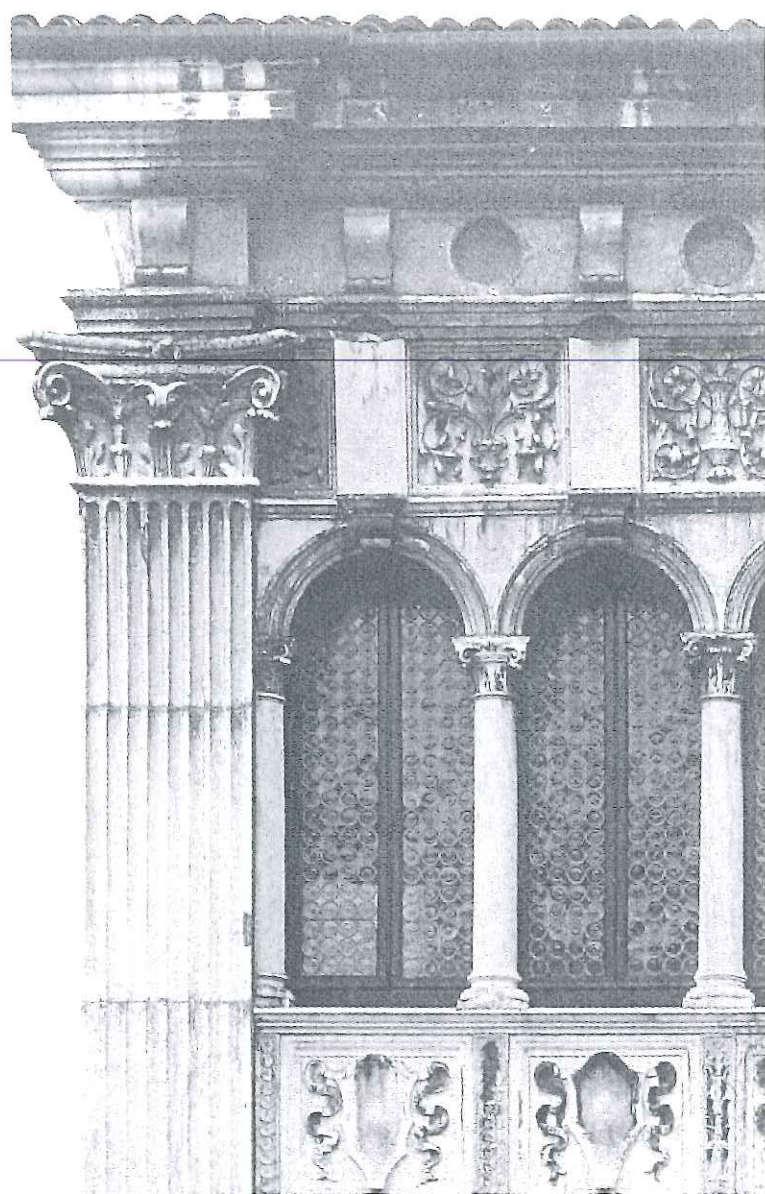


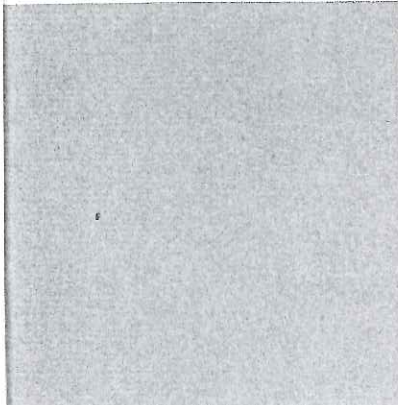
R I C E R C H E

a cura di
MARIO TACCOLINI

Il turismo bresciano tra passato e futuro



Nonostante gli sforzi compiuti dagli studiosi, non si è giunti ancora a una definizione condivisa di 'turismo': esso rimane un fenomeno multiforme, sfaccettato, dai confini incerti. Il modo più appropriato per studiarlo, quindi, sembra essere quello pluridisciplinare. Con questa prospettiva, i contributi qui raccolti offrono un ampio ventaglio di approcci scientifici applicati all'analisi di una significativa meta turistica del nostro Paese, importante sia per il flusso di visitatori che riesce a richiamare, sia per le risorse possedute. Risorse ambientali e artistiche assai varie, distribuite su un territorio che gravita intorno a un capoluogo che ha mutato negli ultimi anni la propria immagine di 'città calvinista' dedicata alla religione del lavoro per accreditarsi come città d'arte. Tale realtà viene osservata dal punto di vista storico, ricostruendo l'evoluzione del fenomeno turistico, che ha inizio alla fine dell'Ottocento per prendere decisamente impulso e trasformarsi in evento di massa nel secondo Novecento. Vi è poi un'analisi di carattere economico sulle connessioni fra turismo, ambiente e sviluppo, sulle caratteristiche della domanda e dell'offerta e sulle sfide che quest'ultima è chiamata ad affrontare a causa della sempre più accentuata concorrenza nazionale e internazionale. Non manca, inoltre, una disamina delle trasformazioni in corso nell'organizzazione pubblica del turismo, con riferimenti anche a esperienze straniere. Riconosciuta l'accentuata dimensione internazionale del turismo bresciano, ampio spazio è dedicato alle numerose problematiche suscitate dall'incontro fra lingue e culture diverse, in particolare al tema della comunicazione, compresa quella a scopo promozionale, realizzata da soggetti pubblici e privati, che sempre più richiede figure professionali specializzate, dotate di solide competenze linguistiche e culturali.



R I C E R C H E

a cura di

MARIO TACCOLINI

Il turismo bresciano tra passato e futuro

V&P
UNIVERSITÀ

Questo volume è pubblicato con il contributo dell'E.U.L.O.
(Ente Universitario Lombardia Orientale).

www.vitaepensiero.it

