

IL LIBRO. La tesi di Pietro Bassetti, per anni presidente delle Camere di commercio all'estero

«Italia, l'identità va difesa in piena globalizzazione»

Riconoscersi in una cultura è oggi una scelta volontaria, sentirsi orgogliosi delle proprie tradizioni non esclude il "sentirsi" europei

Giancarlo Corò

Quale spazio possono ancora avere le identità nazionali nell'era della globalizzazione?

In un libro agile ma intenso, Piero Bassetti - figura eminente della politica lombarda, per anni presidente delle Camere di Commercio italiane all'estero - cerca di sviluppare una risposta interessante: se non c'è dubbio che la globalizzazione sta mettendo a dura prova la sovranità degli Stati nazionali, sta tuttavia accrescendo l'importanza delle identità nazionali, intese come insieme di valori nei quali una comunità di persone decide di riconoscersi. L'identità alla quale guarda Bassetti non è quella etnica ereditata dallo *ius sanguinis*, e nemmeno quella territoriale dello *ius soli*. Si tratta, invece, di un'identità caratterizzata da due importanti aspetti che i nazionalismi, vecchi e nuovi, tendono a oscurare.

Il primo è che oggi l'identità nazionale è sempre più frutto di una scelta volontaria di per-

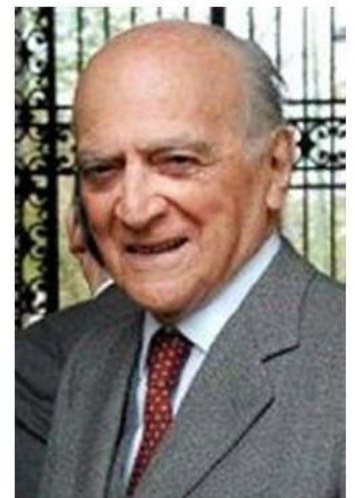
sone e imprese che aderiscono a valori, stili di vita, modelli di business che contribuiscono a costruire un futuro possibile, non solo ereditare una storia passata. Il secondo è che le identità nazionali hanno sempre più natura plurale, nel senso che le appartenenze non si escludono in base al territorio in cui si risiede, ma si possono combinare in rapporto a volontà e capacità di far convivere più dimensioni dell'esistenza. Ad esempio, possiamo sentirci orgogliosi delle nostre tradizioni cittadine, senza che questo escluda di riconoscerci come italiani ed europei.

Ma ciò vale anche per un oriundo argentino, per un newyorchese discendente di migranti italiani o per chi vive nel Canton Ticino. Lo stesso per chi essendo nato in qualsiasi altra parte al mondo ha poi deciso di vivere in Italia o è stato attratto dalla cultura, dalla storia, dal paesaggio o dalla lingua del nostro Paese.

Questo modo di guardare all'identità nazionale può avere per l'Italia conseguenze politiche ed economiche rilevanti. Infatti, se ai 60 milioni di italiani aggiungiamo gli emigrati italiani e i loro discendenti, e poi chi ha scelto l'Italia come patria o l'italiano come lingua, si superano i 250 milioni di persone. Pochi altri Paesi al mondo possono vantare un rapporto così elevato fra diaspora (gli italici nel mondo) e cittadini residenti (gli italiani



La copertina del saggio



Il politico Piero Bassetti

in patria). Ecco allora che l'esortazione del libro di Bassetti - Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal - ci induce a prendere coscienza di una potenza demografica e culturale che potrebbe portare enormi benefici. Specie in un futuro in cui il soft power delle appartenenze volontarie conterà sempre più rispetto alla flebile sovranità territoriale degli Stati nazione. Ma oltre a riconoscere il valore dell'identità italica, come possiamo governare il suo sviluppo nel mondo? Secondo Bassetti il modello dovrebbe ispirarsi al Commonwealth britannico, nel quale essere italici significa condividere valori, stili di vita, senso della bellezza e del gusto italiano. In tale prospettiva la produzione culturale e i nuovi media digitali, assieme a manifattura e cibo di qualità, dovrebbero costituire, con le reti di italiani che vivono fuori dall'Italia, i fattori di propagazione dei valori italici nel mondo. Il che deve portare a scelte coraggiose e controcorrente. Secondo Bassetti non ha senso fare una guerra

commerciale all'italian sounding - l'impiego di nomi su prodotti che richiamano il made in Italy senza esserlo, come il Parmesan - quanto sfruttare in positivo la notorietà mondiale che l'originale può ricevere dai tentativi di imitazione. Ed è inutile, se non dannoso, ostacolare la "fuga dei cervelli", quanto semmai sostenere la circolazione internazionale dei giovani talenti per favorire l'estensione della cultura e dell'economia italiana nel mondo. Affinché ciò possa avere successo è tuttavia necessario difendere e sviluppare il "codice sorgente" dell'italicità, costituito da quell'universalità culturale che, grazie alla ricca varietà di ambienti e città della penisola, nonché alle contaminazioni che hanno segnato la nostra storia, ha reso possibile accumulare uno straordinario patrimonio di arte, cultura materiale, capacità manifatturiere che il mondo ci invidia. Svegliamoci italici!

Piero Bassetti, "Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal", Marsilio, 2015. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'italianità non è solo di 60 milioni di residenti ma si estende a 250 milioni di emigrati

