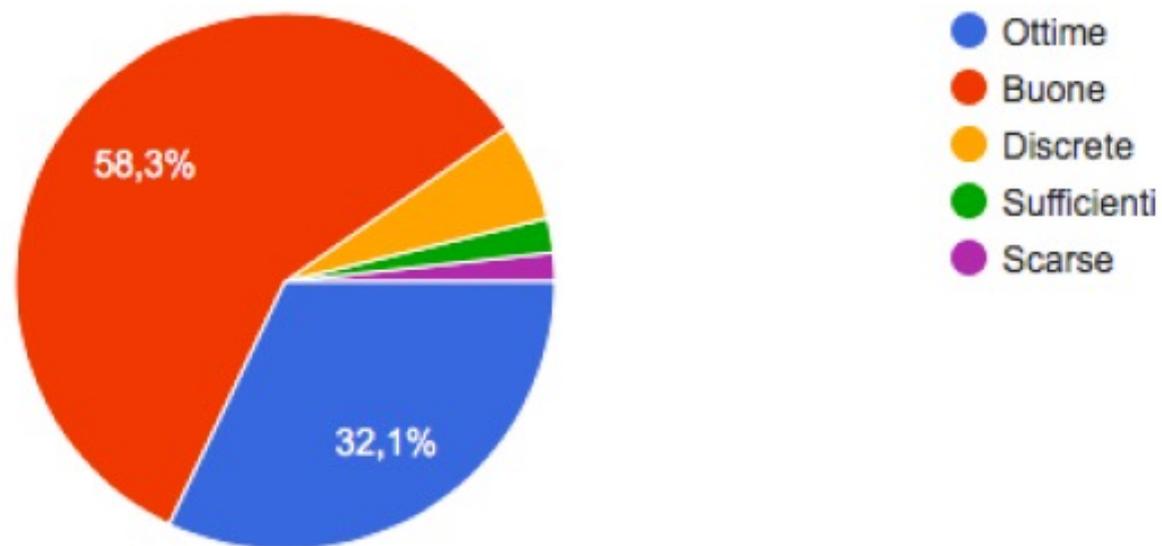
# La formazione linguistica all'estero

Italiano LinguaDue, n. 2. 2020. L. Cinganotto, B. Turchetta, *La formazione dei docenti di italiano L2 all'estero: risultati di un'indagine internazionale*