È vietata la riproduzione non autorizzata, anche parziale, neppure per uso interno o didattico, con qualsiasi mezzo effettuata. L'editore potrà concedere a pagamento l'autorizzazione a riprodurre una porzione non superiore a un decimo del presente volume. Le richieste di riproduzione vanno inoltrate all'Associazione Italiana per i Diritti di Riproduzione delle Opere dell'ingegno (ADRO) - via delle Erbe, 2 - 20121 Milano, tel. e fax 02/80.95.06.

© 2001 Vita e Pensiero - Largo A. Gemelli, 1 - 20123 Milano
ISBN 88-343-0695-3

INDICE

Introduzione <i>di Mario Taccolini</i>	IX
--	----

PARTE PRIMA La risorsa turismo

GIUSEPPE A. STALUPPI	
Il turismo, una risorsa per l'ambiente e lo sviluppo	3
ALDO CARERA	
La percezione della risorsa: il caso lombardo	25

PARTE SECONDA Il turismo bresciano: profilo storico

GIOVANNI GREGORINI	
Tra Ottocento e Novecento	61

MARIO TACCOLINI	
Tra ricostruzione e sviluppo	77

PARTE TERZA Normativa, enti, finanza e credito

GIACOMO BAILETTI	
L'organizzazione pubblica: profili evolutivi	97
PIERFRANCESCO MORBIO	
Eire e Lombardia: due realtà complesse a confronto	111
LAURA NIERI	
Il finanziamento del settore	125

PARTE QUARTA

L'evoluzione della domanda e dell'offerta

GLAUCO TULLIO SAVORGNANI

La domanda del turista di domani 137

IGINIO LAGIONI

La catena del valore del turista del Garda 149

GIANCARLO NADIN

La fisionomia dell'offerta della provincia di Brescia 157

LORETTA BATTAGLIA

L'offerta che fa la differenza 177

PARTE QUINTA

I nuovi turismi

ERIKA NARDON SCHMID

Turismo d'affari e dimensione interculturale 189

PAOLA TORNAGHI

Il turismo congressuale e l'inglese lingua veicolare 217

PARTE SESTA

Comunicare la città

NICOLETTA VITTADINI

L'immagine di Brescia nei media 257

MARIA TERESA ZANOLA

Modalità espressive del linguaggio del turismo 273

ALINA RAMERA

Brescia come meta 'storica' del turista inglese 281

SONIA PIOTTI

Brescia per il turista inglese: aspetti linguistici 291

PAOLA POLI	
Promozione di Brescia negli Usa	297
ILSEMARIE BRANDMAIR DALLERA	
Giulia o Ermengarda?	303
ALESSANDRA LOMBARDI	
Il testo di promozione: qualità, lingua, cultura	321

PARTE SETTIMA

La formazione professionale

ANNALISA ZANOLA MACOLA	
La formazione professionale di esperti in lingua inglese	345

PARTE OTTAVA

La raggiungibilità della destinazione turistica

ARIANNA DI VITTORIO	
La Carta dei Servizi degli aeroporti	359
MASSIMO FERRARI	
L'aeroporto di Montichiari: storia e prospettive	389

