

LE NUOVE IDENTITÀ CULTURALI GLOCALI: DAGLI ITALIANI AGLI ITALICI

RICCARDO GIUMELLI
*Dipartimento di culture e civiltà
University of Verona
riccardogiumelli@univr.it*

Abstract: Globalisation is constantly redefining the processes of individual and collective identity construction. We are experiencing a profound change of era. As many important sociologists have said, we are facing a change of our identity and our social relations in everyday life. Time and space are changing, proximity is our local dimension, but we are immersed in the global flows. Processes of deterritorialization and virtualisation are widespread and characteristic of this new era, profoundly different from the modern era, where territory was so strongly linked to sovereignty and citizenship. Nowadays the crisis of the idea of the modern nation state is reflected by the difficulty in keeping the same meanings to the same expressions. This creates consequences for the Italian community in the world and their changes – the fundamental theme of our research – which take on new identities and functions. In particular we face the new idea of a glocal and cultural identity called Italicity, a sort of Italic commonwealth.

Keywords: Glocalism, Nation-State, Postmodernity, Culture, Network.

DALLE IDENTITÀ DELLO STATO-NAZIONE ALLE IDENTITÀ GLOCALI

Possiamo pensare le identità collettive come qualcosa che non siano riconducibili ad una mera sovrapposizione con lo Stato-nazione? In altre parole, possiamo pensare ad identità culturali collettive transnazionali, sovranazionali o subnazionali, quindi più precisamente di natura glocale, (Robertson 1992, 1995; Bauman 2005; Appadurai 1996, 2013, et al.) in grado di avere, nel caso, più riconoscimento e valorizzazione di quella definita dagli Stati-nazione? La risposta, anche a chi non ha mai approfondito questi temi, apparirà ovvia: certamente. Tuttavia, questo non significa che si tratti di un processo spontaneo, che la consapevolezza transnazionale dell'appartenenza sia un fatto evidente solo perché siamo in un mondo connesso. Anzi c'è il problema di un'appartenenza che può nascere per affiliazione, per scelta nel mare magnum delle possibilità, dove l'uomo si fa *homo eligens* "l'uomo che sceglie, ma non che ha scelto" (Bauman 2008), e paradossalmente soggetto alla tirannia della scelta (Salecl 2011), dove la piccola comunità confor-

ISSN 2283-7949
GLOCALISM: JOURNAL OF CULTURE, POLITICS AND INNOVATION
2017, 2, DOI: 10.12893/gjcp.2017.2.7
Published online by "Globus et Locus" at www.glocalismjournal.net



Some rights reserved

ta nel non dover affrontare la scelta illimitata. Questo significa che i legami sociali hanno subito una profonda trasformazione e che quello tipico dello Stato-nazione, seppur ancora forte e riconoscibile, sta allentando la propria capacità di definizione identitaria, dando luogo ad altre forze spesso caotiche, non ordinate e dalla natura diversa. A partire da questo, qui intendiamo ripercorrere sociologicamente, nel breve spazio a disposizione, un cammino di cambiamento proponendo anche un modello idealtipico, usando un'espressione di Max Weber, in grado di raccontarci, come direbbe Edgar Morin (1962), *l'esprit du temps*.

Il racconto che va da una società caratterizzata da un ordine di tipo tradizionale ad uno nuovo, moderno, è quello su cui si basa la nascita del punto di vista sociologico. È l'applicazione del positivismo scientifico in ambito sociale attraverso un processo inevitabilmente evolutivo e di progresso così come lo intende Auguste Comte, colui che per primo definisce e conia il termine sociologia. I processi di organizzazione sociale si fanno via via più complessi e di difficile interpretazione, dovuti anche ad una percezione allargata degli orizzonti possibili, intesi come spazi di costruzione identitaria politicamente governati. È così che nel XVIII e nel XIX secolo le identità collettive si cristallizzano intorno ad un sentimento – la nazione – e in un'organizzazione politica – lo Stato di diritto – sulla base delle riflessioni e interpretazioni, tra le altre, di Montesquieu e Rousseau e delle conseguenze della pace di Vestfalia (1648), che mise fine alla guerra dei trent'anni.

Abituati a far risalire l'inizio dell'età moderna con la scoperta dell'America, dobbiamo dire che dal punto di vista politico sociale europeo quanto deciso nei quattro anni che portarono al trattato di Vestfalia segnarono un prima e un dopo, quello della nascita dello Stato moderno, senza il quale non sarebbero stati superati conflitti di natura religiosa, né sarebbe stato possibile costruire un sistema di relazioni internazionale europeo (Schiera 2000). Nasce una nuova fase istituzionale sulle rovine degli universalismi dell'Impero e del Papato, un nuovo ordine creato dal pluralismo degli Stati nazionali, territoriali e sovrani. È il tema determinante della sovranità esercitata internamente nel territorio amministrato, nei confronti dei propri cittadini; ma anche verso l'esterno, attraverso l'idea di un'indipendenza internazionale, stabilendo che nessuno Stato può immischiarsi negli affari interni di un altro. La sovranità nazionale si definisce quale *suprema potestas superiore non recognoscens*, non riconoscendo valore giuridico a soggetti

esterni al territorio controllato. Distingue pertanto quello che è un sistema politico di Stato da quello locale di famiglie, clan, tribù, comunità che al primo devono essere sottomesse. Sepur il tema della legittimazione dello Stato diventi fondamentale si tratta di Stati territoriali – efficiente mescolanza di “terra” e “potere” – grazie ad un crescente sviluppo e acquisizione di nuove capacità tecniche di ordine interno (polizia, ragion di stato, mercantilismo) e di relazione con l'esterno (diritto internazionale, definizione di pace e guerra).

Si tratta dello spirito repubblicano che contraddistingue i principi della Rivoluzione Francese, che prevedono l'originarietà del potere, nel senso che non discende né da concessioni divine, né monarchiche per eredità familiare. Lo Stato-nazione è quindi una sorta di costruzione artificiale, una “comunità immaginata” come la chiamerà Benedict Anderson (1982), e autoreferenziale del potere sovrano. La concezione razionalista istituzionale post-rivoluzionaria si sposa poi con l'intraprendenza, in particolar modo, della corrente positivista, che progressivamente secolarizza la società, scalzando i determinismi teologici. La scienza, attraverso il metodo scientifico infallibile, diventa paradigma di riferimento, come nel caso di Comte e del suo approccio sociologico.

