



Piero Bassetti
Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal

Parole chiave: Italici, Glocalismo, Comunità globale

Keywords: Italic, Glocalism, Global community

Contenuto in: Italiani nel mondo. Una Expo permanente della lingua e della cucina italiana

Curatori: Raffaella Bombi e Vincenzo Orioles

Editore: Forum

Luogo di pubblicazione: Udine

Anno di pubblicazione: 2015

Collana: Convegni e incontri

ISBN: 978-88-8420-931-3

ISBN: 978-88-3283-052-1 (versione digitale)

Pagine: 59-62

DOI: 10.4424/978-88-8420-931-3-07

Per citare: Piero Bassetti, «Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal», in Raffaella Bombi e Vincenzo Orioles (a cura di), *Italiani nel mondo. Una Expo permanente della lingua e della cucina italiana*, Udine, Forum, 2015, pp. 59-62

Url: <http://forumeditrice.it/percorsi/lingua-e-letteratura/convegni/italiani-nel-mondo/svegliamoci-italici-manifesto-per-un-futuro-glocal>

SVEGLIAMOCI ITALICI!

MANIFESTO PER UN FUTURO *GLOCAL*

Piero Bassetti

Vi ringrazio per avermi dato l'occasione di partecipare a questo convegno 'Italiani nel mondo' e vorrei innanzitutto esprimere il mio apprezzamento per quello che questa iniziativa incarna e propone. È la seconda volta che mi trovo, come presidente di Globus et Locus, a collaborare con gli amici friulani al progetto 'Valori identitari e imprenditorialità'. Si tratta di un fatto formativo che mi sembra importante, perché proposto all'interno di un frame concettuale che supera il concetto di italiani nel mondo intesi come 'italiani all'estero' e si inserisce invece in una chiave interpretativa nuova, quella italiana.

Oggi le categorie concettuali alle quali eravamo abituati (italiani all'estero, emigrati, stranieri) sono cambiate così radicalmente da risultare insufficienti a contenere e a comprendere le profonde evoluzioni in atto e richiedono quindi la formulazione di un nuovo modello entro il quale indagare i fenomeni in atto. Stentiamo ancora a renderci conto che siamo sfidati a raccogliere il mutamento epocale che la tecnologia ha introdotto nella concezione della nostra geografia politica, trasformando il mondo da inter-nazionale in globale. Se è vero, infatti, che siamo chiaramente in un mondo ancora inter-nazionale (basti pensare all'ONU), la realtà è alla ricerca di nuove modalità per gestire la transizione dal riferimento alla nazione come fatto aggregante alla globalità nella sua dimensione identitaria, e al locale come spazio non necessariamente collegato all'esperienza nazionale. Quella *glocal* è, infatti, una realtà complessa e articolata, dove le appartenenze, le realtà e le identità tendono in misura crescente a essere multiple.

Il glocalismo propone anche una nuova concezione di popolo, diversa da quella di discendenza westfaliana, che era fondata esclusivamente sull'idea di purezza, di popoli nazionali e sulla sostanziale coincidenza dei concetti di Stato e nazione. In un futuro ormai prossimo, sarà invece la relazione tra la dimensione globale degli accadimenti e il loro approdo locale a fare la differenza.

In questo quadro, la rilevanza delle aggregazioni legate ad appartenenze indipendenti dall'organizzazione statale è un fenomeno di grande interesse,

che si traduce nel progressivo riconoscimento, nel mondo glocal, di un sistema di pluri-appartenenze e di pluridentità. Un'acquisizione terminologica che considero molto importante in questo discorso è quella di *hybris*, intesa come ricomposizione organica dei dualismi. Riconoscersi come ibrido non significa considerarsi privo di identità ma piuttosto sapere di averne una ampia e sfaccettata, tale da consentire di accogliere in sé diverse appartenenze.

