

L’Italicità: cultura, business e partecipazione

di Piero Bassetti, Presidente di Globus et Locus e di Fondazione Giannino Bassetti

Le nuove dinamiche del mondo glocal: dal migrante al “glomigrant”, dagli Stati nazione alle civiltà

L’avvento della glocalizzazione sta scompaginando le vecchie categorie con le quali siamo stati abituati a ordinare le strutture del mondo dal punto di vista politico, sociale e culturale. Fino ad ora, tutta l’organizzazione politica è stata concepita sull’assunto della stanzialità, la cui parola più rappresentativa era proprio lo “Stato”. Oggi però, il mondo è profondamente mutato. Uno dei fenomeni più caratteristici della glocalizzazione è la mobilità, concetto che sta progressivamente sostituendo la vecchia idea di “migrazione”.

La mobilità, come fattore preponderante di un fenomeno globale, si configura adesso come l’estrema facilità con cui le persone si muovono per il mondo alla ricerca di sapere, lavoro, esperienze, luoghi migliori dove vivere. Questo fenomeno, in crescita, genera uno scenario inedito, in cui non sono più i soli Stati-Nazione a dirci chi siamo mentre ci muoviamo o ci ricollochiamo nel mondo, perché la soggettività individuale e collettiva non è più rapportabile alla sola dimensione territoriale (*ius soli*), né a quella del sangue (*ius sanguinis*), ma altri aggreganti, di natura più valoriale e funzionale, come spiegherò più avanti.

I processi di cambiamento in atto, resi evidenti da elementi quali l’introduzione del passaporto europeo e dall’abolizione delle frontiere (sebbene la situazione su questo fronte sia oggi più complessa, alla luce degli squilibri dello scenario geopolitico internazionale), hanno una loro rilevanza anche dal punto di vista identitario. Se spostarsi non vuol più necessariamente dire migrare, allora anche passaporto può non voler più dire cittadinanza; territorio può non voler più dire identità. Oggi, si può vivere la propria identità in modo diverso a seconda di come ci si ritiene ibridati, mescolati, col contesto di residenza. L’era in cui viviamo è giustamente stata definita postmoderna e la sua essenza sembra essere in primo luogo il rifiuto del mito del *cuius regio eius religio*: il rifiuto, cioè, dell’esaltazione del valore della frontiera come strumento di separazione e quindi come strumento per costruire identità attraverso processi di distinzione, di separazione, e l’esaltazione del valore della pluriidentità e dell’ibridazione come dimensione pervasiva e bidirezionale¹. In questa logica, assai più efficace è la definizione di “glomigrant”, ovvero di migrante glocal, rispetto, ad esempio, a quella, ancora ispirata a una logica inter-nazionale del migrante o dell’expat.

I protagonisti del Terzo millennio, quindi, non saranno più i popoli nazionali, nati e consolidatisi sull’assunto *cuius regio, eius religio*, ma aggregazioni con una nuova idea di identità e di convivenza, comunità la cui identità non è soltanto etnica, linguistica o politico-istituzionale, quanto piuttosto culturale e valoriale. L’alternativa è il rischio di ritrovarci a vivere in un mondo che cede alla proposta regressiva dei nazionalismi. Le comunità del mondo glocal, invece, sono realtà socio-culturali dominate da un complesso crescente di relazioni transnazionali, fisiche ma per lo più attive attraverso le reti, le cui logiche devono essere esplorate in tutta la novità di un paradigma che non potrà che essere pluriidentitario.

Ecco quindi che la vera sfida alla quale siamo di fronte è quella di trovare una nuova dimensione di convivenza politica e di relazione fra i popoli, perché il mondo glocal non è più la semplice sommatoria degli Stati nazionali, ma un *unicum* stratificato di reti e di strutture funzionali prive di

¹ Proprio a questo tema abbiamo dedicato un numero del nostro web journal «Glocalism» <www.glocalismjournal.net> con un contributo di Zygmunt Bauman e uno di Roland Robertson. Il journal è una rivista *peer-reviewed*, della quale hanno accettato di far parte, come membri del comitato direttivo, alcuni fra i più autorevoli rappresentanti del pensiero glocal: Arjun Appadurai, Zygmunt Bauman, Seyla Benhabib, Sabino Cassese, Manuel Castells, Fred Dallmayr, David Held, Robert J. Holton, Alberto Martinelli, Antony McGrew, Alberto Quadrio Curzio, Roland Robertson, Saskia Sassen, Amartya Sen, Gayatri Chakravorty Spivak, Salvatore Veca.

centro nel quale l'agire politico, culturale e sociale tenderà in misura sempre maggiore ad essere de-territorializzato.