Figura 1. *Autovalutazione delle competenze nella didattica dell'italiano L2*

8- Come definiresti le tue competenze nella didattica dell'italiano L2

290 risposte

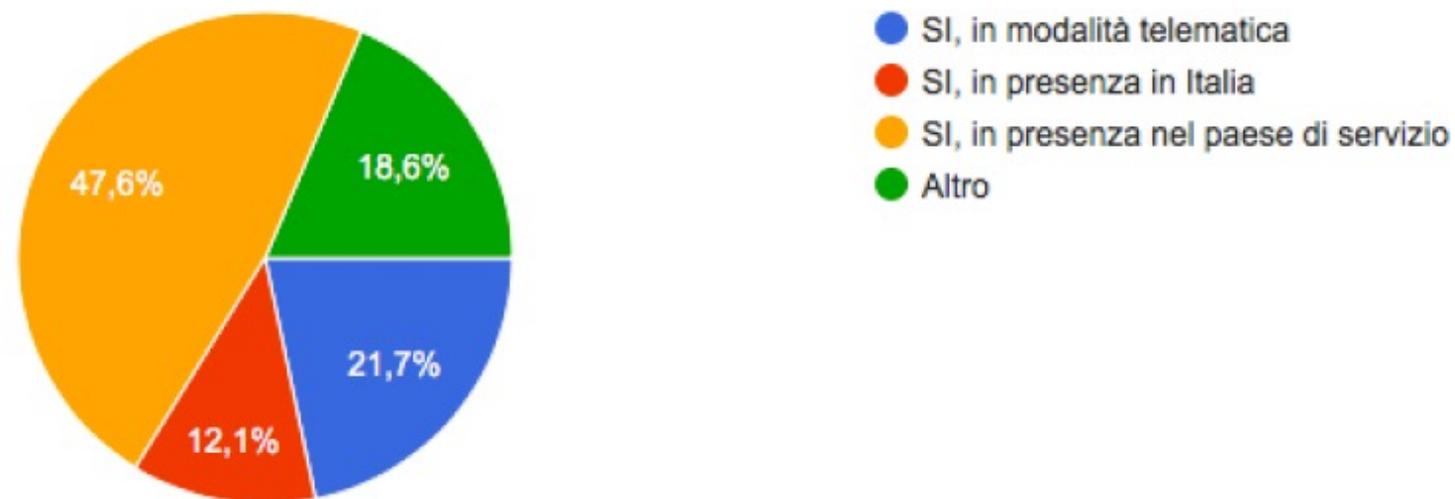


# La formazione linguistica all'estero

Figura 6. *Partecipazione a corsi di formazione*

6- Hai partecipato a corsi di aggiornamento sulla didattica dell'Italiano L2?

290 risposte

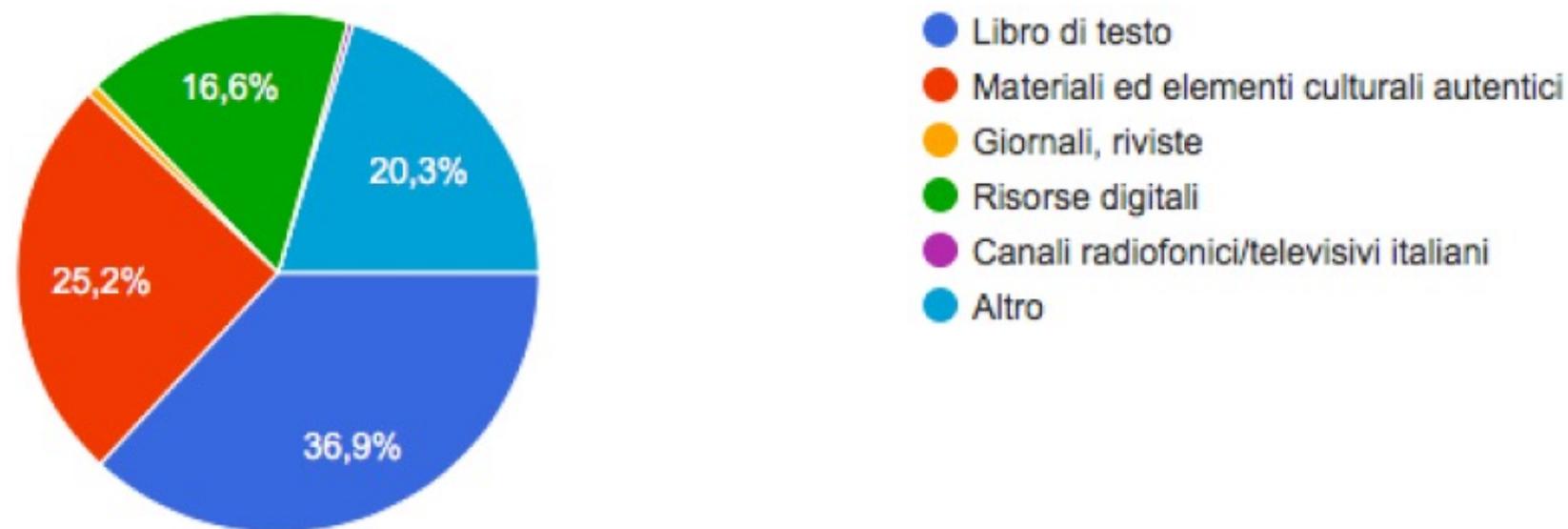


# La formazione linguistica all'estero

Figura 5. *Tipologia di materiali*

15- Durante le lezioni di Italiano L2 quali materiali utilizzi?

