

Alla riscossa La nostra lingua è la quarta più studiata nel pianeta: ci sono «italici» per studio, per lavoro, per religione, per amore della lirica. A Firenze il 17 e il 18 ottobre si analizzerà questa vitalità per darle anche una valenza economica

Il mondo ha fame di **italiano** In 250 milioni sono suoi fan

Sul web

Nella due giorni a Palazzo Vecchio sarà lanciato il primo portale che unirà le molteplici realtà

All'estero

Ci sono più di 1300 cattedre universitarie che insegnano il nostro idioma, 400 negli USA

Gli allievi

Il croato Sinan e la messicana Pilar tra i primi a laurearsi con i corsi di Icon, via computer

di **Marco Gasperetti**

E

la quarta lingua più studiata al mondo e grazie anche agli oltre 80 milioni di super promoter, gli italo-discendenti sparsi un po' ovunque ma ancora legati alle loro radici, sta conquistando sempre più seguaci. Il ministero degli Esteri calcola che il bacino degli «italici» (italiani nel mondo per studio o per lavoro, discendenti, religiosi, cultori della lingua, studiosi della lirica) sia addirittura di 250 milioni. Senza contare una nuova categoria: quella degli appassionati della musicalità dell'italiano. Forse una volta è capitato a tutti, durante un viaggio all'estero, sentirsi chiedere in inglese o in qualsiasi altra lingua di parlare in italiano «che ha un suono e una musicalità straordinari», perché al di là della comprensione «è bello sentir pronunciare quelle parole» accompagnate da una gestualità che solo noi italiani sappiamo emanare.

Eppure non c'è solo la Bellezza dietro la riscoperta dell'italiano, ma opportunità economiche, possibilità di far sistema e persino di raggiungere obiettivi geopolitici. «Perché, come esiste l'internalizzazione delle imprese, c'è anche l'internalizzazione dell'italiano», spiega Mario Giro, vice ministro agli Esteri. Che da un paio di anni sta lavorando alla

creazione di una comunità italo-fona, ovvero un network di amanti dell'italiano e dell'italianità capaci di trasmettere attraverso la lingua la cultura, l'economia e la nostra visione del mondo. Insomma, un progetto per mettere a sistema ciò che in parte è già stato creato in alcuni settori, come la moda per esempio, che ha proiettato il made in Italy in tutto il mondo. L'obiettivo? Far diventare l'italiano la seconda lingua più studiata. Non è un'utopia. In Canada, grazie anche al lavoro degli italo-canadesi, nelle scuole l'italiano può essere scelta come seconda lingua di studio curriculare.

E sarà proprio questo l'argomento principale di «Italiano lingua viva», la seconda edizione degli Stati generali della lingua italiana nel mondo che ogni due anni di svolge nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio a Firenze. Il 17 e 18 ottobre 2016 linguisti, storici, giornalisti, imprenditori, industriali, esperti nella comunicazione e scienziati discuteranno e analizzeranno la valenza non solo culturale dell'italiano. «C'è un aspetto economico capace di dare impulso alle imprese — sottolinea il vice ministro Giro — e ai nostri prodotti». Già, perché il made in Italy si esporta anche con l'idioma.

Durante la due giorni fiorentina sarà lanciato il primo portale della lingua italiana nel mondo. Un progetto che, unendo le varie esperienze linguistiche nei vari continenti, ha già sorpreso nei numeri persino gli esperti che l'hanno ideato. Ci sono più di 1.300 cattedre universitarie che insegnano la nostra lingua, più di 400 sono negli Stati Uniti. In-

somma, c'è fame d'italiano. E ci sono multinazionali che hanno iniziato programmi linguistici ad hoc per dare valore aggiunto a prodotti nati dalla creatività italiana.

A Firenze saranno presentati anche studi scientifici che dimostrano come la lingua di Dante abbia un collegamento diretto con la creatività. E si svolgeranno dibattiti e tavole rotonde su come è possibile esercitare una positiva egemonia culturale e imprenditoriale promuovendo la nostra lingua nel mondo.

Si parlava delle 1.300 cattedre universitarie dedicate all'italiano. A Pisa da anni opera Icon, acronimo di Italian Culture On the Net, un consorzio di 19 università italiane con il patrocinio della presidenza del Consiglio nato per promuovere e diffondere, via telematica, la lingua, la cultura e l'immagine dell'Italia nel mondo. In pochi anni Icon ha attraversato i confini. Ma la cosa più sorprendente è che i corsi di studio hanno attirato studenti non solo dei Paesi con un alto tasso di immigrazione italiana, ma anche da nazioni lontanissime dalle nostre tradizioni.

Emblematica la storia di due dei primi laureati: il croato Sinan Gudzevic e la messicana Pilar Garcia. Sono stati compagni di classe, virtuale, seguendo le lezioni via computer e sostenendo gli esami in videoconferenza nelle sedi diplomatiche o di alcune istituzioni italiane nel mondo. Sinan e Pilar ricordano l'entusiasmo della «prima volta», quando le frasi sono diventate discorso e dunque logo. Logo italiano, naturalmente.

mgasperetti@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La rete

A Pisa opera Icon, (Italian Culture On the Net), un consorzio di 19 università italiane con il patrocinio della presidenza del Consiglio che promuove e diffonde, via telematica, la lingua, la cultura e l'immagine