In questo nuovo scenario, diviene allora evidente che nuove categorie umane, sociali, istituzionali e politiche attendono di essere esplicitate e teorizzate.

I nuovi popoli "glocali", trasversali rispetto agli Stati e ai territori sono stati definiti anche comunità "di sentimento" o comunità "di pratica", costituite appunto intorno all'esercizio di pratiche comuni.

Io credo che queste nuove forme di aggregazione, si stanno organizzando sempre meno per nazionalismi e sempre di più per "civilizzazioni". Se, nel corso dei secoli, molti autori si sono soffermati sul termine "civiltà", offrendo nelle loro riflessioni diverse interpretazioni di questo sfuggente concetto, sembra che oggi siano le civilizzazioni ad acquistare una centralità teorica. Le civilizzazioni non sono scatole chiuse ed ermetiche. Esse si sviluppano ibridandosi le une con le altre e cercando al tempo stesso di individuare dei punti di riferimento che identifichino i valori e le caratteristiche di ciascuna. Rispetto a quello che giustamente il nostro Papa Francesco paventava come il rischio della globalizzazione dell'indifferenza, a mio avviso, assai più di altri, il "meticcio" di civiltà costituisce un (se non il) paradigma in grado di spiegare la convivenza – spesso anche tumultuosa e violenta – di differenti esperienze culturali in grado però di influenzarsi vicendevolmente. Questo processo di "meticcio" di popoli e culture che appare ormai evidente a livello globale è un fenomeno sempre più rilevante e prima o poi, lo ripeto, domanderà al mondo nuove modalità di organizzazione e nuove forme di statualità. Infatti, sotto la scorza dei fenomeni politici ed economici (pertanto, anche delle loro istituzioni: lo Stato moderno o il capitalismo), il nocciolo più profondo delle civilizzazioni a tutt'oggi rimane culturale, ma si avvia gradualmente a divenire politico.

Gli italici: cultura e valori di una civilizzazione globale

È all'interno di questo tipo di orizzonte sociale, politico e storico, caratterizzato dalla pluriidentità e dalla caduta del concetto di confine, che Globus et Locus, l'associazione che presiedo e che da ormai venti anni si occupa di aiutare le classi dirigenti ad affrontare le sfide della glocalizzazione con una cultura politica nuova e un sistema di valori aggiornato², da molto tempo è impegnata nell'analisi dell'affermazione degli italici.

Con il termine "italici", noi indichiamo i cittadini italiani in Italia e fuori d'Italia, ma anche i discendenti degli italiani, i ticinesi, i titani, gli italofoeni e gli italofoili – una comunità globale stimata attorno ai 250 milioni di persone nel mondo – e possiamo constatare che la comunità degli italici si sta costruendo attraverso sottocomunità che hanno interessi comuni, che confluiscono e si sinergizzano: dalla comunità del cibo, a quella dell'arte, della moda, del design. È importante, quindi, sottolineare che gli italici sono anche tutti coloro che si riconoscono nell'italicità, che la scelgono spontaneamente come punto di riferimento e di elezione. Si tratta di una comunità che, nel suo insieme, è ben più ampia di coloro che popolano lo Stivale o ne sono cittadini.

Gli italici rappresentano una dimensione identitaria nuova, diversa da quella nazionale ma non per questo meno reale, anche se con confini più sfumati. Una dimensione che, nel diverso contesto epocale del glocalismo, assume una fisionomia assai chiara: qualcosa di diverso dall'originaria "nazione", qualcosa che la trascende; l'italicità, in altre parole, non si può riportare solo al possesso di uno o due passaporti, ma è definita dal fatto di essere intreccio e sintesi di una unica dimensione culturale globale e di tante ibridazioni locali. L'italicità è riconoscibile in un comune modo di sentire, una condivisione di atteggiamenti e comportamenti, un modo di fare business. È, insomma, una modalità del tutto particolare e definita, ma non per questo meno reale, di essere comunità nei diversi ambienti in cui si è integrata. Questo ci porta a dedurre che essa sia collegata, nella sua essenza, più al mondo glocal piuttosto che a quello inter-nazionale.