290 risposte





Formazione innovativa: il ruolo dell'impresa italiana all'estero

EAT, SHOP, LEARN



EATALY  
alti cibi

Insegnare – convincere – vendere cultura  
Eataly at Madison Square, New York

30% OFF  
BIALETTI

SER

ALESSI

Richard Sapper  
TODO

QUESTA GRATTOGGIA GIGANTE  
*This giant cheese grater*  
NASCE DA UNA PERSONALITÀ  
*from one of Richard Sapper's*  
ESIGENZA DI RICHARD SAPPER  
*personal needs. In his*  
NELLA SUA FAMIGLIA LUI  
*the job of grating the*  
È INCARICATO DI GRATTOGGIARE  
*on his shoulders. Ben*  
IL FORMAGGIO, MA ESSENDO  
*large in stature, how*  
UN OMO NE HA SEMPRE TRAVOLTO  
*he has always found*  
EFFICACIA E UTILITÀ

È IL STANDARD DI  
LE PICCOLE GRATTOGGIE  
completamente  
IN COMMERCIO. COSÌ HA D  
market, they were

PERMETTE DI  
twice over  
IL QUANTITÀ

CON UNA O D  
one. Pass  
PERMETTE DI  
twice over  
IL QUANTITÀ

CON UNA O D  
one. Pass  
PERMETTE DI  
twice over  
IL QUANTITÀ

CON UNA O D  
one. Pass  
PERMETTE DI  
twice over  
IL QUANTITÀ

CON UNA O D  
one. Pass  
PERMETTE DI  
twice over  
IL QUANTITÀ

CON UNA O D  
one. Pass  
PERMETTE DI  
twice over  
IL QUANTITÀ



di Eatala

Emilia-Romagna

### Pasta Corta

Pasta Corta, meaning Short Pasta, refers to any pasta smaller than 3 inches. These pastas come in many unique shapes and are found all over the country.

Puglia



### Garganelli

This egg-based pasta achieves its shape by forming the dough around a wheel and pressing against a grooved board. The ends of the pasta are kept pointed like a quill. Its hollow center is perfect for holding sauces.

### Treccie

Meaning 'little ears', this pasta's signature shape is achieved by pinching off the dough, rolling it into a small ball, then dragging each across a cutting board to form a curl. A blunt knife, or thumb, is used in the formation process, creating wavy-lined grooves on the inner-side.



### Strichetti

Also called Farfalle, meaning butterfly, this pasta is shaped into bowties by cutting dough (usually leftover dough from other shapes) into flat squares, then pinching each middle.

## Il Vino è Poesia in Bottiglia

"Wine is Bottled Poetry"

### How to Wine at Il Pastaio:



### Monthly Menu Features

#### Pasta Corta

Meaning 'Short Pasta'  
Found across the entire Italian Peninsula, they pasta get their shapes using unique, handmade methods.

July: Garganelli  
Emilia-Romagna  
Made of dry, 100% flour and egg

August: Treccie  
Puglia  
Made of semolina and water

September: Strichetti  
Emilia-Romagna

MANGIARE CON CURA

# TARTUFI AL CIOCCOLATO SWEET CHOCOLATE TRUFFLES

RESEMBLING BLACK TRUFFLES, A PRIZED TUBER HUNTED THROUGHOUT THE WOODLANDS OF ITALY, TARTUFI AL CIOCCOLATO ARE TRADITIONALLY BALLS OF SOFT CHOCOLATE GANACHE COATED IN COCOA POWDER, CHOCOLATE, OR OTHER FLAVORINGS LIKE NUTS OR SPICES. ENJOY THESE BITE-SIZED CONFECTIONS WITH AN ESPRESSO AS A SPECIAL TREAT.

*I tartufi al cioccolato sono piccole creazioni di ganache al cioccolato ricoperte di polvere di cacao oppure cacao speziato o noci, per rassomigliare ai famosi tuberi italiani, i tartufi. Degustateli con un espresso o per un momento speciale durante la vostra giornata.*



