

# Anche la scienza per contare deve parlare come Dante

MARIA LUISA VILLA

**C**aro direttore, amputato del patrimonio comunicativo nei settori tecnico-scientifici, l'italiano diventerebbe in breve tempo un arcaico dialetto. Ne seguirebbero un indebolimento del rapporto culturale con la comunità di appartenenza, un isolamento del sapere di vertice, e un aumento della incomprensione tra pubblico e scienza. È dubbia la possibilità che questi danni possano essere compensati da un massiccio afflusso di studenti stranieri di elevato livello culturale. Molti sospettano che continueremmo ad accogliere solo quelli che non riescono a passare il test di ingresso in America, Inghilterra, Germania e paesi nordici. Conviene riflettere su questi rischi, poiché la connotazione competitiva e imprenditoriale che le università sono state indotte ad assumere nel mondo attuale, le spinge a confondere i propri principi organizzativi con quelli delle imprese multinazionali. Nascono da qui molti malintesi che oscurano la consapevolezza che le università, anche nel tempo dell'economia della conoscenza, sono pur sempre istituzioni con

compiti culturali peculiari, ben diversi da quelli di una impresa. Le imprese multinazionali non sono legate a un territorio, si collocano dove appare più conveniente, progettano su tempi brevi e possono nascere, aggregarsi, rimodellarsi, delocalizzarsi, ricalcolarsi e morire con relativa facilità. Gli atenei non sono mobili, ma incardinati in un territorio, dal quale ricavano sostegno materiale e culturale. Giocava sottolineare che gli atenei che hanno raggiunto un maggior respiro internazionale sono quelli che hanno saputo immergersi nel territorio istituendo con esso un continuo scambio di informazioni, relazioni e risorse. Tipici ma non unici sono gli esempi dell'Università di Stanford-Silicon Valley e MIT-Boston. Per vincere la competizione per i migliori cervelli non basta adottare l'inglese didattico ma occorre offrire beni e servizi che suscitino interesse, e questo dipende anche da una impronta culturale "contestuale al luogo" che li distingue dagli analoghi beni e servizi reperibili altrove. Solo conservando ed estendendo creativamente ad altri settori lo "stile italia-

no", che è stato vincente a livello internazionale nei settori della moda, del design, dell'architettura e del cibo, possiamo sperare che l'Italia venga scelta dagli studenti stranieri. Lo "stile italiano" fu ciò che permise a Perotto nell'Olivetti degli anni Sessanta, di creare il "programma 101", primo modello di personal computer ora esposta al MoMA. Niente era più italiano e niente era più internazionale dell'Olivetti degli anni Sessanta, ma la limitatezza manageriale impedì a Valletta di comprendere il valore della "Perrotina", decretandone l'abbandono e sancendo così l'uscita del nostro Paese dall'elettronica avanzata degli anni a venire. Sarebbe bene non ripeterne questi errori, recuperando fiducia nelle nostre capacità di creare innovazione. Il compito per noi è apprendere le lingue dei vicini senza abbandonare la nostra, perdendo con essa la ricchezza del contesto locale: sarebbe tragico parlare bene in inglese e non avere più niente da dire.

*L'autrice ha scritto l'inglese non basta: una lingua per la società (Bruno Mondadori)*