Il discorso sociologico passa poi, rimanendo nella scuola francese, a Durkheim; ma anche da Spencer a Weber, da Tonnies a Marx e Simmel, ecc. È il passaggio che muove da identità fortemente localizzate ad altre caratterizzate nazionalmente.

È tuttavia, nei termini durkheimiani, che tale passaggio si chiarisce verso una nuova forma di solidarietà, detta organica. L'industrializzazione di massa, la concezione del progresso dell'attività umana diventano i motori della modernizzazione e pertanto i legami sociali mutano. Non più forme di solidarietà costituite da elementi, più o meno, simili ed egualmente sottoposti a poteri superiori, ma attori sociali via via sempre più differenti, divisi dalla collocazione nel nuovo mondo del lavoro. La divisione e la specializzazione delle mansioni lavorative, tipiche poi del sistema *fordista* e *taylorista*, determinano le differenze della modernità. Il sistema sociale si fa più complesso, ognuno vi svolge ruoli specifici in relazione a quelli degli altri. Ossia, la modernità costruisce equilibri di convivenza più ampi di quelli previsti da forme di solidarietà meccanica, automatica perché i ruoli sociali sono sempre gli stessi nel corso del tempo. Ogni individuo si specializza ma per il proprio benessere necessita di un numero sempre maggiore di altri indi-

vidui specializzati in altri settori. La divisione del lavoro impone forme di società allargate. Esse vengono definite masse, tipiche della modernità, si contraddistinguono per un aumento voluminoso di scambi sociali, economici, culturali e dall'anomia dei singoli individui, dalla spersonalizzazione dei rapporti, dalla distanza dell'uno dall'altro. Tutto questo per dire che le vecchie forme tradizionali della gestione del potere vengono a sbriciolarsi. Sono necessarie nuove istituzioni: un potere ampio che trascenda il loco, che sappia essere moderno, democratico, centralizzato, autonomo; che si fondi sul consenso delle masse e che soprattutto sappia dare loro appartenenza. Allo stesso modo questa nuova concezione del potere deve riconoscere i nuovi individui moderni, nuovi cittadini, consapevoli della loro unicità ma che vivono la nuova appartenenza all'interno di una visione più impersonale e contrattualistica. L'uomo moderno, nelle parole del sociologo tedesco Simmel (1995), è come le cifre delle casseforti, composto da elementi simili ma che insieme e mescolati formano una precisa e inconfondibile combinazione. Scrive a tal proposito Tonnies (2002): "La teoria della società riguarda una costruzione artificiale, un aggregato di esseri umani che solo superficialmente assomiglia alla comunità, nella misura in cui anche in essa gli individui vivono pacificamente gli uni accanto agli altri. Però, mentre nella comunità essi restano essenzialmente uniti nonostante i fattori che li separano, nella società restano essenzialmente separati nonostante i fattori che li uniscono". La gestione di quei fattori appartiene allo Stato-nazione. Si tratta del grande monopolio centralizzato, non più disgregato localmente in unità territoriali piccole come nel periodo feudatario, ma come strumento dell'intera società in cui le funzioni sono suddivise. Questo potere si definisce e si autoalimenta, innanzitutto, attraverso il monopolio della violenza, le istituzioni che crea e le forme di legittimazione come grado di riconoscimento dei propri cittadini (Castells 2009). L'organo centrale è lo Stato, che assume il ruolo di coordinamento e regolamentazione di tutto il complesso dei processi.

L'apparato politico nazionale, allora, prende in carico il compito, attraverso gli strumenti di socializzazione che gli sono propri (la scuola, la leva, la cittadinanza, il lavoro, ecc.) di ricollocare l'individuo ed i gruppi all'interno di un noi più allargato ma che non sempre appare chiaro, almeno per i singoli, a causa dei processi impersonali delle società con questo tipo di ordine. Essi, gli individui, possono percepirsi distanti, sconosciuti, diversi e irraggiungibili. Lo Stato, in termini so-

ciologici, guida la missione funzionalista della società. Come un organo, ogni settore sociale concorre a far sopravvivere il corpo nel suo complesso.

In ogni caso, stabilizzatosi nel corso del XVIII e del XIX secolo, il paradigma dello Stato-nazione diviene universale, dà senso ad ogni forma di costruzione identitaria collettiva che in esso si riconosce. È per questo che, seppur concepito in Europa, lo Stato diventa un modello esportabile, accolto, con tutte le differenze del caso, ovunque nel globo.

Tuttavia la globalizzazione continua il suo gioco. Essa, sappiamo bene, non è un fatto né una situazione aprioristica, ma un processo. È normale pensare che la scoperta del nuovo mondo determini una percezione più ampia dell'orizzonte identitario umano rispetto alla limitatezza dei confini delle colonne d'Ercole. E se intendiamo questo processo come apertura e connessione, che non significa necessariamente disponibilità e cooperazione, ma anche conflitto e guerre, lo stesso trattato vestfaliano può essere inquadrato come una tappa di un processo di allargamento degli orizzonti cognitivi ed identitari. La globalizzazione nella sua progressione subisce rallentamenti e accelerazioni. Sembra irrompere sulla scena con la prima e, soprattutto, con la seconda guerra mondiale, per non parlare delle tensioni della guerra fredda. Si moltiplicano gli studi e le analisi scientifiche insieme a quelle giornalistiche e mediatiche. L'11 settembre ci "sbatte in faccia" la globalizzazione. Sembra dirci che non è più un fatto elitario ma di tutti, perché chiunque poteva trovarsi in quel momento in quel posto. Ognuno di noi, vittima del massacro, andava bene per lanciare un messaggio all'America e al mondo. L'accelerazione si verifica quindi con la globalizzazione dei mezzi di comunicazione di massa, come già tutta la scuola di Chicago aveva discusso (Innis 2008; McLuhan 1967 e al.) e dei nuovi media che trovano ampi spazi e audience allargate alle quali offrire i propri prodotti: social network, comunicazioni in mobilità, connessione continua. In tutto questo il capitalismo sente di non avere grandi ostacoli alle proprie dinamiche: non la Cina, non le autocrazie, non le democrazie instabili. È la globalizzazione dei prodotti ma anche dei simboli, delle culture, delle idee che travalicano confini mobili. Ma non solo, è la globalizzazione delle grandi emigrazioni di massa, dal Sud del mondo verso il Nord, l'Europa e gli Stati Uniti, e del turismo dalle dimensioni straordinarie, un via via facilitato da trasporti aerei e ferroviari sempre più efficienti.

