

## CULTURA

# LETTURE/ Cos'hanno in comune Bergoglio, Marchionne e Balotelli?

Antonio Quaglio

venerdì 24 aprile 2015

Cos'hanno in comune Jorge Mario Bergoglio e Sergio Marchionne (ma anche Mario Balotelli...)? Sono "italici", in quanto tali veri consanguinei di Marco Polo e Cristoforo Colombo: i due europei che hanno aperto il mondo a Oriente e a Occidente, quando l'Italia moderna non c'era ancora ma l'italicità millenaria c'era già. E "italici" sono milioni di immigrati dall'Italia nei cinque continenti (e i loro figli e nipoti), un regista premio Oscar "americano-italiano" come Martin Scorsese, i tanti campioni del made in Italy e lo Slow Food di Carlo Petrini.

"Svegliamoci italici! Manifesto per un futuro glocal" (Marsilio) è un libro che teneva in testa e in tasca da vent'anni, Piero Bassetti: italiano/italico orgoglioso in proporzione agli 86 anni nati e vissuti a Milano facendo instancabilmente impresa, politica, cultura civile. Con un piede e un occhio sempre "fuori Italia", anche se con la consapevolezza via via più forte che il genio di una comunità umana non è legato a un territorio ma a una *way of life*. E' un volume che intreccia mille dimensioni: la curiosità del viaggiatore che a New York si sente chiedere "come si dice pizza in italiano?"; l'uomo di vertice in istituzioni pubbliche come Regione o Assocamere, il promotore di *think tank* politico-economici come Global & Locus.

"GLocal", nelle riflessioni di Bassetti, non è affatto un fortunato *brand* giornalistico buono per tutti gli usi. E' uno strumento d'indagine anzitutto storico: perché il Commonwealth o l'Hispanidad sono divenute *world community* riconosciute e — non è affatto un gioco di parole — "ItaliCity" non può proiettarsi globalmente? Una città rinascimentale virtuale che — nel serrato discorso analitico di Bassetti — è un'*open source*: una piattaforma di circolazione di valori, economici e culturali, che condividono un'identità e soprattutto quello che Bassetti chiama *Italian sounding* (un *quid* fatto di conoscenza e gusto, di capacità di pensare e di fare).

"Penso a personaggi come Mario Draghi, Sergio Marchionne, Diego Picentini, Carlin Petrini, Giorgio Armani, Gay Talese, Quentin Tarantino. E potrei andare avanti, interessando ulteriori campi d'azione: dalla moda allo sport, dal mondo della cultura a quello dell'economia. Ma penso anche a molti presidenti delle nostre camere all'estero, ai rappresentanti della rete cattolica nel mondo, con molti dei quali in questi anni ho avuto modo di collaborare, a quell'associazionismo cattolico che, nelle sue varie forme (dai già citati padri scalabriniani, ai comboniani, alla rete dei loro media, come il *Messaggero di Sant'Antonio*), ha saputo conservare il suo potere aggregante in un mondo globalizzato. E' questo universo multidimensionale che Bassetti addita come "italicità" realizzata, e anche — ad un tempo — come insieme dei destinatari di un appello. È un salto percettivo, se vogliamo: da un negativo a un positivo, dalla difesa dell'italianità alla costruzione dell'italicità.

"I feel Italic": così Bassetti saluta i suoi lettori alla fine di oltre 100 pagine tanto appassionate quanto documentate. Non è un post-italiano anglofono: è un italiano-di-sempre senza paura per il presente e il futuro. "Mi piacerebbe — scrive l'autore — ritrovare questo sentimento sul web, nei profili Facebook e Twitter, nei blog e nei siti di chi leggerà questo libro. Ma anche, e soprattutto, mi piacerebbe ritrovare quest'affermazione nei percorsi individuali di chi ha oggi venti o trent'anni e si affaccia al proprio paese e al mondo con le ambizioni di un giovane che vuole costruire per sé un futuro di soddisfazioni e realizzazioni. Nell'Italia della crisi, della disoccupazione giovanile alle stelle, quando si parla di giovani incombe uno spauracchio, divenuto famigerato mantra di un preciso periodo storico: la "fuga dei cervelli". "Vadano e si sentano italici ovunque nel mondo", è invece il nostro ammonimento".

-  
 Piero Bassetti, "Svegliamoci Italici! Manifesto per un futuro glocal", Marsilio 2015.