Ciò che aggrega e accomuna, dunque, il mondo italico, dal punto di vista valoriale e culturale, sono valori, interessi, che l'Italia e altri territori italici come il Ticino – dove recentemente si è condotta

² Si vedano: <www.globusetlocus.org> e <www.glocalismjournal.net>.

una battaglia per il riconoscimento dell'importanza del ruolo dell'italiano come lingua della Confederazione, attraverso l'utilizzo della categoria dell'italicità³ – o San Marino sentono come propri. Si tratta di fattori aggreganti di tipo vario e complesso, tutti prevalentemente funzionali e che sul piano temporale non aspirano a requisiti di permanenza ma non per questo sono meno “intriganti”.

Non è semplice tentare di fare una descrittiva dei valori identificabili come italici, ma alcune tendenze possono essere considerate evidenti: in primo luogo la preminenza dei valori dell'universalismo e del cosmopolitismo, di certo collegati al sentimento di umanità derivante dalla cultura cattolica; una concezione non economicistica dell'economia, che non può essere separata da una visione etica della vita; il ruolo centrale della famiglia e dei rapporti familiari nel tessuto dei rapporti sociali; un valore preminente e trasversale della persona rispetto alle appartenenze statuali e nazionali, che contribuisce a facilitare il meticcio; il ruolo della donna; l'apertura alla differenza; il senso estetico e i valori del gusto e del bello, che si incarnano non solo nello straordinario patrimonio artistico che caratterizza la nostra cultura, ma anche in stili di vita scoperti e amati nei tempi più recenti da milioni di persone in tutto il mondo, resi universalmente noti ieri dai trionfi del *Made in Italy*, e oggi dalla rinascita dell'*artisancraft* e dell'economia del bello, che si potrebbe sintetizzare nel *made by italics*.

Si tratta di valori costruiti in una lunga storia caratterizzata dal comporsi di molteplici tradizioni identitarie locali e solo da una breve, tardiva e debole esperienza statale nazionale. Un'appartenenza condivisa per lungo tempo con altre preesistenti identità e che oggi deve fare i conti anche con l'identità europea e soprattutto con la dimensione glocal. L'idea di popolo che il concetto di italicità evoca quindi non è del tutto corrispondente a quello di italiano e neppure ne è una mera espansione quantitativa: non si tratta, cioè, di un'italianità “più grande”; è un'idea diversa che svincola l'appartenenza a un territorio politicamente definito, e che, in quanto tale, presuppone l'assunzione di riferimenti identitari nuovi, diversi da quelli proposti dal paradigma statuale-nazionale. Un nuovo territorio comunitario che nell'assunto del concetto di ibridazione noi suggeriamo di chiamare appunto “civilizzazione”⁴.

Gli italici, oggi: le potenzialità di una nuova realtà storico-politica

Tornando adesso per un momento al punto di vista tradizionale, cioè quello dell'italianità, è facile osservare come a contribuire ad arricchire la consistenza italica siano oggi, da un lato, i crescenti flussi migratori che portano nel nostro Paese nuove presenze: persone che scelgono di stabilirsi qui e i cui figli sono i cosiddetti G2. Questi ultimi, spesso anche nativi digitali, sono davvero l'emblema del nuovo cittadino glocale, ovvero di quel tipo di persona che, accanto a una storia di mobilità che racchiude in sé una dimensione e un orizzonte globali di percezione della propria esistenza, traduce nella sua esperienza concreta l'anelito a un miglioramento delle proprie condizioni di vita.