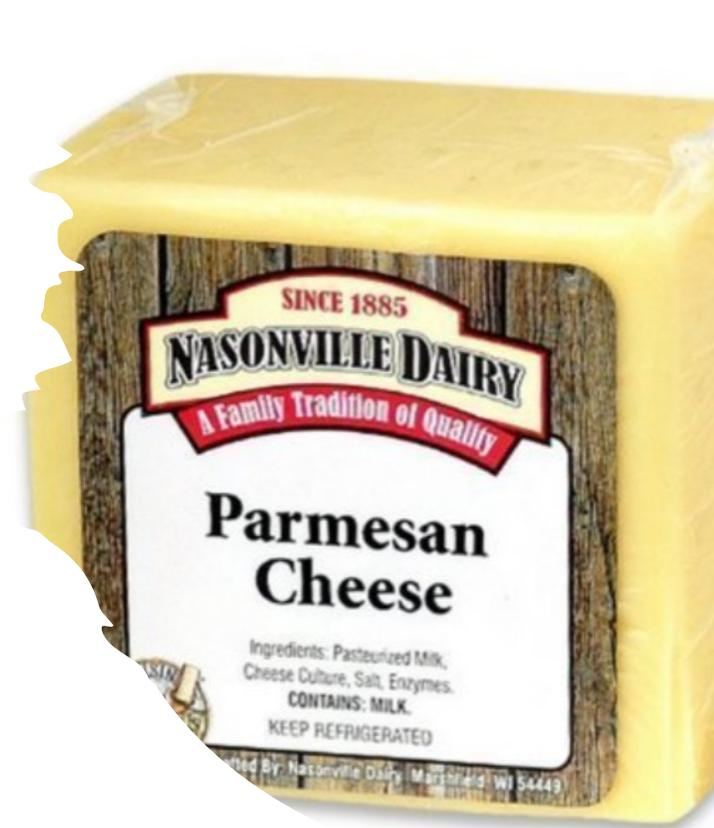
# AMARETTI COOKIES

A FLAVOR OF ITALY, AMARETTO COOKIES ARE SMALL, OPEN HOUSE, BAKED WITH COOKING ALMOND FLUTE. THE FINAL COOKIES CAN BE KEPT OR CRUSHED TO MAKE THE TRADITIONAL OF THE REGION, BUT THEY ARE USUALLY ENJOINED ON THE BUTTY PANGRATTO. MAKE ONE OF YOUR MORNING COFFEE WITH A OPEN CREAMY FOR DRINK, OR EVEN INCORPORATE THEM INTO TRADITIONAL RECIPES SUCH AS PASTICCI BENEDETTI.



# CANTUCCI





Prototipi e italianità nei prodotti commerciali

# ECONOMIA SIMBOLICA DELLA AUTENTICITÀ IDEOLOGIA DEL MADE IN ITALY

I consumi vengono orientati insieme ad altre azioni e comportamenti verso valori ad essi attribuiti

elementi esterni al fuoco simbolico per il prodotto autentico vengono considerati contraffazioni

# MADE IN ITALY – APPARTENENTE A CIO' CHE E' ITALIANO

## VALORI SIMBOLICI ATTRIBUITI A REFERENTI CONCRETI CON ALTO GRADO DI PROTOTIPICITA'

- Una astrazione dalle molteplici realizzazioni, ciascuna delle quali rappresenta un 'tipo' per una data categoria di prodotto
- La variabilità dell'appartenenza riguarda anche il numero di valori o attributi criptotipici che divengono fenotipici e sono legati al frame/contesto culturale condiviso
- Ciò che è italiano, è legato all'Italia, è manufatto italiano o richiama l'Italia in misura variabile e connessa alla quantità di attributi criptotipici resi manifesti





### **Made in Italy**

**marchio certificato con la filiera interamente o parzialmente in Italia**

### **Italian heritage**

Somma delle conoscenze trasmesse in filiere produttive in Italia o all'estero, tradizione artigianale italiana, talvolta parte della memoria di migrati, con marchi in italiano e dialetto

### **Italian legacy**

filiera estere, distanti da diretta tradizione artigianale italiana con riferimenti semiotici, culturali o linguistici  
es. cibo italoamericano

### **Italian affection**

filiera estere, senza diretta tradizione artigianale italiana, ispirazione a tecniche e a marchi in italiano e dialetto

NEW YORK  
STYLE™ BRAND

AUTHENTIC BAKED  
**Panetini** | Oven Baked Italian Toast

Inspired by New York's fine Italian cuisine.  
Baked twice in the tradition of old world Italy.

Garlic



NO ARTIFICIAL FLAVORS OR COLORS



A rustic kitchen scene featuring fresh pasta, a wooden rolling pin, and hands preparing herbs. The background shows a wooden surface with a rolling pin, several nests of fresh pasta, and a small metal sieve. In the foreground, a pair of hands is shown carefully handling a sprig of fresh rosemary. The overall atmosphere is warm and traditional.