Il Friuli Venezia Giulia – basti pensare al nome stesso della regione – rappresenta un paradigma eccellente di questa problematica, essendo quella friulana una comunità a carattere transnazionale che si riconosce in un sistema di appartenenze di matrice storico-linguistico-culturale, prima che nazionale. Potremmo dire che un friulano appartiene contemporaneamente alla dimensione italiana, a quella europea, a quella friulana e a quella, più ricca e inclusiva, italica.

Rispetto a questa premessa, oggi, a mio avviso, si delinea un pericolo culturale, ossia la tendenza all'assunzione della dimensione nazionale come dimensione da difendere, in modo reazionario, dall'accettazione della realtà globale. E questo riguarda anche noi italici. Se noi però pensiamo di riuscire a difendere i valori della nostra cultura e delle nostre esperienze 'archeologizzandoli', ponendoci in una logica difensiva, tesa alla conservazione di una ipotetica purezza, allora io credo che il nostro ruolo finirà per divenire sempre più marginale. Un poeta come Dante, secoli fa, l'aveva già compreso: la sua concezione del mondo non era nazionale, tanto è vero che nel *De Vulgari Eloquentia* diceva «mio paese è il mondo come per i pesci il mare». E il mare non ha confini. E non ne ha nemmeno la nostra lingua, i nostri molteplici linguaggi, i nostri valori, il nostro modo di fare business, i quali, di conseguenza, non possono essere ristretti, contenuti, entro una logica puramente nazionale.

Quando parlo di italici, ormai è noto ma non sarà inutile ripeterlo, mi riferisco ai cittadini della Repubblica Italiana in Italia e 'all'estero'. Mi riferisco poi agli altri abitanti della Penisola aventi un'organizzazione politica diversa da quella della Repubblica Italiana, come gli Svizzeri del Canton Ticino; i sammarinesi; i Dalmati delle diverse Repubbliche adriatiche e i loro concittadini all'estero. A questi vanno aggiunti gli italici 'di origine', gli oriundi, gli italofoeni e gli italici che tali intendono ritenersi per quella che noi chiamiamo 'filia' verso il sistema di valori italici. Gli italici sono dunque una potenziale comunità transnazionale, o *world community* – presente, anche se in diversa misura, in ogni continente – caratterizzata da valori e da interessi sufficientemente condivisi, la cui radice storica sta certamente anche nell'emigrazione italiana nel mondo, ma che scaturisce soprattutto dal processo di ibridazione fra le diverse culture con le quali gli italiani si sono incontrati nel mondo.

Nel mio libro *Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal* io propongo agli italici una sveglia a prendere coscienza delle proprie potenzialità come ci-

vilizzazione e ad aggregarsi in una comunità globale, fondata sulla condivisione di valori, interessi ed esperienze. Sono consapevole che quella dell'italicità è una storia ancora da scrivere, ma è una storia che poggia su fondamenta solide e riguarda una comunità che è chiamata ad affermare definitivamente la sua rilevanza come attore globale. Quello di cui abbiamo bisogno è una categoria più ampia di quella che l'italianità oggi è in grado di offrire. Se vogliamo rivendicare la nostra presenza nel mondo trascendendo la dimensione della Repubblica e proponendo una dimensione incarnata da tutti coloro che condividono i nostri valori, anche se magari non la nostra cittadinanza o la nostra lingua, allora è chiaro che la categoria di italianità ci va stretta. Potremmo certamente contare di più in 250 milioni che in 60!

Il punto centrale, però, è capire quale proposta concreta, dopo la presa di consapevolezza, fare agli italici 'svegliati'. Io sono convinto che la scelta sia una sola, ossia quella di porre i molteplici linguaggi italici al servizio di una preoccupazione espansiva e non difensiva della nostra presenza nel mondo. Se la Chiesa avesse tenuto il Vangelo per sé, evitando di portarlo per il mondo, forse non esisterebbe il Cristianesimo. Nello scenario *glocal*, noi italici potremmo svolgere un ruolo egemone, se solo accettassimo il fatto che essere italiani nel mondo vuole dire 'italicizzarlo' aprirsi all'ibridazione e non ostinarsi a difendere la purezza del *Made in Italy*. È un discorso, questo, che sta trovando crescente accoglimento anche in ambienti istituzionali.