Dall'altro lato è sempre più evidente il fenomeno che vede numerosi italiani scegliere di andare a vivere in altre parti del mondo. Come evidenziato anche nel *Rapporto Italiani nel Mondo 2015* di Fondazione Migrantes, negli ultimi dieci anni si è passati dai 3.106.251 iscritti all'Aire (dato del 2006) ai 4.636.647 del 2015 con una crescita del +49,3%, in tutti i continenti e in particolar modo

³ Tale impegno, ha portato nel giugno 2014 alla «Dichiarazione di Basilea. Massime e proposte per una governance dell'italiano e del quadrilinguismo svizzero di fronte alle sfide esterne». Tale documento è stato promosso dall'Associazione svizzera per i rapporti culturali ed economici con l'Italia, ASRI, Coscienza Svizzera, Comunità radiotelevisiva italoфона, Forum per l'italiano in Svizzera, RSI-Radiotelevisione Svizzera, Seminario di italianistica dell'Università di Basilea.

⁴ Nel parlare di queste nuove forme aggregative, noi facciamo riferimento al pensiero dei grandi teorici della post-modernità glocal (Zygmunt Bauman, Ulrich Beck, Manuel Castells) e alle elaborazioni sull'identità del premio Nobel Amartya Sen che nel suo libro “*Identità e violenza*”, propone di riconoscere che le identità nel mondo globalizzato sono plurime e che oggi chiunque può essere arricchito da una serie di pluriappartenenze, a condizione che le accetti come proprie.

l'Europa e l'America⁵. Se la “voglia di mobilità” è indotta in parte anche dalla crisi che attanaglia l'Italia odierna, noi abbiamo constatato che a essere presente è anche il desiderio, soprattutto nei giovani, di immergersi in nuove dimensioni di esistenza⁶. Nei nuovi “mobili” italici, si riscontra – noi lo abbiamo riscontrato attraverso una ricerca svolta dal nostro Centro Altreitalie⁷ – una disponibilità, sia pure senza averne sempre consapevolezza, all'ibridazione con altre culture e alla pluriidentità. Al tempo stesso emerge un'italicità latente ma fortemente presente, intesa come senso di adesione ad alcuni valori, comportamenti e gusti che, anche sulle ali di questo tipo di mobilità, si stanno affermando in tutto il mondo contribuendo a dar forma a quella che noi definiremmo appunto una nascente “civilizzazione”, o *world community*.

È proprio su questi elementi, la pluriidentità e l'ibridazione, che bisognerà concentrarsi in futuro. Tanto più oggi di fronte alla sfida delle migrazioni di massa. Pensare a “una grande Italia oltre l'Italia” presuppone prendere consapevolezza dell'esistenza e della possibilità di sviluppo di qualcosa che non è una mera espansione della Repubblica italiana, ma qualcosa che implica un diverso rapporto fra ciò che è globale e ciò che è locale e che postula un cambiamento di natura tanto del più grande che del più piccolo. Questa è la vera sfida del glocalismo, questo comporta il superamento della concezione Wesfaliana del mondo⁸.

Non è sventolando le differenze di cittadinanze nazionali che noi possiamo dare un contributo a risolvere le problematiche del mondo in modo moderno: è proprio questo il tema del recepimento politico della mobilità ed è una sfida politica difficilissima, dal momento che noi assistiamo, paradossalmente, a una ripresa dei populismi nazionalisti che, in un mondo che non è più internazionale ma glocale, finiscono per mettere i municipalismi l'uno in conflitto con l'altro.

Anche la simbologia della dimensione evocata dal Tricolore va modernizzata e aggiornata alla nuova realtà: la modernità non evoca più la presenza dei valori nazionalisti, ma ci indica piuttosto quella dei nuovi valori propri e funzionali a un mondo glocale. Dobbiamo saperli accogliere, anche perché solo così potrà essere recepito il messaggio del nostro Papa di esortazione a una convivenza fra i popoli che valorizzi il multiculturalismo e l'apertura alla differenza.

Del resto, le premesse per andare in questa direzione esistono già. Si tratta, per cominciare, di accettare la possibilità di dar mano alla formazione di nuove *poleis* postnazionali e transnazionali che intrecciano diversi “luoghi”: nel caso degli italici, l'Italia – intesa come Penisola – e i molteplici e diversi luoghi in tutto il mondo di residenza degli italici. È un processo, come i dati empirici testimoniano, oggi già avviato, quando una stessa persona (nel caso specifico di cui ci occupiamo un “italico”), grazie alla doppia cittadinanza, può esprimere non solo i propri rappresentanti tanto nel Paese in cui risiede quanto in quello da cui proviene, ma anche i propri simboli, come la doppia bandiera. E quando questa stessa persona opera, come spesso avviene, in reti funzionali transnazionali in cui si identifica, spesso con maggiore intensità di partecipazione rispetto alle stesse forme di appartenenza territoriale, e di cui esprime o assume la rappresentanza.