La globalizzazione non è il fenomeno che molti intendono, almeno inizialmente, come quello dell'omogeneizzazione globale; definito Macdonaldizzazione (Ritzer 1997) oppure globalismo (Beck 1999). Al contrario, è un processo discontinuo, polivalente, difficilmente controllabile, discontinuo, mutevole. Il tema dell'omogeneizzazione culturale ha destato una percezione diffusa di un potere calato dall'alto, specie delle multinazionali (Klein 2000) tanto da creare delle forme di resistenze a livello localistico. Preservare l'unicità e l'identità del luogo diventa una prerogativa, negli anni '90, di molte attività culturali ma soprattutto politiche e amministrative. Si chiudono, metaforicamente o meno, le porte ai flussi globali perché portano quel disordine, destabilizzano ordini e comportamenti acquisiti nel tempo. È proprio qui, nel rapporto tra locale e globale, che si crea un attrito in grado di evidenziare la trasformazione in atto. Alla prospettiva pessimista se ne aggiunge una positiva che ha cercato di integrare in modo funzionale locale e globale, come due tensioni inesorabili, compresenti, in continua interazione. Fu Roland Robertson a coniare il termine di glocalismo, alla metà degli anni '90 del secolo scorso. L'idea era quella che le due situazioni non fossero in contrasto tra loro ma che potessero, al contrario, cooperare insieme. Si tratta, piuttosto, di farle lavorare bene. Tuttavia, noi sappiamo che questo è un lavoro dispendioso. La difficoltà nasce dal fatto che è difficile mantenere il controllo su questi flussi. È impossibile governarli perché si muovono ad una velocità straordinaria, sono quantitativamente incalcolabili, non tutti sono accessibili, verificabili, sono di difficile interpretazione ma soprattutto pongono il problema di chi deve assumersene la responsabilità e l'autorità, e di come legittimare tale autorità (Ornaghi 2017).

Il tema della globalizzazione, della decostruzione del paradigma dello Stato-nazione (Spivak, Butler 2007; Reinhard 2010) e di una sua ridefinizione a favore di altre istituzioni *sovrane, sub e paranazionali* si incrociano con i processi di natura socioculturale della *deterritorializzazione* e della *virtualizzazione*. Si creano problemi di organizzazione delle competenze istituzionali sul controllo dei processi globali perché è cognitivamente impensabile delegarle ad un ente che non abbia gli Stati-nazione come corpus promotore. Ma soprattutto si definisce la globalizzazione come un fenomeno culturale (Tomlinson 2001) dettato da un sistema di *connettività complessa*.

Deterritorializzazione e virtualizzazione dei processi pongono il problema dell'organizzazione delle competenze (istitu-

zionali, economiche, culturali) nei processi globali. I flussi in andata e ritorno dal locale al globale non sono più solo motivati da fenomeni di radicamento e migrazione in un paese estero, ma sono sempre più connotati dal concetto di mobilità, che valorizza pertanto alcuni fattori collegati alla globalizzazione.

La globalizzazione diventa pertanto un *asset* da personalizzare e “localizzare” con degli strumenti e degli elementi che vengono ridefiniti dalle comunità locali. La condivisione di questi elementi definisce la comunità, ma non la rende statica. Questo è il vero e più profondo aspetto della globalizzazione: l'appartenenza dinamica.

E per alcuni la cartina geografica politica non è più la stessa. Thomas L. Friedman sostiene che *Il mondo è piatto* (2005). Con questa espressione l'economista ha indicato un mondo senza barriere, dove ogni luogo e informazione è facilmente raggiungibile, a disposizione di chiunque. Una piattezza che sembra creare corridoi fluidi di incontro, opportunità, novità. Un vento che soffia senza ostacoli. Eppure quello stesso vento si incontra con altri, dando origine a correnti travolgenti difficilmente controllabili. Si tratta di nuove zone di incroci, frontiere di un mondo che potrà anche sembrare, nell'efficace similitudine di Friedman, piatto, ma capace, nel medesimo tempo, di generare situazioni ambigue, di difficile identificazione. Situazioni ibride che rimettono in gioco le nostre coordinate abituali d'interpretazione del reale. Scaturiscono improvvisamente dalla vita quotidiana, non dai laboratori o dagli esperimenti indotti. Si cristallizzano in un prodotto, in un pensiero, in un comportamento, in un volto, nell'architettura di un luogo, nelle parole. Per altri come Parag Khanna (2016) la mappatura che abbiamo imparato fin dai primi anni di scuola con gli Stati colorati, i confini tracciati da linee nere, come un grande puzzle, non è più in grado di raccontarci il mondo così come lo viviamo. Khanna decostruisce l'idea che “la geografia sia un destino”. È l'idea di un futuro già scritto, determinato dalle condizioni ambientali e territoriali che contraddistinguono un singolo o un gruppo determinati:

“La geografia è un destino” è una massima ben nota in tutto il mondo – scrive Khanna – Peccato che stia diventando obsoleta. Argomenti vecchi di secoli su come clima e cultura condannino alcune società al fallimento, o su come le piccole nazioni siano destinate a essere intrappolate e soggette ai capricci di quelle grandi, si stanno ribaltando. Grazie ai trasporti, alle comunicazioni e alle infrastruttu-

re energetiche globali-autostrade, ferrovie, aeroporti, pipeline, reti elettriche, connessioni Internet e tanto altro, il futuro ci riserva una nuova massima: “La connettività è destino”.