LUCA PAOLO SALVATORI	
L'aviazione civile e Montichiari	399

PARTE NONA

Tavola rotonda

DIONIGI GUINDANI	
Il turismo bresciano tra passato e futuro	429

La formazione professionale di esperti in lingua inglese

Il contributo che stiamo per presentare è frutto dell'esperienza maturata all'interno del corso di Diploma universitario in Esperto linguistico d'impresa, in qualità di docente incaricato dell'insegnamento di Linguistica inglese, da quando tale corso è stato istituito presso la sede bresciana. Il corso è triennale e pertanto segue tutto il percorso linguistico di formazione dello studente, il quale, attraverso il succedersi di tre *moduli* formativi, è guidato a svolgere un'analisi pragmatico-linguistica a più livelli: dal sistema fonetico-fonologico e prosodico della lingua inglese, alle questioni più importanti di lessicologia, lessicografia e relative al lessico di specialità (del turismo e del commercio, in particolare), a una disamina dei rapporti tra intenzioni comunicative e sintassi, nonché all'individuazione delle procedure comunicative tipiche della comunicazione aziendale scritta e orale.

Obiettivo primario del corso triennale è quello di preparare i futuri *Esperti linguistici (di lingua inglese)* alla realtà imprenditoriale in generale, e dell'impresa turistica in particolare, presenti nel territorio bresciano. Tali nuovi *professionisti dell'inglese* necessitano di una valida preparazione linguistica, integrata da adeguate conoscenze informatiche, e devono essere in grado di agire in ambiti economico-gestionali con immediatezza e competenza. La *Guida dello Studente* dell'Università Cattolica del Sacro Cuore (Sede di Brescia, a.a. 2000-2001) per la *Facoltà di Lingue e letterature straniere* è molto chiara al riguardo:

Il corso di studi in Esperto linguistico d'impresa ha lo scopo di creare una nuova figura professionale che alla solida formazione linguistica e culturale propria della Facoltà di Lingue e letterature straniere associ la conoscenza dei problemi di base dell'economia e delle varie realtà aziendali ed imprenditoriali. [...]

Una figura così caratterizzata è chiamata ad assumere un ruolo sem-

pre più rilevante nelle imprese orientate a sviluppare attività di comunicazione linguistica, di rapporto diretto con i clienti, di collegamento con le istituzioni comunitarie o con gli enti internazionali¹.

In realtà, molti fra gli studenti che si accingono a iniziare il corso sono in imbarazzo quando invitati a rispondere a domande come le seguenti:

- Che ruolo professionale pensi di potere coprire in futuro in un'azienda?
- A quale tipo di impresa – del settore turistico e non – ritieni di poterti rivolgere?
- Che cosa si aspetta, secondo te, un'impresa – sul territorio nazionale e in quello bresciano, in particolare – da un Esperto linguistico?

La difficoltà nel rispondere a tali quesiti è perlopiù generata dalla mancata replica a domande legate alla realtà del territorio, quali:

- Di quale 'lingua inglese' ha bisogno il territorio bresciano?
- Quale 'lingua inglese' si aspetta di trovare (oppure troverà) un parlante straniero che approda in questo territorio?
- Infine, di quale *expertise*, ossia di quali conoscenze e abilità in lingua inglese, c'è bisogno in questa provincia?

Il nesso stretto tra lingua, cultura e territorio deve essere pertanto rivisitato, quale requisito essenziale sia alla maturazione dell'Esperto linguistico, sia alla predisposizione e apertura dell'impresa turistica bresciana nel suo complesso verso tale nuova figura professionale.

A tale scopo, la nostra argomentazione sarà sviluppata in due punti. Da un lato individueremo quali pregiudizi e luoghi comuni sulle lingue straniere in generale, e sull'inglese in particolare, sono dannosi alla crescita del binomio lingua-cultura sul territorio e ne dimostreremo l'infondatezza; dell'altro, forniremo una mappa sia delle abilità e competenze richieste all'Esperto linguistico per il turismo bresciano, sia dei metodi e delle tecniche adeguati allo scopo.

¹ Università Cattolica del Sacro Cuore, *Facoltà di Lingue e letterature straniere. Piani di studio, programmi dei corsi*, Brescia, a.a. 2000-2001, p. 45.

