

Le potenzialità della conoscenza dell'italiano

In questa crisi così drammatica che attraversa il mondo del lavoro, troppo poco si coglie la potenzialità anche "economica" dell'immenso patrimonio artistico e culturale del nostro Paese che ha nella conoscenza della lingua un vettore fondamentale.

Sottovalutazioni, settorialismi e talvolta sbagliate competizioni tra burocrazie, impediscono di sviluppare e far esplodere l'immensa ricchezza che è un tutt'uno con i prodotti più prestigiosi del made in Italy.

Per realizzare quest'ambizioso obiettivo serve un progetto Paese, una proposta politica capace di innovare profondamente: di superare vecchi settorialismi, di assicurare una governance efficace con una molteplicità d'interventi di diversi dicasteri, amministrazioni e associazioni.

Una struttura insomma che senza esautorare nessuno si ponga come espressione diretta del Governo e tenga ben salde le relazioni tra una nuova politica di valorizzazione dell'arte, della cultura e della lingua italiana e le politiche più complessive del lavoro e dello sviluppo del Paese.

Tutto ciò richiede la fine della logica dei tagli anche in questo settore e il superamento di una politica riduttiva, lacerata tra annunci di slancio europeista e la chiusura, quasi inesorabile, degli istituti italiani di cultura.

Una forte diffusione della lingua italiana nel mondo, compreso, non dimentichiamolo anche i problemi di analfabetismo nel nostro Paese, è la condizione fondamentale per realizzare questa politica. Nella necessità di diffusione della lingua non c'è solo la giusta valorizzazione dello "strumento" che consente la comunicabilità e la trasferibilità di prodotti e cultura. C'è anche l'estensione di un diritto fondamentale. In un'Europa e in un mondo plurilingue, i figli e i discendenti dei nostri connazionali, ma anche quei cittadini di altri Paesi che intendano realizzare le proprie aspirazioni in Italia devono poter apprendere, insieme alla lingua locale, anche la nostra lingua. Un diritto, ma anche una competenza spendibile nel mondo del lavoro, un modo concreto per far vivere in modo moderno i caratteri della cultura e dell'arte italiana e della produzione di qualità del nostro Paese.

Per queste ragioni la CGIL ha costruito, assieme alla Fondazione Di Vittorio e ad altre nostre importanti strutture, la proposta per la diffusione della lingua italiana, resa pubblica in questi giorni. Anche la scelta di raccogliere le firme tra i nostri lavoratori in tanti Paesi e fra i cittadini emigrati e oriundi nel mondo, è una scelta importante.

I diritti, la loro diffusione, viaggiano sulle gambe delle persone e delle battaglie che uomini e donne hanno sostenuto nel tempo. Non si consumano in uno spot.

Richiederanno ancora impegno e capacità di mobilitazione. È ciò che la CGIL continuerà a fare.

Correlati:

[Manifesto per promuovere la Lingua e la Cultura Italiana nel mondo](#)

[Arte, cultura e lingua italiana nel mondo. Un nuovo progetto politico](#), di Fulvio Fammoni

[Italiano nel mondo: prospettive \(necessarie\) di sviluppo](#), di Monica Barni

[Il brand italiano migliore è nel connubio fra lingua e cultura](#), di Luigi Berlinguer

Immagine in testata di [Pixabay](#) (licenza free to share)

Gianna Fracassi