Il paradigma è cambiato. Dobbiamo rendercene conto. Stiamo costruendo un nuovo ordine mondiale. Il percorso si muove da una struttura territoriale ad una relazionale caratterizzata dalla connettività. Nello specifico l'autore definisce il passaggio da un'organizzazione del mondo secondo lo spazio politico (cioè l'idea di come suddividiamo il mondo) ad un'organizzazione di tipo funzionale (cioè nel modo in cui lo usiamo attraverso connessioni). Stiamo passando dalla geografia politica a quella funzionale dei processi di scambio commerciali, comunicativi, simbolici, di persone, finanziari, architettonici, ingegneristici. È un mondo che assomiglia sempre più ad un social network con i suoi difetti e pregi. È l'età della Iperglobalizzazione.

Stiamo entrando in una nuova epoca dove tutto è da giocare, sostiene Khanna: “ci stiamo muovendo verso un'era in cui le città avranno più peso degli Stati e le supply chain costituiranno una fonte di potere più importante delle forze armate – il cui obiettivo principale, del resto, sarà sempre più proteggere quelle anziché le frontiere. La competizione per la connettività sarà la corsa agli armamenti del XXI secolo”, dove il tempo presente viene definito come neomedioevalismo, in quanto gli Stati nazioni perdono parte del loro potere a favore di altri attori sociali: aziende, società civile, ma soprattutto le nuove *megacities*, grandi agglomerati urbani in relazione con altri nel mondo.

Lo avvertiamo poi nel passaggio ormai sempre più evidente dalle *comunità territoriali* alle *comunità relazionali* (Grissold 2005). Le identità collettive si slegano dal territorio e assumono significato nella relazione, legate da reti di comunicazione globale, amicizia sostegno reciproco, in grado di creare nuove appartenenze indipendentemente dal territorio dove si risiede. Sono comunità nelle quali si entra per affiliazione, per scelta, non per destino.

Non è il territorio, inteso come lo Stato nazione nel quale si nasce e definisce la nostra cittadinanza, indipendentemente dalla nostra volontà, ma la partecipazione attiva nelle reti verso le quali sentiamo appartenenza e riconoscimento.

Un tempo la rete relazionale si sovrapponeva a quella territoriale. Esse rappresentavano un tutt'uno. In questo senso territorio e relazioni sociali raccontavano una stessa identità,

quella di un popolo in uno Stato-nazione, ben compresa dal funzionalismo di Durkheim. Oggi c'è sempre meno identità tra le comunità relazionali e quelle territoriali. Esse stanno procedendo verso la disgiunzione. Lo strumento sono ovviamente i social network che permettono la disaggregazione del territorio, o meglio non ne fanno il fattore determinante, a favore di nuove forme di aggregazione dettate dall'interesse e il sentimento comune.

In questo senso lo Stato-nazione perde la sua forza di collante. "Una comunità può essere tenuta insieme dalla geografia o da legami di network, ma i membri di entrambi i tipi di comunità sono uniti dalla cultura", scrive la stessa Griswold (2005).

Stiamo riaggiustando il tiro sui processi di riflessività contemporanea (Giddens 2001) in termini relazionali. Una *riflessività relazionale* (Paccagnella 2016) che diventa tale nella costruzione identitaria del sé attraverso forme di autorappresentazione ed eterorappresentazione e non tanto o solo, come lo è stato per gran parte della modernità, una pratica individuale (Boccia Artieri 2012).

Questa appartenenza ha come sue prerogative di non definirsi più sul concetto di identità, in cui l'individuazione, l'imitazione e l'interiorizzazione di elementi costitutivi sono definiti per creare l'appartenenza a una entità collettiva definita come "noi" (famiglia, patria, gruppo di pari, comunità locale, nazione fino ad arrivare al limite all'intera umanità) in senso esclusivo. Le entità collettive che si creano, non aggregano più una polis ma si sommano e polarizzano verso comunità a tema. Nelle comunità a tema una delle cose che certamente ne possono garantire l'emersione e la sopravvivenza sono il metodo, le tecniche e relativi ruoli del lavoro sulla comunità. Essendo attività di *community building* sempre più artificiali, sia nell'attivazione dei processi che negli esiti, la questione della *governance* assume un aspetto centrale.

Riassumendo, il glocalismo può, allora, diventare una risorsa perché è un bacino di opportunità infinite: di relazioni, business, conoscenza. È il riflesso di una condizione nella quale vivere. Si vive la tensione del quotidiano su base regionale o urbana interagendo, al tempo stesso, con quanto accade a livello più globale. *Act locally, think globally* è un motto diffuso che ben sintetizza quanto descritto. Agire localmente ma al tempo stesso ascoltare, riflettere e porsi come attore a livello globale.

EMERGE L'ITALICITÀ

La globalizzazione ridefinisce ogni forma di identità collettiva, *in primis* e soprattutto quella degli Stati-nazione, protagonisti assoluti dell'era moderna, ma che in quella postmoderna vanno via via destrutturandosi. Visto l'insieme di flussi globali spesso incontrollabili, capaci di determinare identità, dovremmo chiederci cos'altro ci sia di così determinante.

A nostro avviso nei processi di socializzazione ciò che più conta è la cultura. Essa è, nella definizione di Peterson (1979), composta da valori, norme, credenze e simboli espressivi. È, quindi, *forma mentis*, visione delle cose del mondo, attitudine verso la realtà, *modus operandi*, sensibilità e comportamento che contraddistingue. La cultura come *way of living*. Ma questo *way of living*, in tempi di globalizzazione, non può essere prerogativa di un popolo dentro il suo stato. Esso si muove per tutto il globo. È un processo dinamico e continuo.

Se i nostri oggetti di analisi sono l'identità e la cultura italiana e il quadro di riferimento è questo, noi possiamo pensare ad un paradigma in grado di andare oltre la suddivisione identitaria creata dallo Stato-nazione, ma che corrisponda a forme di appartenenza generate da comportamenti, visione del mondo, valori condivisi, che nascono da una comune cultura di riferimento, seppur sfaccettata. Quindi, non più italianità e basta. Non più e solo gli italiani d'Italia. Ma un mondo che tenga conto anche di chi è portatore della cultura italiana fuori dai confini. Possiamo, quindi, riflettere su un paradigma in grado di ricomprenderli globalmente: non più italiani o italiani all'estero ma tutti *Italici*, secondo le linee di pensiero tracciate da Piero Bassetti (2015, 2008). È l'*Italicità*, il nuovo paradigma (d'Aquino 2014; Giumelli 2010), il nuovo sguardo che rimette tutto insieme, ma che al contempo distingue perché esistono gli italici del Venezuela, ma poi anche quelli, per esempio, di Caracas e quelli di Maracaibo, quelli dell'Argentina, quelli della Francia e poi quelli di Parigi e quelli di Nizza, ecc. Gli italici e l'identità italica si contraddistinguono innanzitutto culturalmente, perché, è necessario ricordarlo, l'identità nazionale non coincide necessariamente con quella culturale. Quella culturale la trascende, i suoi confini non sono certi.