Il processo di glocalizzazione, in sostanza, ridisegna i problemi della rappresentanza in un duplice senso: territoriale, in quanto fa convivere su uno stesso territorio una pluralità crescente di identità, appartenenze, rappresentanze; funzionale, in quanto fa emergere e valorizza forme di rappresentanza non per territori, ma per funzioni trasversali ai territori. Anche tramite il voto all'estero, l'Italia ha cominciato a rendersi conto delle potenzialità culturali ed economiche delle sue migrazioni. Potenzialità enormi date le dimensioni della nostra emigrazione “storica” ma anche considerata la qualità di quella “dei cervelli” di più recente data e di cui parlavo prima.

⁵ DELFINA LICATA, “La mobilità italiana: storia, attualità, numeri e caratteristiche”, in FONDAZIONE MIGRANTES, *Rapporto Italiani nel Mondo 2015*, Tau Editrice, Todi (Pg), 2015, p. 5.

⁶ Sempre citando il *Rapporto Italiani nel Mondo 2015*: “«le valige degli Expat non sono più di cartone, ma soprattutto il capitale culturale di chi lascia l'Italia è molto elevato. Sono giovani istruiti, che hanno voglia di mettere a frutto concretamente le conoscenze apprese e che cercano una opportunità concreta e a breve termine per poterlo fare»”.

FONDAZIONE MIGRANTES, *Rapporto Italiani nel Mondo 2013. Sintesi*, Tau Editrice, Todi (Pg), 2015, pp. 14-15.

⁷ CENTRO ALTREITALIE, *La meglio Italia*, Accademia University Press, 2014.

⁸ Del cambiamento dell'ontologia del potere si è occupato il nostro numero del journal dal titolo “*Global polity and policies*”.

È solo l'inizio, naturalmente, di un coinvolgimento più ampio della rete italiana nel mondo in un discorso politico di comunità globale che andrà definito nei suoi dettagli in un futuro ancora da venire. Verosimilmente, le modalità di questo nuovo tipo di rappresentanza politica saranno definite appieno soltanto nei prossimi anni (o addirittura decenni), quando si arriverà a rappresentare con nuove modalità istituzionali gli interessi degli italiani nel mondo secondo schemi non più soltanto statuali-nazionali ma funzionali e reticolari. È però in questa nuova prospettiva che vanno pensate, a mio parere, le politiche per gli italiani e degli italiani. Oltre la dimensione assistenziale o, per altro verso, risarcitoria dei rapporti fra l'Italia e la sua diaspora, c'è la dimensione transnazionale e di rete dei loro rapporti. La prima non è illegittima e può essere in qualche misura ancora coltivata, ma è solo sulla seconda che si può davvero costruire il nostro comune futuro.

L'italicità, infatti, è una realtà che, se oggi è prettamente sociale e culturale, prima o poi domanderà anche nuove istituzioni politiche, in grado di dar voce a una nuova idea di statualità.

La *business community*

Se però la problematica politica non è ancora emersa in modo netto, quello che già oggi la *community* italiana domanda sono almeno nuovi servizi per l'espressione del suo business. Un sistema di relazioni economiche, si sa, non nasce dal nulla. Ci vogliono, per farlo decollare, consuetudini, rapporti, interessi condivisi forti. Il fatto è che queste consuetudini ci sono già. In molti anni di esperienza nel mondo camerale⁹, ho avuto modo di osservare questo fenomeno da vicino. Le dinamiche relazionali proprie degli iscritti alle Camere di Commercio italiane all'estero, già da tempo, rivelano che le comunità che le popolano hanno smesso di cercare soltanto uno sportello per il business con l'Italia. Esse mirano piuttosto al riconoscimento della loro identità di "comunità miste" fra imprese locali non sempre (anzi quasi mai) soltanto di origine italiana.