Il conflitto con i luoghi comuni

La credibilità e la professionalità di un Esperto linguistico *in fieri* è spesso compromessa da alcuni luoghi comuni, di cui lo studente stesso si fa portavoce oppure da cui il suo futuro (ipotetico) datore di lavoro si lascia condizionare. Si tratta di veri e propri pregiudizi sulle lingue straniere e sui processi di apprendimento-acquisizione delle medesime, talvolta così diffusi da essere diventati patrimonio comune. Ne abbiamo individuati almeno cinque²:

1. *Tra gli apprendenti una lingua straniera, alcuni sono più dotati di altri.* Pare che tale opinione non sia confermata da alcuno studio comportamentale di tipo antropologico né dalla pedagogia applicata. Ovviamente, i fattori ereditari e certe condizioni ambientali (prime fra tutte, quelle educative) possono accentuare o attenuare lo sviluppo di alcuni talenti linguistici, ma è anche vero che qualsiasi 'riserva di talento' individuale nell'acquisizione linguistica può fossilizzarsi se manca la sfera di interesse.
2. *Per imparare bene una lingua straniera in genere occorrono dai cinque ai nove anni. Per l'inglese, invece, ci sono corsi accelerati molto efficaci, soprattutto per il 'Business English'.* Dovrebbe essere superfluo ricordare che non tanto la passione per la quantità, quanto per la qualità delle nozioni acquisite determina il perseguimento di una specifica metodologia di ricerca linguistica. L'inglese è una lingua che più di altre è spesso stata 'confezionata' *ad hoc* per l'utente, in corsi più o meno brevi e più o meno settoriali. Il lavoro commerciale a cui l'inglese è stato sottoposto per decenni, diventando esso stesso un 'prodotto di mercato', ha in alcuni casi portato a un deterioramento del prodotto finale, talvolta svuotando di significato la terminologia e i contenuti adottati in sede teorica.

² Per un'individuazione dei luoghi comuni più diffusi sulle lingue straniere si veda il contributo di Herald Weinrich dal titolo *Visita ad alcuni luoghi comuni riguardanti il linguaggio*, apparso per la prima volta in *Im Anfang war das Wort* (Dortmund 1983) e riportato in versione integrale in: H. WEINRICH, *Vie della cultura linguistica*, Il Mulino, Bologna 1989, pp. 277- 286. A tale contributo ci siamo ispirati in questa sede, limitando a cinque l'analisi dei più diffusi luoghi comuni.

3. *Chi studia una lingua straniera come l'inglese vuole imparare soprattutto la lingua quotidiana e la lingua degli affari. L'insegnamento della lingua dovrebbe essere pertanto sottomesso alla legge del 'massimo valore d'uso'.* A questo proposito, ci chiediamo se il 'valore d'uso' possa costituire in sé un obiettivo dell'insegnamento dell'inglese come lingua straniera. Che cosa, in realtà, rende tale lingua *utile* agli occhi del discente? È utile ciò che durerà nel tempo perché di ottima qualità, o piuttosto ciò che garantisce immediata fruizione, anche a scapito della qualità del prodotto? È utile ciò che genera un guadagno immediato, o ciò che pone le basi per un guadagno futuro? E infine, quale tipo di *utilità* è richiesta per la lingua inglese nel territorio bresciano, in cui il nostro Esperto si troverà a operare? In una situazione di questo tipo ci si trova davanti a un bivio. Da un lato, la complessità di un qualsiasi sistema linguistico – ivi compreso quello inglese – richiede un'analisi iperdettagliata della lingua, che rischia tuttavia di rivelarsi incompleta, data la durata relativa di un corso di lingua; dall'altro, l'eccesso opposto porterebbe a un'ipersemplificazione dei dati, e a una conseguente, inevitabile, carenza di contenuti. La soluzione sta in una scelta *mirata agli obiettivi preposti*: tra questi, non un criterio di *utilità*, ma di *funzionalità* comunicativa della lingua va seguito per la costruzione di un corso.

4. *L'inglese è una lingua facile da imparare. La sua grammatica è elementare, perciò è particolarmente adatto come 'lingua universale'.* Sull'apparente semplicità del sistema sintattico e morfologico della lingua inglese molti potrebbero concordare. Basta in realtà riflettere sul sistema verbale dell'inglese per rendersi conto di quanto esso sia in effetti essenziale, ma proprio per questo difficile da definire e, di conseguenza, da utilizzare correttamente. Seguiamo le considerazioni di Bill Bryson al riguardo:

In Latin, the verb has up to 120 inflections. In English it never has more than five (e.g. *see, sees, saw, seeing, seen*) and often it gets by with just three (*hit, hits, hitting*). Instead of using loads of different verb forms, we use just a few forms, but employ them in loads of ways. We need just five inflections to deal with the act of propelling a car – *drive, drives, drove, driving, and driven* – yet with these we can express quite complex and subtle variations of tense: 'I drive to work every day', 'I have been driving since I was sixteen', 'I will have driven 20,000 miles by the end of this year'. This system, for all its ease of use, makes labelling difficult.

