

La lettera

Ecco perché la Rai dovrebbe trasmettere i film in inglese

Caro direttore, tanti oggi si adoperano per rendere «più competitiva» l'Italia. Ci sono tanti modi per farlo, anche modi non direttamente «economici». Eccone uno. Nella globalizzazione, i popoli di lingua inglese hanno un vantaggio competitivo di partenza: parlano l'inglese, la lingua della globalizzazione. Gli altri popoli hanno per contro un handicap: l'inglese lo devono imparare. Molti popoli — a nord, ad est, nel centro Europa — hanno peraltro una naturale, davvero grande capacità nell'apprendere le lingue straniere e, tra queste, l'inglese. In ogni caso, oltre a questa, ogni giorno hanno accesso a media, soprattutto a televisioni che sistematicamente trasmettono film e programmi direttamente in lingua inglese. Per gli italiani, che pure hanno molti altri caratteri positivi, non è così: l'inglese da noi non è diffuso e le statistiche lo dimostrano. Eppure anche per l'Italia la diffusione su vasta scala dell'inglese è strategica, essenziale per la nostra «competitività».

Quella delle «3 I» (impresa, informatica, inglese) è una idea che ho esposto in due vecchi libri: nel 1997 e

prima ancora nel 1995. Una idea che ha poi avuto un successo più comunicativo (elettorale) che operativo (governativo). Non è questa la sede per verificare cosa allora è successo o più propriamente cosa allora non è successo, quali meccanismi politiche di disinteresse/interesse si sono allora attivate. Ciò che vorrei qui rilevare è che l'idea di utilizzare il servizio pubblico televisivo per la diffusione dell'inglese è ancora valida. Infatti, se gli Italiani sanno poco l'inglese, vedono molto la televisione. Ed è proprio questa particolare relativa

asimmetria che può essere trasformata in una opportunità. Nell'Ottocento, nel Novecento i vecchi Stati-nazione investivano enormi risorse finanziarie nella pubblica formazione: tanto nella scuola pubblica, quanto nelle leve militari («... masse di operai addensate nelle fabbriche vengono organizzate militarmente. E vengono poste, come soldati semplici dell'industria, sotto la sorveglianza di una completa gerarchia di sottoufficiali e ufficiali»). Se di questi tempi questa citazione non fosse ritenuta sconveniente dai benpensanti o addirittura proibita, tenderei ad attribuirlo a K. Marx).

Oggi un equivalente strategico investimento pubblico in formazione, operato usando la televisione, può avere un costo minimo, ma per contro un forte ritorno competitivo, a nostro vantaggio.

La funzione della televisione (pubblica) è normalmente sintetizzata in tre parole: «information, entertainment, education». Se ci si fa caso, ma non è un caso, sono tre parole inglesi! Prova ulteriore del fatto che la lingua inglese è centrale.

È vero che nella tecnica della comunicazione è oggi in atto una rivoluzione. Internet, avanguardia dei nuovi media, tende a cannibalizzare la televisione, sia questa commerciale, digitale o satellitare. È vero che le nuove piattaforme frammentano il «tempo sociale» e disperdono quelle che una volta erano le «grandi platee». È infine certo che si sta formando un

universo nuovo e frastagliato, fatto da multicanalità, interconnessioni, giochi collettivi e collisioni, disconnessioni, iperconvergenze. Ed è così che sta prendendo forma un nuovo territorio mediatico popolato dalle più varie e nuove e mutanti e affascinanti

«diavolerie».

Tutto questo è vero, tuttavia resta ancora forte ed essenziale il ruolo della televisione come servizio pubblico. Un ruolo, quello di servizio pubblico, che in Italia è particolarmente forte. Forte nella nostra realtà sociale, forte nel nostro ordinamento costituzionale e, fuori dall'Italia, forte anche nell'ordinamento europeo. Un ruolo che è essenziale per fornire tipi di programma che le altre televisioni, gli altri media, non hanno né la vocazione né l'interesse a fornire. In questa logica, come già in altri Paesi europei ed extra europei, con un

costo inferiore a quello del doppiaggio, e senza neppure subire perdite sulla pubblicità, la RAI, non solo su canali dedicati, potrebbe e/o dovrebbe ogni settimana trasmettere in prima serata, ad esempio sulla Seconda Rete (RAI 2), uno o più film in lingua originale inglese sottotitolati in «italiano».

Ciò potrebbe forse avvantaggiare le televisioni commerciali? C'è forse da attendersi, nella forma di questo rilievo-sospetto, un pavloviano riflesso della «politica» degli anni passati. Si spera di no. Si prova infatti un decrescente interesse per questo tipo di polemiche. E comunque non importa. L'importante è che ne traggano un maggior vantaggio i nostri giovani, le nostre famiglie, soprattutto quelle meno ricche. Perché l'inglese i figli dei ricchi lo imparano con i mezzi di famiglia. E gli altri?

Serve una norma di legge che modifichi in questo senso il cosiddetto «Contratto nazionale di servizio»? Il testo è pronto. C'è qualcuno che è disposto a presentarla e firmarla in Parlamento od a sostenerla come proposta popolare nel Paese?

Giulio Tremonti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il servizio pubblico

È la lingua della globalizzazione e saperla è un vantaggio competitivo. Il servizio pubblico può aiutare gli italiani a superare questo handicap

La necessità di una legge

C'è un testo pronto. Qualcuno è disposto a presentarlo in Parlamento o a sostenerlo come proposta popolare nel Paese?