

AGORA

cultura
religioni
scienza
tecnologia
tempo libero
spettacoli
sport

La fotografa Battaglia: «Devo tutto a Pound»	22
Addio alla regista Agnès Varda	23
Garinei & Guidi, teatro "di gusto"	23
F1, Bottas: «Dentro di me ho svoltato»	24



«La vera cultura è sempre di popolo. Ed è parola che va verso qualcuno. Sotto questo profilo, la lingua è formidabile strumento di integrazione»

INTERVISTA

Riccardi: «Senza italiano il Made in Italy muore»

«La nostra lingua viene identificata con bellezza e cultura. Veicolare i nostri prodotti sganciandoli dal loro idioma li priva di identità»
Parla il presidente della "Dante"

ALESSANDRO ZACCURI

Per Andrea Riccardi è ormai una missione: «Dall'italnostalgia - dice - dobbiamo passare all'ital-simpatia: dalla difesa di un passato rievocato con rimpianto alla consapevolezza che la nostra lingua è ancora oggi molto amata e apprezzata». Storico autorevole e fondatore della Comunità di Sant'Egidio, Riccardi è stato da poco confermato presidente della Società Dante Alighieri, l'associazione che dal 1889 promuove e diffonde l'italiano nel mondo. «Durante il mio primo mandato - spiega - ho dovuto lavorare molto per il risanamento finanziario della Dante, al quale hanno fortunatamente contribuito i governi succedutisi negli ultimi anni. Certo, ancora non disponiamo dei fondi erogati dai rispettivi Paesi al Goethe-Institut tedesco, all'Alliance Française, al Cervantes spagnolo o al Camões portoghese, ma non possiamo dimenticare che in tutti questi casi si tratta di agenzie statali. La Dante, invece, ha una natura mista».

In che senso?

È un'associazione di comitati, chiamati a collaborare tra loro in una prospettiva comune che si è articolata con finalità differenti dalla fine dell'Ottocento a oggi. Alle origini, in un panorama profondamente segnato dai nazionalismi, la preoccupazione prevalente riguardava l'italianità dei nostri emigrati. Sotto il fascismo, poi, questo carattere identitario fu ulteriormente accentuato, fino alle dimissioni forzate dei soci ebrei avvenute nel 1938, per effetto delle leggi razziali: un provvedimento odioso, al quale lo scorso anno abbiamo cercato di porre rimedio assegnando il certificato di socio perpetuo ad alcuni discendenti delle persone allora discriminate.

Che cosa rappresenta l'italiano in questo momento?

È senza dubbio la lingua della cultura, dell'opera, della musica, del design, del prodotto, della cucina. Per usare una sola parola, è la lingua dell'umanesimo e come tale è ricono-



Dante Square, il parco che si trova di fronte al Lincoln Center a New York. Sotto, Andrea Riccardi

sciuta nei contesti più insospettabili.

Può fare qualche esempio?

L'America Latina è una delle aree in cui la nostra lingua, già presente per tradizione, sta conoscendo una crescita significativa. Ma le sorprese maggiori vengono da realtà come l'Albania, dove è da poco nata una scuola di italiano molto qualificata, o la Russia, che offre un insegnamento di altissima qualità. Il caso più istruttivo è probabilmente quello dei Paesi arabi. Nel Golfo Persico, in particolare, la Dante punta a espandere la propria attività attraverso un sistema innovativo, che prevede l'integrazione fra le rappresentanze istituzionali italiane e i comitati locali. L'iniziativa di questi ultimi, lo ripeto, è l'elemento centrale, che chiede di essere sempre più incentivato e valorizzato.

Con quali priorità?

Un tema fondamentale è senza dubbio quello del libro. Non potrebbe essere altrimenti, considerato che la Società è posta sotto il nome di Dante e che la *Divina Commedia* è davvero la *Bibbia* della lingua italiana, il nostro libro dei libri. Nel contesto attuale questo mandato si fa ancora più urgente: occorre operare perché il libro non scompaia, perché la lettura diventi finalmente un'abitudine nazionale, perché lo stesso digitale contribuisca ad alimentare e



CONGRESSO

In Argentina per il mondo

Cosmopolita per vocazione, finora la Società Dante Alighieri non ha mai celebrato un congresso fuori dal continente europeo. Avverrà per la prima volta l'estate prossima, dal 18 al 20 luglio, quando l'Universidad Católica di Buenos Aires ospiterà i lavori di "Italia, Argentina, mondo: l'italiano che unisce". Si tratta dell'83mo congresso internazionale della Dante, nel solco di una tradizione avviata nel 1890 e la cui manifestazione più recente risale al 2015, nell'ambito di Expo Milano. (www.congresso-ladante.org)

accrescere questa passione. **La congiuntura non è tra le più felici...**

Ma il punto è proprio questo. La globalizzazione porta con sé fenomeni di deculturazione, i cui esiti sono evidenti a tutti i livelli, anche nel nostro Paese. Una simile deriva, però, non può essere accolta con rassegnazione. Al contrario, è convinzione della Dante che non si vive in Italia, non si governa, non si ama, né si capisce l'Italia se non si ha cultura. Senza cultura, insomma, l'Italia diventa illeggibile: è come vivere tra il Colosseo e San Pietro senza sapere dove ci si trova e immaginando, magari, di stare al Tiburtino.

Guardi che se va avanti così le danno dell'elitario, del professorone.

Niente di più sbagliato. La vera cultura è sempre cultura di popolo. Ed è parola che va verso qualcuno, non urla scagliato contro l'altro. Sotto questo profilo, la lingua è un formidabile strumento di integrazione. Non penso soltanto alle questioni burocratiche, e cioè alla necessità della conoscenza dell'italiano come incontestabile requisito di cittadinanza. La sfida più ambiziosa consiste nel fare in modo che le parole di cui ci serviamo siano abitate da persone che provengono da popoli e da mentalità differenti rispetto alla nostra. L'integrazione è un processo straordinariamente complesso, che comporta sem-

pre un reciproco arricchimento. Nel momento in cui accogliamo nuovi italiani (o, meglio, nuovi europei), siamo noi stessi a trarne vantaggio.

Anche a livello economico?

Quello dell'impresa è un altro fattore strategico. Sappiamo di quanto prestigio godono i marchi italiani nel mondo, eppure resta forte la tentazione di sottovalutare e addirittura camuffare il dato linguistico. La mia impressione, sostenuta dal parere di molti esperti, è che non sia possibile né conveniente separare il prodotto dalla cultura e dalla lingua a cui è legato. In assenza di questi elementi, il successo delle esportazioni italiane all'estero non è destinato a durare. Non si investe seriamente sul prodotto italiano, se non si investe sulla lingua italiana.

Che è pur sempre la quarta più studiata nel mondo, no?

Non ne farei una questione di classifiche. Più interessante è semmai soffermarsi sul fatto che l'Italia e l'italiano risultano sempre più attraenti. Bisogna concentrarsi su questa domanda insistente, anche approntando un sistema di certificazione linguistica sempre più affidabile e competitivo. Per questo mi sta tanto a cuore il concetto di italsimpatia. Lo vedo come un vettore di estroversione umanistica, di apertura al mondo. Con l'introspezione non si va da nessuna parte. Più ci si chiude in sé stessi, più ci si avvia alla decadenza.