According to any textbook, the present tense of the verb *drive* is *drive*. [...] Yet if we say, 'I used to drive to work but now I don't', we are clearly using the present tense *drive* in a past tense sense. Equally if we say, 'I will drive you to work tomorrow', we are using it in a future sense. And if we say, 'I would drive if I could afford to', we are using it in a conditional sense. In fact, almost the only form of sentence in which we cannot use the present form of *drive* is, yes, the present tense.³

Il brano segnala l'importanza, per chi si accinge a studiare la lingua inglese, delle categorie di *time*, *tense*, e *aspect*. *Time* è il concetto universale extralinguistico, indipendente dalla grammatica di una lingua (tempo passato, presente, futuro), che si concretizza nella categoria, specifica della lingua inglese, di *tense* (*Present Tense*, *Past Tense*); *aspect* si riferisce al modo in cui l'azione verbale viene considerata o vissuta dal parlante (*perfective*, attraverso il *present* e *past perfect*, oppure *non-perfective*; *progressive*, attraverso il *present* o *past progressive*, oppure *non-progressive*)⁴. Di tali categorie spesso non viene data spiegazione: ne deriva col tempo una confusione crescente nell'uso dei tempi verbali, nonché la frustra-

³ B. BRYSON, *Mother Tongue. The English Language*, Penguin Books, London 1991, p. 125. Traduzione: «In latino il verbo possiede fino a 120 inflessioni. In inglese non ne ha mai più di cinque (es. *See, sees, saw, seeing, seen*) e spesso se la cava con tre soltanto (*hit, hits, hitting*). Anziché utilizzare un'infinità di forme verbali diverse, se ne usano poche ma in un'infinità di modi. Ci bastano cinque inflessioni per descrivere l'azione dell'«andare in auto» – *drive, drives, drove, driving, e driven* – ma attraverso di esse siamo in grado di esprimere sfumature temporali molto complesse: *I drive to work every day* («Vado tutti i giorni al lavoro in macchina»), *I have been driving since I was sixteen* («Guido da quando ho sedici anni»), *I will have driven 20,000 miles by the end of this year* («Entro la fine dell'anno avrò fatto 20.000 miglia in macchina»). Questo sistema, proprio per la sua facilità d'uso, rende difficile dare delle definizioni. Secondo qualsiasi libro di testo, il *present tense* (tempo presente) del verbo *drive* è *drive*. Tuttavia, se si dice *I used to drive to work but now I don't* («Andavo al lavoro in auto ma adesso non più»), chiaramente si usa il *present tense* di *drive* con valore di *past tense*. Allo stesso modo se si dice *I will drive you to work tomorrow* («Domani ti accompagnerò al lavoro in macchina»), lo si usa con valore di futuro. Se poi si dice *I would drive if I could afford to* («Andrei in auto, se potessi permettermelo»), lo si usa con valore condizionale. In realtà, l'unico tipo di frase in cui non si può usare la forma del *present tense* di *drive* è praticamente, ebbene sì, il tempo presente».

⁴ Per una descrizione di queste categorie si veda: R. QUIRK - S. GREENBAUM - G. LEECH - J. SVARTVIK, *A Grammar of Contemporary English*, Longman, Edinburgh 1972, pp. 84-97, 102-104.

zione di non riconoscere più quella tanto decantata 'semplicità' di studio della lingua inglese.

A ciò si aggiunge, inoltre, l'innegabile complessità del sistema fonetico e fonologico della lingua inglese. Tale sistema risulta perlopiù 'non familiare' a un parlante nativo di lingua italiana, il quale inevitabilmente si trova ad ascoltare o a dover ricorrere a fonemi e a realizzazioni prosodiche per lui 'nuovi', poiché mai utilizzati fino ad allora nella sua lingua madre⁵.

Per finire, si ricordi che è sempre più difficile parlare di *una lingua inglese*, ossia di un unico modello di riferimento per la lingua inglese: dal solo punto di vista sintattico e semantico, l'indeterminatezza pare essere un fattore sempre più influente⁶. Le varietà sociali e regionali di pronuncia del solo inglese britannico hanno acquisito ormai da tempo una frequenza d'uso nettamente superiore a quella stimata per il modello della cosiddetta *Received Pronunciation*, o *RP*, che attualmente risulta essere utilizzato solo dal 3% dei parlanti inglesi⁷.

5. *Il tedesco è, al contrario dell'inglese, una lingua molto difficile. La cosa migliore da fare è quella di parlare coi tedeschi in inglese, dato che loro lo parlano benissimo.* Abbiamo già sottolineato come il concetto di 'difficoltà' non possa essere ritenuto in alcun modo un criterio di descrizione di una lingua destinata all'apprendimento. La psicopedagogia ci insegna che i bambini che imparano il tedesco come madrelingua mostrano in questo apprendimento linguistico all'incirca gli stessi progressi che si possono osservare in bambini di madrelingua diversa: attorno ai quattro anni il loro apprendimento delle strutture linguistiche è concluso⁸.