Il termine *Italicità*, ci racconta questo cambiamento. Esso implica un'idea che tiene in considerazione non solo, ovviamente, gli italiani d'Italia e i residenti all'estero ma anche gli oriundi; gli italiani d'Istria, del Ticino, di Malta; gli italofigli (cioè coloro che con la cultura italica hanno a che fare e ne so-

no stati o ne vengono socializzati) per non parlare poi degli immigrati in Italia, che cominciano ad agire e pensare italicamente. Si tratta di una sorta di *Commonwealth*, però non delle nazioni, ma di persone che riconoscono una cultura condivisa, condivisibile e mescolabile, dove si mescolano senso di appartenenza e, come dice il termine, benessere comune. Si ritiene che nel mondo esista una *community* di 250.000.000 di italici, che spesso, seppur agendo localmente, fanno e potrebbero ancor più fare rete tra loro, piuttosto che con l'Italia, attraverso un'infinita serie di siti internet, che rappresentano associazioni di italiani all'estero, spesso divisi per zona di provenienza o di arrivo.

Gli italici fuori dai confini nazionali hanno ben altra consapevolezza della cultura italice. Ma cosa intendiamo con questo? Il processo di ibridazione, caratteristico di ogni fenomeno di mobilità, si riconosce in tutta quella serie di comportamenti e simboli, nel nostro caso italici, che incrociano forme di appartenenza diverse: dalla gastronomia alla lingua parlata, dall'organizzazione di eventi alle attività di istituzioni di associazioni locali, regionali dalle origini italiane. Avviene, in altre parole in un *Habitus*, per dirla alla Bourdieu, caratterizzato da una forte mobilità delle persone, delle relazioni e dei simboli in un contesto glocale. I processi di socializzazione all'identità culturale avvengono non tanto e solo in ambiti idealtipicamente definiti (le istituzioni moderne), ma attraverso agenzie dove prevale la riflessività relazionale (Giddens 1995). Vivono un comune sentire attraverso un particolare percorso di socializzazione, quello che Beck (2005) definisce l'*e...e* identitario del cosmopolitismo metodologico, piuttosto che l'*o...o* tipico del nazionalismo metodologico. Si tratta di una socializzazione sotto la lente delle sempre più diffuse sociologie relazionali. Sintetizzando, essa nasce in un contesto di reti migratorie (Massey 1988; Ambrosini 2006), dove si incontrano una dimensione *micro*, quella del singolo (i rapporti personali familiari e amicali), con una *macro* (la rete), definita originariamente come etnica, e che noi sostituiamo con culturale. In questo "gioco" tra le due dimensioni, alla quale si affianca quella interculturale, si definiscono nuovi processi di socializzazione che alimentano, a loro volta, progetti di associazionismo socializzanti, in quanto le reti diventano dei veri e propri "ponti sociali" tra luoghi diversi (Portes 1995). Tutto incisivamente e sinteticamente descritto nella spesso citata affermazione "gli individui non emigrano, i network sì" (Tilly 1990: 84). Il problema, o forse il bello di questo discorso, è che i network non

sono più gli Stati-nazione, ma le civiltà che si caratterizzano per una non chiara sovrapposizione territoriale e una socializzazione orizzontale (*bottom up*) piuttosto che verticale (*top down*). Gli italici riconoscono l'esistenza di un problema identitario, che si crea nell'ibridazione, anche se con caratteristiche differenti secondo luogo, modalità di integrazione o assimilazione e periodo storico dell'emigrazione.

Il paradigma italico, che si basa sull'idea di network, non comprende solo gli oriundi o coloro che lasciano l'Italia per la prima volta, ma anche quelli che vengono socializzati dalla rete culturale italica senza avere un goccia di sangue italiano. Per questo sosteniamo che italici si può diventare per affiliazione, pur non avendo la nazionalità italiana. Si tratta degli italo-fili, coloro che si espongono, volontariamente, o vengono esposti, involontariamente¹, alla socializzazione italica.

Lo fanno perché consumano² prodotti italiani e/o italici, oppure vivono esperienze italiane e/o italiche. Si può, ad esempio amare gli spaghetti alla carbonara (italiani) e gli spaghetti con le *meatballs* (italici). Si può vivere una meravigliosa esperienza in gondola a Venezia e, sempre in gondola, nei canali di Fort Lauderdale in Florida. Il prodotto e l'esperienza italici identificano una presenza culturale al di là dei confini italiani. Per capire meglio riportiamo questo esempio significativo. Una volta una signora di Montreal, durante un convegno organizzato da Globus et Locus e dalla Fondazione IULM, disse: «mi vesto italiano, ho una casa ricca di arredamenti italiani, ma non parlo italiano. Posso ritenermi italiana o no?». La risposta è stata ovviamente che non era italiana, ma italica. Allo stesso tempo un collega francese, ascoltando la frase «vesto francese, ho cultura francese, mangio francese ma non parlo francese» avrebbe risposto «lei non è francese» e a nessuno sarebbe venuto in mente di fare la differenza tra francese e “franco” o “franciliano”³. È questo il percorso culturale e di socializzazione che ci interessa e che costruisce appartenenza e senso d'identità.