Il mondo imprenditoriale che ruota attorno alle strutture camerali agisce sentendosi legato, più che a valori prettamente nazionali, da un modo di fare, da un gusto, da una mentalità, da un sistema di interessi, che sono espressione di una visione economica e produttiva condivisa, in grado di rivolgersi a un mercato a tutti gli effetti globale.

Del resto, il ruolo dell'imprenditoria della comunità italiana all'estero non si esaurisce certo nell'indotto annuo prodotto (cioè il valore delle commesse affidate ad aziende e industrie italiane). Gli imprenditori di origine italiana all'estero hanno, infatti, anche contribuito e contribuiscono a diffondere nei paesi di emigrazione, tramite l'attività delle loro aziende e la loro immagine di uomini di successo, la conoscenza dei prodotti italiani e del gusto italiano, favorendo il successo non solo commerciale del *Made in Italy*, ma culturale del *made by italics*. Spesso sostengono le iniziative culturali di matrice italiana (dalle biblioteche alle scuole) e contribuiscono alla diffusione della lingua italiana.

È noto che ogni *business community*, seppure legata a sistemi di relazioni più o meno consolidati, si sforza di rimanere sostanzialmente apolide – *business is business!* – ma non per questo rinuncia a sentirsi coinvolta da un modo di fare, da un gusto, da una mentalità, più che dal possesso di una cittadinanza. Lo stesso vale per i consumatori del mondo globalizzato, ai quali interessa poco o punto che i grandi marchi italiani siano legati alla dimensione istituzional-politica della Repubblica italiana; ciò che interessa essendo la loro italianità, o, direi con un termine oggi ancora controverso, il loro "*italian sounding*". Se le automobili prodotte in Germania come le Mercedes o le BMW non vengono acquistate in tutto il mondo perché tedesche, ma perché incarnano la qualità di certi prodotti di origine tedesca e quindi tutta una mentalità che sottintende precisione ed efficienza, anche i grandi e i piccoli marchi italiani si affermano non solo in quanto italiani, ma perché veicolano un immaginario di fantasia, gusto, *savoir vivre* e *savoir faire* tipici di un popolo, quello italiano, già diffuso in tutto il mondo, e quindi riproducibili e riprodotti dagli italiani ai quattro angoli del mondo. Altro cambio epocale portato dalla globalizzazione è, infatti, la costituzione di un nuovo

⁹ Prima come Presidente della Camera di Commercio Industria e Agricoltura di Milano (dal 1982 al 1997) nonché Presidente dell'Unione delle Camere di Commercio Italiane (Unioncamere) dal 1983 al 1992. Inoltre, dal 1993 al novembre del 1999, come Presidente dell'Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'estero (CCIE).

mercato, un mercato che si sta rivelando particolarmente sensibile a quel mondo di bellezza e ricchezza valoriale che proviene dal modello del *Made in Italy* ma che non si esaurisce in quello, ma anzi lo integra, lo completa e lo espande.

Il meglio che noi abbiamo collocato nel mondo non è infatti solo la presenza della storia della Repubblica italiana, ma è la presenza della civilizzazione che io definisco italica, che viene prima dello Stato nazionale e in cui noi riconosciamo i veri valori dell'italicità, quali la romanità, il Rinascimento e oggi, tra i valori dell'epoca moderna, quello dell'ibridazione. Come affermo nel mio libro «*Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal*»¹⁰, al quale sono riconducibili diverse delle considerazioni che ho qui esposto, io sono convinto, infatti, che esista oggi la potenzialità di costruire una *world community* ampia e globale, ispirata ai valori dell'italicità, che non sia un'espansione dello Stato-nazione Italia, ma sappia veramente essere una grande Italia, una nuova comunità debitrice della nostra millenaria creatività storica e pronta a recepire gli apporti di tutte le altre civilizzazioni che nella nostra vicenda abbiamo incontrato. Una creatività che, non a caso, è risultata partecipe di quel grande processo, avviato da San Paolo, di incontro fra il Vangelo e la Storia politica di Roma.

¹⁰ PIERO BASSETTI, *Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal*, Marsilio, Venezia, 2015.