Nell'ipotesi in cui, comunque, si opti per la lingua inglese come lingua internazionale, ovviando così alla difficoltà di parlare lingue straniere diverse con parlanti di diversa provenienza lin-

⁵ L'argomento è stato approfondito in: A. ZANOLA MACOLA, *Proposte per una didattica della pronuncia inglese*, «Scuola e Lingue Moderne», 37 (1999), 6, pp. 14-18.

⁶ W.F. BOLTON - D. CRYSTAL (eds.), *The English Language*, Penguin Books, Londra 1987², p. 165.

⁷ A. HUGHES - P. TRUDGILL, *English Accents and Dialects. An Introduction to Social and Regional Varieties of English in the British Isles*, Arnold, London-New York 1997³, p. 3.

⁸ R. Titone, *Psicopedagogia e glottodidattica*, a cura di A. ZANOLA, Liviana-Petrini, Grugliasco (TO) 1993.

guistica, resta aperto il problema di quale 'inglese' possa garantire una comunicazione completa e soddisfacente tra due parlanti non inglesi. Ancora una volta, torna alla ribalta il problema di quale 'lingua inglese' o di quali 'lingue inglesi' adottare⁹.

Il ruolo dell'Esperto linguistico in lingua inglese

Una volta sfatati i pregiudizi ricorrenti che possono intaccare la figura dell'Esperto linguistico, è necessario rendere la sua figura professionalmente valida e credibile. Le parole di alcuni 'esperti della parola' statunitensi ci forniscono una prima traccia sommaria per la definizione di *Esperto*:

The true expert is the person who has a passion for the subject and a burning desire to share that passion. Who has given his or her heart and soul to the search for answers. One who does not just quote statistics, but one who relates the statistics in a meaningful way to the audience (Radolph Archbold)¹⁰

e sul concetto di 'credibilità' a esso strettamente correlato:

Credibility comes from what you say (content), how you say it (delivery), and who you are (character). Who you are is the foundation for everything else. Prepare carefully, claim expertise only in those areas where you've earned it through experience, research or both, and be honest about what you don't know (Mark Sanborn)¹¹.

⁹ BOLTON - CRYSTAL (eds.), *The English Language*, pp. 323 ss.

¹⁰ Traduzione: «Il vero esperto è la persona che ha passione per la sua materia e possiede un ardente desiderio di condividere (con altri) tale passione. È uno che ha dato cuore ed anima per cercare risposte. Uno che non solo cita le statistiche, ma le riferisce al pubblico interpretandone il significato».

¹¹ L. WALTERS, *Secrets of Successful Speakers. How You Can Motivate, Captivate & Persuade*, McGraw-Hill, New York 1993, p. 47. I due oratori citati rientrano in uno dei più recenti *Who's Who of the Celebrity Speakers*. In particolare, R. Archbold è uno dei più rinomati studiosi dell'oratoria di Benjamin Franklin e destinatario del prestigioso CPAE (Council of Peers Award of Excellence), attribuito negli Stati Uniti dalla «National Speakers Association»; M. Sanborn è esperto di comunicazione aziendale e autore di alcuni corsi e programmi sull'argomento. Traduzione: «La credibilità deriva da ciò che dici (il contenuto), da come lo dici (la forma espositiva), e da chi sei (il carattere). Ciò che sei costituisce il fonda-

Applicando queste riflessioni al nostro caso specifico, un Esperto in lingua inglese deve prima di tutto essere appassionato della lingua con cui dovrà comunicare in ambito aziendale. Tale passione deve essere coltivata nel curriculum di studi, prima che nella prassi lavorativa. Solo in questo modo egli può risultare in seguito 'credibile' e dimostrare di possedere:

- a) i necessari contenuti formativi per lo svolgimento della sua attività;
- b) le abilità richieste dal suo ruolo o dalla sua posizione;
- c) la forza di carattere, la volontà e le doti personali adeguate.

In quanto esperto *in* Lingua inglese, il diplomato dovrà avere familiarità e dimestichezza con il *present-day English*, nella sua tripla dimensione:

1. *Dimensione fonetica*. La conoscenza e la padronanza del sistema fonetico-fonologico e prosodico della lingua straniera è garanzia di un ottimo livello di comprensione e produzione orali in lingua.