Questa situazione emerge ancora più chiaramente nella partecipazione di italo-fili a gruppi sui *social network*, dei più vari tipi (gastronomici, sportivi, turismo, arte, lingua, ecc.) cioè la virtualizzazione dei network di cui abbiamo accennato. Essi raggiungono, già quantitativamente un numero molto importante, che può aumentare. Basta scorrere le pagine di un gruppo facebook come Italicos⁴ e leggere i commenti per comprendere quanto andiamo dicendo: “Io non sono discendente di italiani pero come amo e mi piace il loro paese. Un

giorno vorrei conoscere tutta la penisola italiana. Mi sento italiana”⁵. E non è il solo esempio. Si continua: “Amo l’Italia senza essere italiana. Mi identifico pienamente con la sua cultura e la sua gente”. “Mi sento italiana per tutta la cultura e la storia che l’Italia ha apportato, con i suoi costumi, la sua immigrazione in Argentina, la sua musica, i suoi sapori e l’allegria de tutti i *tanos*, come diciamo qui. Sono innamorata di Firenze, ma anche di tutta l’arte e storia italiana. Se sento l’Italia come parte della mia vita, allora sono italiana”. E si potrebbe continuare. Tuttavia, l’*Italicità* necessita di essere palesata, tratta fuori. In altre parole, c’è bisogno di un lavoro di consapevolezza diffusa in grado di renderla un potenziale da utilizzare per i più svariati scopi: business, scambi culturali, relazioni interpersonali, tradizione e innovazione, possibilità di lavoro, informazioni pratiche ecc. Per questo divengono necessarie delle forme di *Italpolicies*⁶ in grado di dirigere il processo di sveglia (Bassetti 2015) e consapevolezza italiana. Capitale politico e culturale insieme a segnare il cammino della *governance* globale, in altre parole una *governance* delle civiltazioni. Consapevoli del lato storico e rivoluzionario della proposta, ma senza velleità di provocazione o di critica fine a se stessa, ipotizziamo, quindi, uno spostamento da un paradigma internazionale a uno *intercivitas*, sulla base delle intuizioni di S. Huntington (1996), che modificherebbe, ad esempio, l’essenza stessa dell’ONU: da organizzazione delle nazioni unite a organizzazione delle civiltazioni unite (OCU). Non si tratta di una proposta avanguardista ma di un riconoscimento fenomenologico dei processi in atto.

Dovrebbe essere chiaro a tutti che l’approccio ermeneutico al tema dell’italicità è quello, più astrattamente parlando, della rete (Castells 2009; Di Nicola 2015), fatto di nodi in grado di dare il loro apporto in relazione con altri. La rete, in senso più astratto, è la situazione che contraddistingue questi processi. Lo stesso sociologo spagnolo Castells (2009) sostiene perentoriamente che “noi siamo reti in connessione con un mondo di reti”. L’unità è la rete, non il nodo. I nodi, le cui funzioni dipendono dal sistema più complesso attraverso il quale agisce la rete e soprattutto dalla capacità di dare il proprio contributo all’efficienza della rete, non sono centri autonomi ma assumono la funzione di nodi proprio perché in relazione con gli altri.

I confini di un paese non sono mai quelli tracciati da una frontiera o da una linea su una carta geografica, ma quelli dove giungono la sua cultura e gli uomini e donne che lo rappresen-

tano. Con parole simili la Società Dante Alighieri, promotrice della lingua italiana nel mondo, proiettava, presso l'archivio di Stato di Torino in occasione del suo ottantesimo congresso internazionale, la seguente frase: "là dove arriva la sua cultura, ecco i veri confini di un Paese".

Questo percorso ci porta, quindi, ad identificare l'identità italica come culturalmente determinata attraverso un processo che nasce dal sentirsi parte di una comunità, o meglio civilizzazione, piuttosto che un'altra, o ancor più di percepire l'incontro di diverse appartenenze, quello che i sociologi, e non solo, definiscono diffusamente *pluriappartenenza*. Non c'è bisogno di studi approfonditi, di analisi sociologiche minuziose per comprendere come questa identità si fonda sul riconoscimento di un comune sentire. Basta chiedere ai singoli individui che vivono tra culture: "Da dove vieni?", per capire che la risposta sta diventando complessa. Non è più identificabile oggettivamente ma necessita di una riflessione individuale, di una scelta del singolo nel suo percorso di socializzazione. Ed è per questo che nella maggior parte dei casi dirà: "Io mi sento..." e non tanto "Io sono di...".

L'identità italica, come abbiamo avuto modo di scrivere in altre occasioni (Giumelli 2010) si avvale di due dimensioni che la contraddistinguono: una lunga memoria nel tempo attraverso un processo di sedimentazione costante, per quel che concerne la costruzione dell'identità collettiva nella penisola italica, che non può essere ridimensionato ad un fatto prettamente burocratico di cittadinanza. In altre parole, la storia del paese, e del suo diventare Italia, non può nascondere sotto la facciata politico-istituzionale il particolare tessuto culturale che ha contraddistinto questa porzione di terra. L'altro elemento determinante è la grande presenza globale di cultura italiana e italiani nel mondo, dovuto alle grandi emigrazioni di massa ma anche a precedenti mobilità elitarie. In altre parole una struttura culturale ibrida delle sue diverse componenti, nei luoghi più diversi: in Argentina, negli Stati Uniti o in Francia, danno luogo a identità formatesi all'incrocio di nuove traiettorie culturali. Appunto, un'identità italica, che si deve avvalere anche di una sua definizione linguistica nuova, per avvalorare la sua distinzione.

Ecco perché, volendo applicare una terminologia presa a prestito dall'ambito del marketing, di cui esiste un'importante e densa letteratura, gli italici, come i prodotti, non hanno tanto una *country of origin* (CoO) ma innanzitutto una *Cultural origin* (CO). Molti oriundi sparsi nel mondo, in seguito alla gran-

de emigrazione post-unitaria, condividono più che l'Italia come spazio fisico, che forse alcuni di loro non hanno visto o più rivisto, una cultura che è stata tramandata e risocializzata attraverso processi di rilocalizzazione e indigenizzazione (Appadurai 1996) della stessa, generando situazioni particolari e nuove.

