



EDITORIALE

Messa così, c'è di che gioire: l'italiano si conferma la quarta lingua straniera più studiata al mondo. Dopo inglese, spagnolo e cinese.

È l'ottava più usata su *Facebook*, ma, in questo caso, il piazzamento è di quelli che langue nell'anonimato. In più: ha un bacino potenziale d'interessati fra i 70 e i 500 milioni di persone. Una forbice molto ampia, dentro la quale, in ordine sparso e talvolta sperso, troviamo gli italiani, gli italofoeni, gli italo-fili, gli italo-discendenti e gli italici tanto cari a Piero Bassetti.

Forse c'è anche di che sorprendersi.

Vada per l'inglese: parlato da più di un miliardo e mezzo di persone, è la principale (anche se non l'unica) lingua franca del mondo. Per lo spagnolo: l'idioma di mezzo miliardo di parlanti e, malgrado i muri, in rapida espansione negli Stati Uniti. E per il cinese: non solo è la prima lingua di oltre un miliardo e mezzo di persone, ma è quella del paese che si sta affermando come seconda potenza mondiale.

Che al quarto posto di questa particolare classifica - precedendo il francese, il tedesco, il russo, il portoghese, il giapponese - per capacità di attrazione, si collochi l'italiano, può, di prim'acchito stupire. In fin dei conti, è lingua madre e talvolta matrigna di poco più di sessanta milioni di persone, di un Paese relativamente piccolo - con un glorioso passato, un presente incerto e un radioso futuro dietro le spalle - negletto, nei fatti, dalle grandi potenze, con una classe politica che fatica a (il)lustrare l'immagine.

Bando ai trionfalismi: proprio come avviene per la finanza, la borsa valori delle lingue è estremamente mobile e, se anche l'italiano è la quarta lingua più studiata del mondo, ciò comporta cifre assolute relativamente modeste: poco più di due milioni sono coloro che la scelgono.

Ne siamo consapevoli: la nostra lingua, poco diffusa all'estero, occupa, infatti, il 21esimo posto tra le lingue più parlate nel mondo, è sempre più maltrattata in patria.

Nei fatti siamo noi i primi responsabili, poco o nulla inclini a attenerci ad una sorta di galateo linguistico, pudici nel difenderne l'identità culturale. Assuefacendoci ad un'esterofilia, in nome di una presunta modernità, in realtà facciamo professione di provincialismo, a rischio di subaltermità.

Coltiviamo la speranza che Fernando Pessoa non avesse ragione nel sostenere che *«la fortuna di un popolo dipende dallo stato della sua grammatica. Non esiste grande nazione senza proprietà di linguaggio»*.

A contrasto, confortano alcune certezze.

L'italiano è la lingua franca di uno dei principali soggetti geopolitici mondiali: la Chiesa Cattolica. Parlato correntemente in Vaticano è usato prevalentemente dal Papa, che oggi ne è verosimilmente il testimone più prestigioso. A ciò si aggiunga, impegno, è il caso di dirlo, virtuoso, il fatto che la Curia utilizzi la lingua italiana, mantenendone il tratto specifico, preferendo, per esempio, al posto di *forfait* la dizione di contratto globale. Privilegiando l'eleganza e l'armonia, evitando ricercatezza e prosopopea retorica, ottenendo quella *«distinzione nella semplicità, quella "nobilissima simplicitas" che caratterizza lo stile dell'italiano curiale»*, in un ambito dove gli errori e i compiti non si fanno, ma si commettono e si eseguono.

L'Italia è uno dei Paesi che ha alimentato, e ancora alimenta, un potente flusso migratorio: che solamente nel secolo scorso ha disseminato nel mondo 60 milioni di connazionali e relativi discendenti. Senza contare, che a favore dell'italiano giocano alcune percezioni tradizionalmente positive associate al nostro Paese. Per la sua indubbia importanza sul piano culturale, che lo rende, in quest'ambito almeno, un'indiscussa superpotenza. Per il patrimonio artistico (che forse dovremmo curare di più e meglio) e le sue bellezze naturali (che forse dovremmo preoccuparci di conservare). Ma anche, per il naturale legame con l'idea del bello e per il riconosciuto prestigio in certi settori: moda, design, per esempio, e, ma è nostalgia d'altri tempi, il calcio. Scontato, persino, evocare il gustoso e colorato mondo della gastronomia, del vino, dello stile di vita. Ambiti in cui, il penalizzante, commercialmente parlando, fenomeno dell'*italian sounding* altro non è se non esplicita conferma di un enorme successo.

Se oggi la nostra lingua, a livello internazionale, malgrado il legittimo ottimismo alimentato dai numeri e dalle graduatorie di cui abbiamo fatto cenno, si trova in una situazione di sofferenza è perché laddove un tempo contavano l'amore, il piacere, la musicalità e il fascino ormai prevale l'utilità.

Permane la constatazione che oggi l'italiano non serve molto, ma si imponga come lingua che aiuta la formazione culturale. Stessero anche realmente così le cose, oggi, gradita novità, almeno a parole, si fa strada l'idea che per consolidare la nostra attrattiva economica a livello internazionale e venire «comprati» per quello che realmente meritiamo, occorra una visione atta a ridare slancio al nostro reale peso e alla nostra influenza culturale, finalmente ritenuta di grandissima utilità a livello aziendale. Una visione che fertilizzi trasversalmente tutti i domini, potenziando immagine e reputazione dell'Italia nel mondo.

Investire in termini di cultura è una formidabile strategia per realizzare questa visione.

Insomma, a dispetto di chi snobba il patrimonio umanistico come poco redditizio, appare assodato che rafforzare la nostra lingua e la nostra cultura serve a dare slancio a tutto il sistema paese.

Gianni Cretti