2. *Dimensione semantico-lessicale*. Le principali questioni di lessicologia (dal 'Basic English' ai 'selected vocabularies', dai processi di formazione delle parole alle funzioni lessicali) e di lessicografia (dizionari monolingui, bilingui, dizionari speciali, 'online dictionaries' ecc.) sono un patrimonio linguistico senza il quale un *addetto ai lavori* dell'inglese non può agire.

3. *Dimensione sintattica*. L'uso corretto e adeguato delle strutture linguistiche dell'inglese deve essere così ben radicato da garantire una perfetta sintonia tra intenzioni comunicative e sintassi, e una comunicazione (aziendale e non) in lingua scritta e orale assolutamente corretta, coerente e coesa.

In particolare, il suo peculiare curriculum accademico gli avrà permesso di potenziare alcune abilità essenziali nel contesto professionale. Tra queste:

- 1. saper parlare in pubblico;
- 2. saper redigere documenti formali;
- 3. saper esporre, riferire, rielaborare contenuti orali in modo sintetico e accurato;

mento per tutto il resto. Preparati con cura, rivendica la tua valida competenza solo nei settori in cui te la sei guadagnata con l'esperienza, con la ricerca, o con tutte e due, e sii onesto riguardo a ciò che non sai».

4. saper presentare e descrivere oralmente delle informazioni, utilizzando se necessario supporti scritti preparati *ad hoc*;

5. saper argomentare le proprie idee.

Con riferimento alla realtà territoriale in cui l'Esperto linguistico dovrà agire, consideriamo ora alcune tra le mansioni più adeguate che potrà rivestire e proponiamo una mappa operativa delle competenze a lui/lei richieste.

La professionalità dell'Esperto sul territorio bresciano

La domanda di fondo che richiede una risposta urgente in questa sede è la seguente: *che cosa può concretamente fare un Esperto linguistico (in lingua inglese) per il turismo in territorio bresciano e come può adeguatamente prepararsi per farlo?* L'Esperto linguistico deve saper offrire all'Ente, all'impresa, alla società per cui lavora il necessario supporto in termini linguistico-comunicativi, ossia:

1. conoscere la mentalità dell'interlocutore straniero, soprattutto se di un Paese anglofono, oppure utilizzare tutti gli strumenti di ricerca e di conoscenza (enciclopedie; dizionari monolingui, bilingui, 'speciali'; motori di ricerca on line; repertori bibliografici generali e settoriali ecc.) per conoscerla nel modo più esauriente possibile;

2. essere *consapevole* della mentalità del proprio 'habitat' (in questo caso, la città di Brescia; la provincia nei suoi diversi aspetti, geografici, sociali, economici, culturali; le zone dei laghi – Garda, Iseo, Idro ecc.) e saperla 'decifrare' nei diversi contesti socioeconomici (il turismo, le piccole-medio imprese, l'artigianato ecc.);

3. essere in grado di *mediare*, laddove necessario, tra l'interlocutore straniero e l'imprenditore bresciano. Tale *mediazione* non troverà la sua realizzazione solo in attività traduttive, ma spesso anche in 'esercizi' di parafrasi, adattamento di testi orali e scritti, riassunti, e altri complessi sforzi di adeguamento alla lingua madre di contenuti in lingua straniera, o viceversa. Tutta la sensibilità linguistica dell'Esperto deve essere messa in atto per garantire che le intenzioni comunicative dei parlanti di due lingue diverse non vadano disperse o modificate;

4. dare sicurezza e tranquillità all'interlocutore straniero, facendolo *sentire a casa*. Non solo nella situazione in cui l'Esperto si prende carico di un ospite straniero a Brescia per lavoro, ma anche

quando gli telefona o gli scrive, tutta la sua abilità linguistico-comunicativa deve entrare in gioco per assicurare che l'atto comunicativo non risulti forzato, innaturale, e, di conseguenza, sgradito;

5. introdurre lo straniero, o introdursi quando si è all'estero, *con discrezione* nella realtà locale. Adeguarsi al 'mondo' del proprio interlocutore (abitudini linguistiche e non, convenzioni sociali ecc.) è auspicabile ma spesso non è fruibile con immediatezza.