L'identità italica si rappresenta come un oltre. Oltre l'idea dalla natura più definita internazionale nella quale puoi essere identificato solo come appartenente ad uno Stato, tramite una carta di identità. Oltre l'idea diffusa di essere considerato l'italiano nel paese di arrivo, e l'argentino o l'americano in Italia. Oltre il trattino che separa, italo-americano, italo-canadese. Ed anche oltre la definizione senza trattino, sempre ad evidenziare due mondi come parti contrapposte che non si incastrano, si integrano ma si bloccano in una giustapposizione di parole. Un po' e un po' e forse niente. L'italicità è oltre ma è già una realtà non solo di riflessione ma con iniziative che si stanno attivando nel mondo: start up (italicos.com), giornali on line (La Voce di New York)⁷, gruppi sui Social (Italici, Italicos, e tanti altri), eventi (Paseo Italicos)⁸, dibattiti, incontri, seminari che sono facilmente rintracciabili on line, a partire prima di tutto dal grande lavoro svolto dall'Associazione di Globus et Locus e del suo presidente Piero Bassetti.

L'italicità è quindi, dal lato teorico, un possibile modello, un paradigma di riferimento nel riconoscimento delle nuove identità globali. Ma dal lato pratico è un *working progress*. La si comprende, facendola, stimolandola, raccogliendola in tutta quelle enorme serie di situazioni che la creano spontaneamente.

In questi anni di lavoro e di ricerca sul paradigma italico non sono mancate difficoltà, ambiguità e ostacoli, a partire dall'accettazione dell'espressione *italicità*. Quello che ci è sembrato più evidente è stato, ed è tuttora, una sorta di scetticismo proveniente anche da chi avrebbe tutto da guadagnarci. Il riferimento è alla politica e alle imprese italiane. Sappiamo bene che gli italici hanno una forza, perlomeno quantitativa, assolutamente più considerevole di quella degli italiani in *strictu senso*, che potrebbero trarre giovamento, soprattutto in un'idea di business, da una rinnovata connessione e reciproco riconoscimento. Il problema è che le istituzioni e le stesse imprese mostrano una difficoltà a ricollocare questi nuovi fenomeni all'interno delle competenze relative ai loro ruoli. In altre parole, lo scetticismo è alimentato da una sorta di timore di perdita di identità del ruolo e dei relativi pregi che porta a una ulteriore rigidità di comportamenti. Le istituzioni politiche, a

parte quei parlamentari eletti all'estero che hanno riconosciuto l'humus culturale italico dal quale provengono e soprattutto l'attuale Presidente della Repubblica Sergio Mattarella (2017) che ha usato in varie occasioni l'espressione *italicità*, hanno mostrato una certa indifferenza, non tanto nella volontà di ascolto e di dialogo, ma sui successivi passi concreti da intraprendere. D'altra parte discutono con un mondo che le delegittima, o meglio oltrepassa le fondamenta dello Stato sulle quali risiede il proprio potere. In questi anni sono stati molti i confronti e i momenti di discussione che, purtroppo, non hanno portato a reali attività o investimenti. Anche nell'ambito delle imprese, ad esempio nella promozione del Made in Italy (Giumelli 2016), prevale un'idea conflittuale e di ostilità con tutto quello che non viene prodotto nel territorio italiano ma che si richiama all'Italia, il cosiddetto *italian sounding*. Consapevoli di tutti i casi di frode e falsi che riguardano i prodotti, l'eccesso di attenzione alla territorializzazione, che si traduce in richieste di barriere e protezionismi, ostacola una vera consapevolezza della complessità della produzione transnazionale di quelli che oggi vengono definiti "prodotti ibridi" (Han e Terpstra 1988; Hamzaoui e Merunka 2006). Senza scendere nei particolari di questo specifico tema, evidenziamo la difficoltà delle attuali istituzioni politiche ed economiche a trascendere la dimensione territoriale che caratterizza il loro ruolo definito dai processi tipici della modernità.

L'italicità ha la difficoltà, proprio per la sua dimensione aterritoriale, o perlomeno transterritoriale, di potersi chiaramente identificare con delle istituzioni tangibili, come nel caso dello Stato-nazione che detiene il potere della cittadinanza. Questo perché l'italicità viaggia glocalmente oltre il senso del luogo (Meyrowitz 1993) e si configura più distintivamente come un processo 2.0. L'italicità è rete.

Il tema sembra sposarsi spontaneamente con quanto sostenuto recentemente da Mark Zuckerberg in quello che può essere considerato un suo manifesto sul mondo del futuro e che sottolineiamo con una frase, che andando a chiudere, condensa il contesto nel quale inseriamo questo testo: "Progress now requires humanity coming together not just as cities or nations, but also as a global community. This is especially important right now. Facebook stands for bringing us closer together and building a global community".

NOTE

¹ Con “volontariamente” e “involontariamente” ci riferiamo a due forme di socializzazione differenti. La prima è una socializzazione di secondo grado, riflessiva, caratterizzata, nell’individuo maturo, dalla scelta di “lasciarsi” socializzare da una cultura che piace, che si ama, che si desidera. La seconda, definita primaria e involontaria, è caratterizzata da processi di minore o assenza di riflessività individuale e di scelta, perché le agenzie di socializzazione primarie, come la famiglia, la scuola, i pari trasmettono quegli elementi culturali contestuali e di riferimento (valori, norme, credenze) che non possono non essere appresi per vivere in società. Spesso la socializzazione primaria riguarda i minori o comunque fino a gran parte dell’infanzia.

² Il consumo, come ci ha mostrato Baudrillard (1974), è una dimensione identitaria, di appartenenza e relazionale piuttosto che legata al valore d’uso. In altre parole il consumo è un processo postmoderno di socializzazione.

³ Atti del Seminario, Glocalismo e lingua italiana: sfide e prospettive. Non l’italiano degli italiani, ma l’italiano degli “italici”, Università IULM, Milano, 6 luglio 2006.

⁴ Si tratta del gruppo di italici presente su Facebook più numeroso al mondo, con quasi 128000 utenti nel momento in cui si scrive: <https://www.facebook.com/italicosenelmundo/>

⁵ Nostra traduzione dallo spagnolo.

⁶ Questo termine lo riporto come utilizzato da Piero Bassetti (2017) durante una delle nostre diverse conversazioni sul tema.