La comunità italica è una *world community* portatrice di indiscutibili valori di universalismo, gusto, socialità, urbanesimo. L'italicità, reticolare, spesso e volentieri virtuale e digitale, si sviluppa come una comunità di sentimento che si è diffusa nel mondo senza cercare mai di egemonizzarlo e che può trovare il suo ideale spazio di aggregazione nel web. È vero che nella storia dell'uomo il territorio ha svolto una funzione aggregante importantissima, ma non tutti i soggetti che hanno fatto la Storia hanno scelto il territorio fisico come loro spazio di affermazione. Cito ancora una volta la Chiesa. A nessuno verrebbe in mente di fissare una linea di confine fisica del Cristianesimo!

Riconoscersi come italici non implica, quindi, rinunciare alla propria cittadinanza e appartenenza nazionale, bensì trascenderla ed arricchirla, aggiungendo alle realtà di cui ciascuno di noi fa parte, con la sua cittadinanza, anche una seconda appartenenza, più ampia e arricchente.

Un'appartenenza, lo abbiamo detto, che si esprime attraverso molteplici linguaggi. Nel convegno odierno ci si sofferma su alcuni dei linguaggi principali (io li chiamo 'doghe' del grande 'tino' potenziale contenitore dell'italicità), ossia quello del business, del *food*, della lingua e più in generale dell'arte. Il business, nel mio libro lo dico, è proprio l'ambito nel quale per la prima volta ho scoperto l'esistenza dell'italicità, molti anni fa. Nella mia esperienza nel mondo camerale, mi sono accorto infatti che quasi tutte le Camere di commer-

cio italiane all'estero erano composte per un terzo soltanto da imprese italiane. Per un altro terzo lo erano da imprese straniere e per l'ultimo da imprese cosiddette ibride. Ecco allora da dove mi venne l'idea che ci fosse un mondo del business che fosse definibile non tanto italiano ma 'in italiano'. Un mondo che si nutrive di una certa mentalità e di un certo *savoir faire* condiviso, anche se non prettamente italiano. Un mondo che guardava di più alla carica culturale dei prodotti che trattava che non a pregiudizi di tipo nazionalistico. Un tema, questo, che si rivela oggi in tutta la sua complessità quando si parla, ad esempio, del fenomeno dell'*italian sounding*, per citare la dogma del *food*. È chiaro che, nel caso dell'*italian sounding*, il tratto distintivo non è l'italianità ma semmai l'insieme di valori ai quali prodotti come il Parmesan si ispirano. In questo senso, e chiaramente prendendo le distanze dalle contraffazioni, che sono sempre deprecabili, credo che il fenomeno dell'*italian sounding* sia da leggere positivamente. Lo stesso dicasi per la tutela della nostra lingua. Una lingua la cui forza, credo, risiede nel fatto che è una lingua che si sceglie e non si impone. Non sto dicendo che non si debbano difendere le cattedre di italiano nel mondo, o i nomi delle vie in italiano, o i menu in italiano, ma credo che si possa ottenere molto di più riuscendo a dimostrare che l'italiano ha una potenzialità espressiva, una forza interna che può superare questi limiti, piuttosto che imponendolo.

Vorrei chiudere con un auspicio. In un recente colloquio con il geografo e filosofo Franco Farinelli, egli mi ha ricordato quanto sia ardua la sfida cui ci troviamo di fronte, quando parliamo di costruire la *community* degli italici: il concetto di italico è molto impegnativo, ha detto, e non esistono, ad oggi, sfide equivalenti nel campo della ricerca sugli studi globali. Si tratta di costruire una serie di modelli del mondo attorno a più soggetti, cioè attorno a portatori di capacità di manipolazione simbolica, la cui diffusione è ubiquitaria e globale. Ecco perché, nella consapevolezza di questa sfida, auguro a iniziative come questa, che possono offrire un contributo di pensiero e di prassi per la messa in moto del processo di aggregazione degli italici, di avere il massimo successo.