# GENERE, IMPRESA E PATRIMONIO IMMATERIALE MIGRATO

---

LE IMPRESE AL FEMMINILE

# DONNE IMPRENDITRICI IMPRESE INDIVIDUALI E IMPRESE DI FAMIGLIA

---

- Capacità di gestione delle economie (rimesse, depositi)
- Capacità di relazione tra membri delle famiglie intercontinentali
- Attitudine a conservare tratti linguistici e culturali di comunità



# LE DONNE NELLA MIGRAZIONE ITALIANA

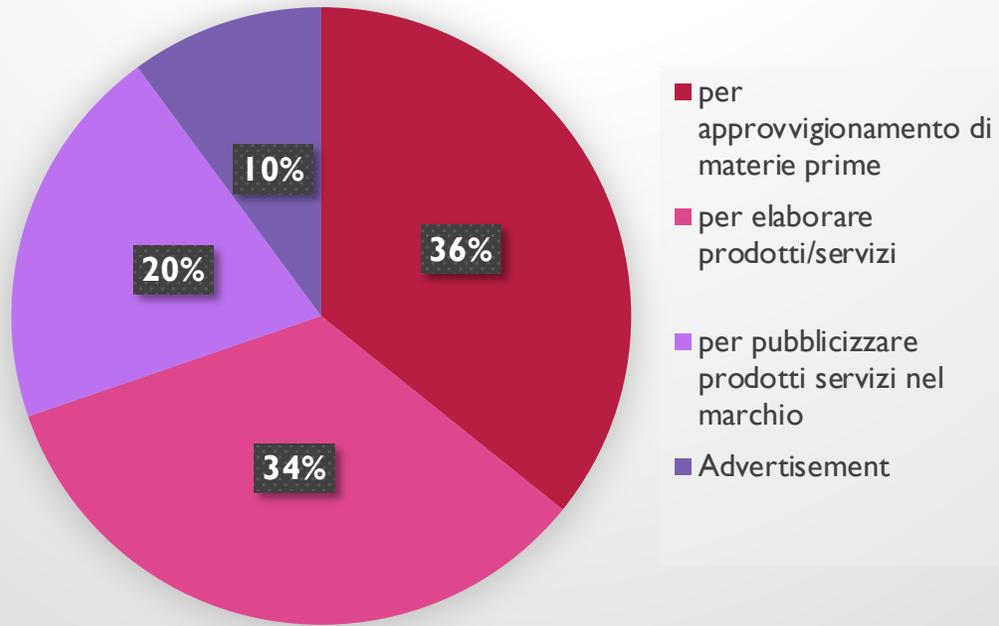
(BRUNA BIANCHI 2001,  
ALTRE ITALIE 2003)

- Storia e cambio del volto femminile
- Il dialogo transnazionale sulla ricerca delle donne italiane migranti
- Dare un volto alle donne italiane delle classi subalterne del periodo del grande esodo
- Nuovi panorami migratori al femminile: donne che partono e restano
- Le vedove bianche

# RICHIAMARSI ALL'ITALIANITÀ NELL'IMPRESA

---

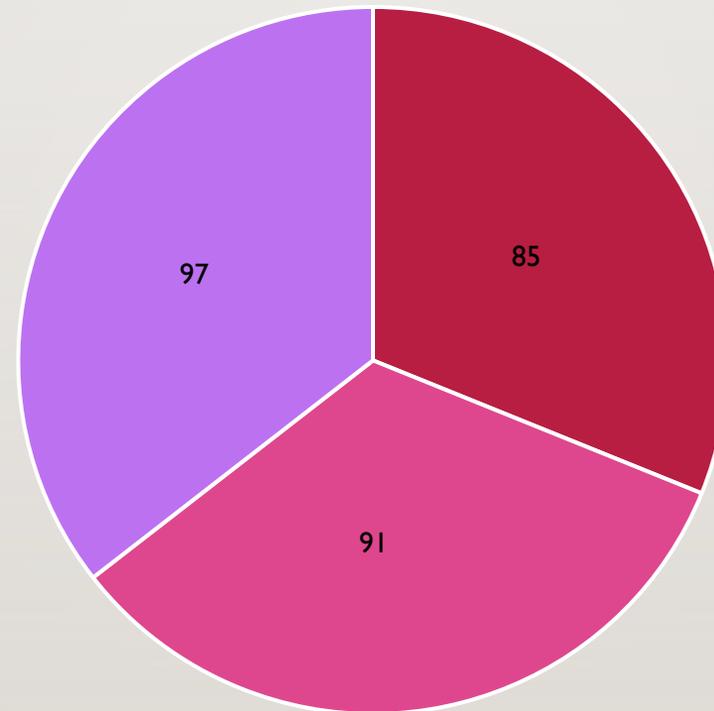
RIFERIMENTO DELLA PROPRIA AZIENDA  
ALL'ITALIA (INDAGINE TURCHETTA,  
FERRINI, DI SALVO, 2021)