⁷ www.lavocedinyork.com

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=0O98VSNko4Q>

BIBLIOGRAFIA

- M. Ambrosini (2006), *Delle reti e oltre: processi migratori, legami sociali e istituzioni*, in “Working Papers del Dipartimento di studi sociali e politici”, Università degli studi di Milano.
- B. Anderson (1982), *Imagined Communities* (Londra-New York: Verso)
- A. Appadurai (1996), *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization* Minneapolis: University of Minnesota Press).
- A. Appadurai (2013), *The Future as Cultural Fact: Essays on the Global Condition* (London-New York: Verso).
- P. Bassetti, N. d’Aquino (2010), *Italic Lessons: An Ongoing dialog* (New York: Bordighera).
- P. Bassetti (2015), *Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal* (Venezia: Marsilio); en. tr. (2017) *Let’s Wake Up, Italics! A Manifesto for a Glocal Future* (New York: Calandra Institute).
- J. Baudrillard (1974 [1970]), *La société de la consommation*, (Paris: Gallimard).
- Z. Bauman (2005), *Globalizzazione e glocalizzazione* (Roma: Armando editore).
- Z. Bauman (2013), *Glocalization and Hybridity*, in “Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation”, V.1, 2014, pp. 1-5.
- Z. Bauman (2008), *Vita liquida* (Roma: Laterza).
- U. Beck (1999), *Che cos’è la globalizzazione* (Roma: Carocci).
- G. Boccia Artieri (2012), *Stati di connessione, Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society* (Milano: Franco Angeli).
- J. Butler, G.C. Spivak (2007), *Who Sings the Nation-State? Language, Politics, Belonging* (London: Seagull Books).
- M. Castells (2009), *Communication Power* (Oxford: Oxford University Press).
- N. d’Aquino (2014), *La rete italiana. Idee per un Commonwealth. Ragionamenti con e su Piero Bassetti* (Roma: Ide ed.).
- P. Di Nicola (2015), *La rete: metafora dell’appartenenza* (Milano: Franco Angeli).
- L.T. Friedman (2005), *Il mondo è piatto Breve Storia del Ventunesimo Secolo* (Milano: Mondadori).
- A. Giddens (1995), *Le trasformazioni dell’intimità* (Bologna: Il Mulino).
- A. Giddens (2001), *Identità e società moderna* (Napoli: Ipermedium Libri).

ISSN 2283-7949

GLOCALISM: JOURNAL OF CULTURE, POLITICS AND INNOVATION

2017, 2, doi: 10.12893/gjcp.2017.2.7

Published online by “Globus et Locus” at www.glocalismjournal.net



Some rights reserved

- R. Giumelli (2010), *Lo sguardo italico. Nuovi orizzonti del cosmopolitismo* (Napoli: Liguori).
- R. Giumelli (2012), *Scoprirsi italici, Una riflessione sull'identità italiana in tempi di globalizzazione*, in "Visioni Latinoamericane", 7, luglio 2012, 58-71.
- R. Giumelli (2016), *The Meaning of the Made in Italy Changes in a Changing World*, in "Italian Sociological Review"
- W. Grinswold (2004), *Cultures and Societies in a Changing World*, II ed., (New York: Sage Publications).
- L. Hamzaoui, D. Merunka (2006), *The impact of country of design and country of manufacture on consumer perceptions of bi-national products' quality: an empirical model based on the concept of fit*, in "Journal of Consumer Marketing", 23, 3, pp. 145-155.
- C.M. Han, V. Terpstra (1988), *Country of Origin Effects for Uni-National and Bi-National products*, in "Journal of International Business Studies", 16, , pp. 235-256.
- S.P. Huntington (1996), *Lo scontro delle civiltà* (Milano: Garzanti).
- H.A. Innis (2007 [1950]), *Empire and communications* (Maryland: Rowman & Littlefield Publishers).
- P. Khanna (2016), *Connectography, Mapping the Future of Global Civilization* (New York: Random House).
- N. Klein (1999), *No Logo* (Knopf Canada: Picador).
- D.S. Massey (1988), *Economic development and international migration in comparative perspective*, in "Population and Development Review", 14, pp.383-413.
- S. Mattarella (2017), *Discorso del Presidente Sergio Mattarella alla comunità italiana in Argentina al Teatro Coliseo*, Buenos Aires, 8 maggio2017, <http://www.quirinale.it/elementi/Continua.aspx?tipo=Discorso&key=635>.
- M. McLuhan (2008 [1967]), *Gli strumenti del comunicare* (Roma: Il Saggiatore).
- J. Meurowitz (1993), *Oltre il senso del luogo* (Bologna: Baskerville).
- E. Morin (2008 [1962]), *L'esprit du temps* (Paris: Armand Colin).
- L. Paccagnella, A. Vellar (2016), *Vivere on line. Identità, relazioni, conoscenza* (Bologna: Il Mulino).
- L. Ornaghi (2017), *Does glocal politic power already exist?*, in "Glocalism, Journal of culture, politics and innovation", 1, pp 1-11.
- R.A. Peterson (1979), *Revitalizing the culture concept*, in "Annual Review of Sociology", pp. 137-166.
- A. Portes (1995), *The economic sociology of immigration* (New York: Russel Sage Foundation).
- W. Reinhard (2010), *Storia dello stato moderno* (Bologna: Il Mulino).
- G. Ritzer (1993), *The McDonaldization of Society* (New York: Sage).
- R. Robertson (1995), *Glocalization: Time-Space and Homogeneity- Heterogeneity*, in M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (eds.), *Global Modernities* (London: Sage).
- R. Robertson (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture* (New York: Sage Publications).
- R. Salecl (2011), *La tirannia della scelta* (Bari-Roma: Laterza).
- P. Schiera (2000), *La Pace di Westfalia fra due 'tempi storici': alle origini del costituzionalismo moderno*, in "Scienza & Politica", 22, 33-45.
- G. Simmel (1995 [1903]), *La metropoli e la vita dello spirito* (Roma: Armando).
- C. Tilly (1990), *Transplanted networks*, in Yans-McLaughlin, V. (ed.), *Immigration reconsidered: history, sociology and politics* (New York: Oxford University Press), pp. 79-95.
- F. Tönnies (2002 [1887]), *Community and Society* (London-New York: Courier Dover Publications).
- J. Tomlinson (2001), *Sentirsi a casa nel mondo* (Milano: Feltrinelli).
- M. Zuckenber (2017) *Building global community*, in Facebook <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/building-global-community/10154544292806634/>.