6. sapersi presentare e saper presentare l'azienda, l'ente, la società per cui l'Esperto opera. La *presentazione* è, a qualsiasi livello, la prima splendida occasione per costruire un futuro aziendale; ma, se mal preparata, può essere l'ultima terribile occasione per farlo. *Presentarsi* oppure *presentare* qualcosa (un'idea, un progetto, un resoconto, un prodotto ecc.) richiede:

- chiarezza di obiettivi ed essenzialità nel descriverli;
- capacità di destare l'interesse dell'ascoltatore;
- capacità di sintesi;
- autocontrollo;

7. saper evidenziare i 'relevant points' della discussione, ossia sapere argomentare secondo i criteri argomentativi richiesti dalla lingua target;

8. saper giostrare le componenti non solo verbali, ma anche non-verbali e paralinguistiche della comunicazione in LS;

9. riconoscere i *registri* della lingua adottati dal parlante, o quantomeno distinguere un uso formale da uno informale della lingua, e adeguare le proprie scelte linguistiche e stilistiche alla situazione comunicativa;

10. attribuire la giusta importanza alla componente orale, e vocale in particolare. Per un Esperto linguistico dovrà rivestire un ruolo particolare l'uso della parola detta, della voce, del parlato spontaneo e non con interlocutori stranieri. Siamo in un ambito che sfiora quello della psicologia della comunicazione. Il modo di presentarsi, le caratteristiche 'vocali' e intonative di un parlante sono un biglietto da visita che gli studenti che escono da questo corso di diploma dovrebbero avere ben preparate. Poiché – come ci ricorda Benjamin Disraeli – «If the eyes are the windows of the soul, the voice is the front door. There is no index of character as sure as the voice»¹².

¹² Traduzione: «Se gli occhi sono le finestre dell'anima, la voce ne è la porta principale. Non esiste un indicatore del carattere più sicuro della voce». La

Conclusioni

Nel territorio bresciano la richiesta di *professionisti di inglese* si sta facendo sempre più ampia. Si tratta tuttavia – e questo Convegno lo ha messo chiaramente in luce – di una richiesta sempre più ‘sostanziosa’, specializzata, esigente. Non è di ‘parlanti inglesi’ che le aziende turistiche locali hanno genericamente bisogno, ma di *professionisti della comunicazione in lingua inglese*, di Esperti in lingua inglese per il turismo.

Tali Esperti possono coprire un ruolo nuovo e molto importante sul territorio. La loro competenza nella lingua orale li vedrà protagonisti negli scambi diretti o indiretti con:

- turisti inglesi o americani;
- imprenditori stranieri (non solo anglofoni);
- imprenditori locali;
- personale di agenzie, enti, società straniere.

Tali scambi li vedranno impegnati nelle situazioni comunicative più varie: dall'accogliere i clienti stranieri all'accompagnare produttori italiani all'estero, dalla presentazione formale di iniziative o prodotti aziendali alla conversazione informale con gli stessi clienti o imprenditori stranieri; dalla negoziazione più formale a quella più informale; dal mediare in un incontro importante al presiederlo. La loro competenza in inglese scritto sarà determinante sia nelle più tradizionali attività di scrittura commerciale (lettere, piani di lavoro, resoconti ecc.), sia nelle più innovative espressioni dell'*e-commerce* (dalla creazione di un sito in lingua, alla gestione della posta elettronica, al lancio di un prodotto in rete ecc.).

Molto è ancora da costruire nel settore della formazione di tali nuovi ‘professionisti’. È nostra convinzione, tuttavia, che molto di più possa essere fatto se i futuri Esperti si fanno portavoce dei loro bisogni e se la richiesta del territorio è portata senza remore fuori dalle aziende e dentro all'università. In altre parole, ci auguriamo che sempre più studenti cerchino – e trovino – una risposta alle domande sul loro futuro professionale e che i luoghi comuni sopra discussi vengano definitivamente sradicati.

Referenze bibliografiche

BOLTON W.F. - CRYSTAL D. (eds.), *The English Language*, Penguin Books, London 1987².

BRYSON B., *Mother Tongue. The English Language*, Penguin Books, London 1991.

HUGHES A. - TRUDGILL P., *English Accents and Dialects. An Introduction to Social and Regional Varieties of English in the British Isles*, Arnold, London-New York 1997².

PORCELLI G. (a cura di), *La grammatica inglese e il suo insegnamento*, La Scuola, Brescia 1994.

QUIRK R. - GREENBAUM S. - LEECH G. - SVARTVIK J., *A Grammar of Contemporary English*, Lingman, Edinburgh 1972.

SCOTT COOK J., *The Elements of Speechwriting and Public Speaking*, Macmillan, New York 1989.

TITONE R., *Psicopedagogia e glottodidattica*, a cura di A. ZANOLA, Liviana-Petrini, Grugliasco (TO) 1993.

WALTERS L., *Secrets of Successful Speakers. How You Can Motivate, Captivate & Persuade*, McGraw-Hill, New York 1993.

WEINRICH H., *Vie della cultura linguistica*, Il Mulino, Bologna 1989.

ZANOLA MACOLA A., *Proposte per una didattica della pronuncia inglese*, «Scuola e Lingue Moderne», 37 (1999), 6, pp. 14-18.