

## “SETTIMANA DELLA LINGUA ITALIANA NEL MONDO”, IL DISCRETO INCANTO DELLA NOSTRA LINGUA – di Roberto Romanelli

CARACAS\ aise\ - “La lingua italiana ha un “suono”, nelle parole, nell’accento, nella gestualità. Insomma, è un insieme di elementi che irradia un fascino particolare cui non scappa il mondo commerciale. È cosa risaputa – come riferiscono le nostre autorità consolari – che l’italiano sia la quarta lingua più studiata al mondo e si ripete con insistenza l’assioma secondo il quale “l’inglese si studia e l’italiano si ama”. Ma che il suono della lingua italiana aiutasse alla vendita dei prodotti nel mondo, è un fenomeno che non tutti conoscono. Così racconta Alfredo D’Ambrosio, presidente della Camera di Commercio Venezuelano-Italiana, coinvolta nella XIX edizione della Settimana della Lingua Italiana nel mondo”. Ne scrive Roberto Romanelli su “La voce d’Italia”, quotidiano online diretto a Caracas da Mauro Bafile. “In Italia – ci dice -, è in atto un dibattito sull’Italian Sound, sulla sonorità dell’italiano applicata ai prodotti commerciali. Ci sono tanti prodotti italiani ma nel mondo esistono anche tanti prodotti fabbricati fuori l’Italia che ricordano l’Italia. La musicalità, il suono, la parola aiutano anche a vendere, soprattutto nel campo dell’enogastronomia”. L’imprenditore spiega che “quando vai a vendere e parli di un vino della Toscana ti ricorda, ti ricrea tutto un mondo che altri paesi non hanno... i tedeschi meno che mai perché non hanno una lingua ... (musicale). La costruzione della lingua – aggiunge -, la musicalità... quando uno parla, scatta una simpatia automatica. Non è solamente la lingua, è anche la gestualità che trasmette quello che si chiama l’“italian way of life”.- Il suono evoca la qualità dei prodotti italiani?” “La qualità – spiega – che viene per tanti anni di storia. L’italiano in sé ha una musica, crea un sentimento, una identità, specialmente nell’ambito agroalimentare, delle automobili”. Il presidente di Cavenit sostiene che dal Governo italiano e le imprese si lavora in una strategia di marketing che faccia riferimento proprio al modo di vivere all’italiana. “Le persone vogliono vivere all’italiana- afferma tradendo un pizzico di orgoglio -. Abbiamo valori che altri paesi non hanno. Possono essere un elemento importante anche da vendere nell’ambito commerciale. Per questo – ribadisce – l’unione fra commercio, cultura e lingua è importante anche per vendere”. Sempre di più in Venezuela, sono sempre di più le persone che desiderano imparare l’italiano e si rivolgono all’Istituto Italiano di Cultura di Caracas (IIC), oggi sotto la guida di Marina Di Cicco. “Le iscrizioni – precisa Di Cicco – sono aumentate di circa un 40% negli ultimi anni. È una crescita dovuta anche alle richieste di cittadinanza di coniugi italiani, perché è stata approvata una legge per acquisire la cittadinanza che obbliga a superare un esame dove si deve raggiungere un certo livello d’italiano. Questo sommato alla quantità di ragazzi e giovani che comunque vogliono andare via dal Venezuela a studiare fuori”. Di Cicco dichiara che l’Istituto è preparato per soddisfare la crescita delle richieste d’iscrizione. “Stiamo sempre preparandoci – commenta -. Abbiamo una nuova coordinatrice didattica che sta cercando, appunto, sempre nuovi professori”. E svela una curiosità: “c’è gente che vuol venire dall’Italia in Venezuela... artisti e altre persone che vengono nel paese, ne rimangono innamorati e vogliono restare. Magari si fermano due o tre anni. Solitamente si avvicinano all’Istituto e ci danno la loro disponibilità a fare lezione. E anche sono queste sorprese belle, strane che accadono in Venezuela”. Di Cicco rileva che apprendere la lingua italiana non è solo imparare un idioma, ma anche la sua cultura, i suoi valori, l’idiosincrasia, la visione del mondo dell’italiano. “Non c’è lingua senza cultura e non c’è cultura senza lingua – sostiene – L’una va a braccetto dell’altra. La lingua è parte della cultura. Per questo presentiamo “l’italiano sul palcoscenico”. È la stessa cosa”. L’italiano sul palcoscenico Di Cicco si riferisce così al tema scelto per festeggiare la “Settimana della Lingua italiana”, una tradizione che ormai va avanti da ben 19 anni in tutto il mondo. Quest’anno l’argomento centrale è l’industria culturale italiana. Quest’anno, precisa, il tema scelto per l’evento è “l’italiano nel palcoscenico” che permetterà di evocare grandi temi dell’Opera (Tosca, Pagliacci, Cavalleria Rusticana), e mostrare un gran numero di attori del teatro e del cinema oltre a cantanti di altri generi musicali. “Per questo stiamo allestendo questo spettacolo in Venezuela con l’aiuto del Sistema Nazionale di Orchestra, la produzione di Milvia Piazza e il Festival di San Remo – spiega -. Credo sia una programmazione assai interessante con l’aiuto anche di Antonio costante e un gruppo immenso di italo-venezolani amanti dell’italianità, fra questi, il drammaturgo Luigi Sciamanna e l’attore Antonio Deli”. Durante la Settimana sarà presentato anche un documentario sul lavoro e le opere di 60 artisti italo-venezolani nel paese. Una parte del ricavato del “Festival di San Remo senza frontiere” andrà a sostegno dei Comitas, un organismo che si occupa dell’assistenza a cittadini venezolani indigenti”.

(aise)