# IL RUOLO DELLE DONNE NELLA CONSERVAZIONE E TRASMISSIONE DEI TRATTI SALIENTI DELLA CULTURA ITALIANA LA TRASMISSIONE GENERAZIONALE DELL'ITALIAN LEGACY – LA MIGRAZIONE FEMMINILE DEL SECONDO DOPOGUERRA

---

Com'è arrivata in Canada?



■ Da sola ■ Tramite amico o parente ■ tramite agenzia



# L'EMANCIPAZIONE FEMMINILE NELLA MIGRAZIONE



Da Balie e sarte a puericultrici e stiliste

**LA DONNA CAMBIA IN ITALIA  
E DÀ UNA NUOVA IMMAGINE  
FEMMINILE ALL'ESTERO**

## Global Value Chain: effetto genere e generazione (quote % di imprese che operano nelle Global Value Chains)

### Effetto genere

Impresa GIOVANILE FEMMINILE 56

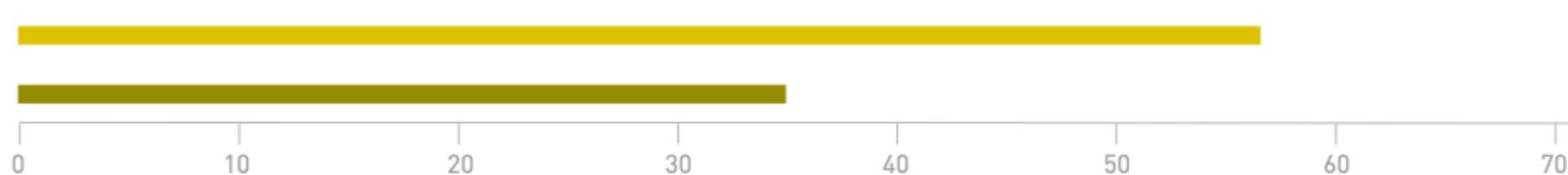
Impresa GIOVANILE MASCHILE 59



### Effetto generazione

Impresa GIOVANILE FEMMINILE 56

Impresa NON GIOVANILE FEMMINILE 35



\* Innovazioni di prodotto, processo, organizzativa, marketing.

Fonte: indagine Unioncamere

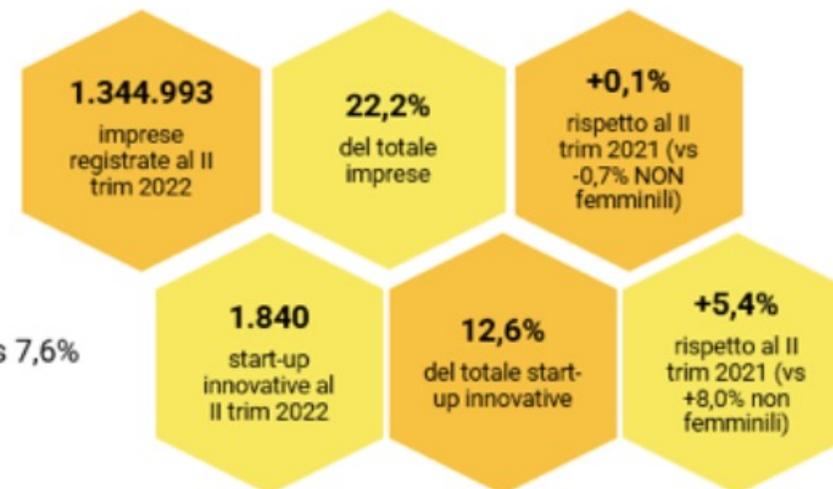
L'IMPRESA  
ITALIANA AL  
FEMMINILE

# IL PROFILO DELLE IMPRESE FEMMINILI

## Imprese FEMMINILI vs imprese non femminili

Le imprese femminili sono\*:

- più concentrate nei **servizi**: **66,9%** (899.224) vs 55,7%
- più **piccole** di dimensione: **96,8%** micro imprese (1.301.721) vs 94,7%
- più **ditte individuali**: **61,4%** (825.518) vs 48,2%
- più nel **Mezzogiorno**: **36,8%** (494.952) vs 33,7%
- più **giovanili** secondo l'età degli imprenditori (under 35): **10,5%** (141.360) vs 7,6%
- un po' più **straniere**: **11,8%** (158.364) vs 10,4%
- meno **artigiane**: **16,3%** (219.710) vs 22,6%
- poco strutturate in forma **cooperativa**: **2,2%** (29.238) vs 2,3%



\* % sul totale imprese femminili e non femminili, tra parentesi valori assoluti delle imprese femminili

Fonte: V Rapporto IF, Unioncamere - [St.Camera](#) - Centro Studi Guglielmo Tagliacarne

IMPRESA AL  
FEMMINILE –  
DONNE MADE  
IN ITALY E  
SOCIETÀ  
CONTEMPORA  
NEA

Miuccia Prada



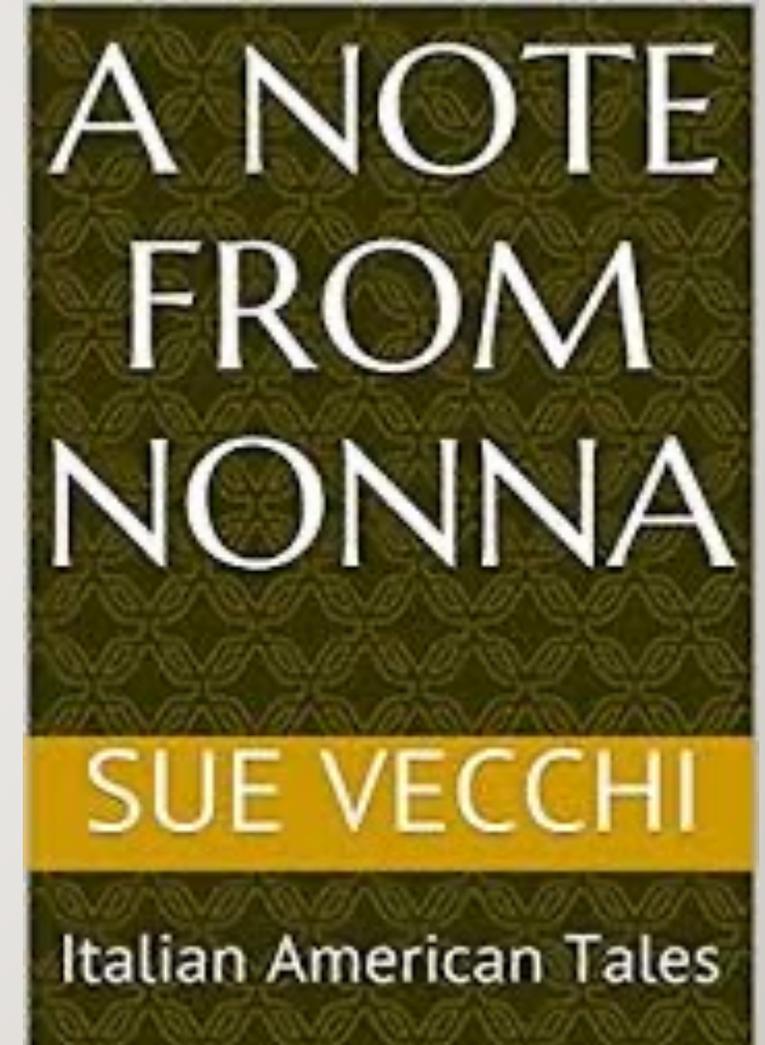
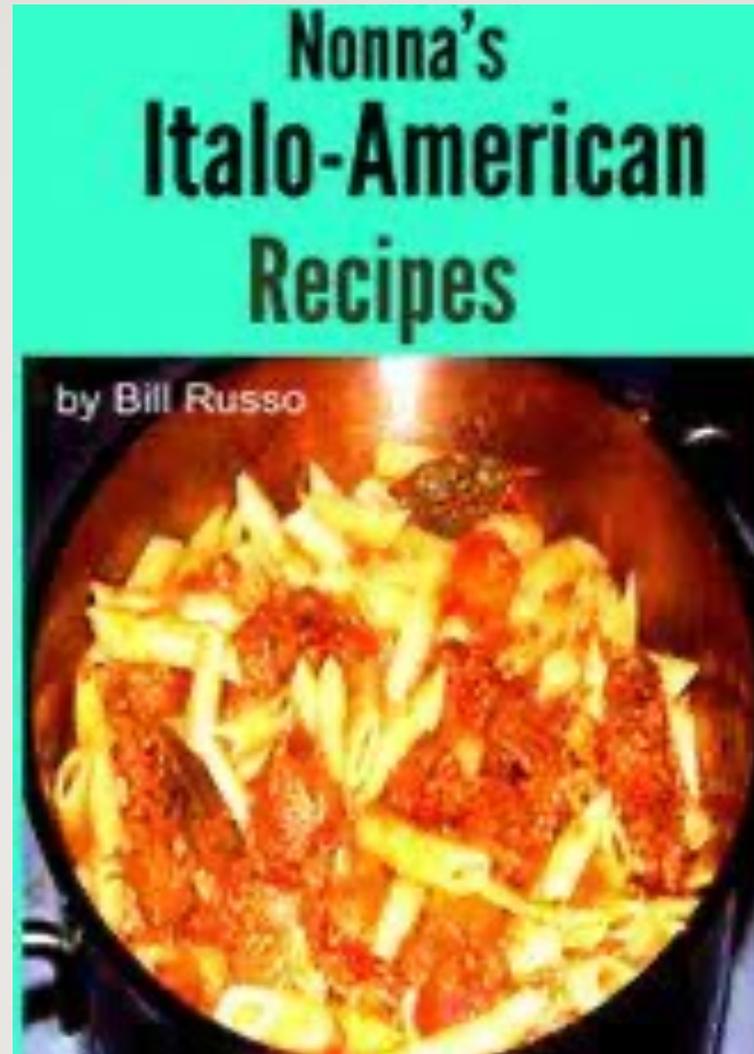


## IMPRESA AL FEMMINILE – DONNE MADE IN ITALY E SOCIETÀ CONTEMPORANEA

Sonia Peronaci – la cucina sui social e le ricette narrate ai millennials

TEMI CHE  
RICORRONO –  
ITALIAN LEGACY

NONNA MARIA  
[HTTPS://WWW.YO  
UTUBE.COM/WAT  
CH?V=PPDEXEWW  
IEK](https://www.youtube.com/watch?v=PPDEXEWWIEK)



# RIFERIMENTI

- Aa. Vv., «Le emigrate italiane in prospettiva comparata», numero monografico, *Altreitalie*, 9, 1993
- Bianchi, Bruna, «Lavoro ed emigrazione femminile (1880-1915)», in Bevilacqua, Piero, De Clementi, Andreina e Franzina, Emilio (a cura di), *Storia dell'emigrazione italiana. Partenze*, Donzelli, Roma, 2001, pp. 257-74
- Dottolo A.L., Dottolo C. 2015, «Legacies of Migration: Italian American Women, Food and Identity. *Gendered Journeys: Women, Migration and Feminist Psychology*. Palgrave Mac Millian, London.
- Tirabassi Maddalena. *Lontane da casa. Trent'anni di studi sulle migrazioni di genere in Italia. Un bilancio storiografico*. Accademia University Press, open source.
- Turchetta B., 2019, *Proiezione simbolica e innovazione nelle identità linguistiche migrate*. In Bombi R. (a cura di) *Valori identitari e imprenditorialità*. Forum Editrice, Udine, 113-122.
- Turchetta B., Ferrini C., Di Salvo M. 2021, “Variazione linguistica e Made in Italy: italiano e dialetto nel legame con i prodotti italiani all'estero” *RID* 2, 45, 2021.

## Sitografia:

- <https://www.museoemigrazioneitaliana.org>