

Cosa esprimono oggi i concetti di identità e globalizzazione?
E quale relazione esiste tra globalizzazione e crisi?
«Una rivoluzione può solo essere figlia della cultura e delle idee¹»

Intervista a **Matteo Tuvèri**
di **Mariapia Ciaghi**

Emporio dell'individuo: identità e globalizzazione

Alla sua 4^a edizione il Festival dell'Economia propone quest'anno il tema "Identità e crisi globale". È opinione diffusa che la competizione globale generi conflitti di identità annullando tradizioni e valori locali. È davvero possibile che la concorrenza imposta dalla globalizzazione sopprima le identità?

Termini abusati, citati e inflazionati, i concetti di identità e globalizzazione, spesso posti in antitesi fra loro, assumono di questi tempi accezioni forzate e poco chiare. Come ogni concetto, vittima del meccanismo dell'interpretazione, a servizio dell'oscuro manipolatore dei media che si chiama conformismo, che di volta in volta prende le forme di una chiesa, un palazzo e una lobby, essi si dimostrano pasta morbida nelle mani di chiunque. Il concetto di identità, lungi dall'essere un Unicum da contrapporre alla globalizzazione, prende diverse strade poiché in generale è possibile parlare di identità matematica, ovvero un'uguaglianza tra due espressioni nelle quali intervengono una o più variabili, di identità nazionale, fatta di miti atti a definire una nazione, identità filosofica, ovvero quegli attribuiti che rendono una entità ben definibile e riconoscibile, oppure identità socio-antropologica, tutti quei punti di riferimento che ogni individuo sociale colloca intorno a sé e utilizza come punti di riferimento per strutturare il proprio modo di essere. Tutte queste strade sono giochi già decisi, foderati di bisogni indotti e priorità prefissate di cui si nutre la nostra stessa vita. La mancanza storica di una vera classe borghese nel nostro paese, della sua totale mancanza nel creare una nazione moderna, fallendo nel compito intellettuale, culturale e educativo di coltivare un autentico sentimento nazionale-popolare, ha messo le basi per un presente in cui, mancando la classe produttrice di cultura, si è accolta la televisione, come focolare culturale, luogo in cui si preparano, cuociono e servono le pietanze "culturali". Ammesso e non concesso che il cibo culturale contribuisca quanto quello biologico alla crescita di chi se ne ciba, è indubbio come i media contribuiscano incisivamente alla crescita e definizione dei loro gruppi di fruizione e alla loro stessa identità.

Il tema del Festival vuole fornire gli strumenti per analizza-

re la crisi economica internazionale. Che relazione esiste, secondo lei, tra globalizzazione e crisi e quali sono le vie per poterne uscire?

Il termine globalizzazione, invece, deriva dal termine "globale", concetto strettamente inerente il mondo; inteso anche come la serie di cause ed eventi che hanno ripercussioni a livello planetario. La globalizzazione è la "mondializzazione" di un fenomeno che da una precisa località geografica estende i suoi effetti su scala mondiale.

Una delle caratteristiche principali della globalizzazione, erede, in un certo qual modo, del sincretismo politico e culturale dell'Ellenismo (IV sec. a.C.), frutto dell'incontro fra la cultura greca classica e quella mediorientale, è il superamento delle categorie kantiane di "spazio" e "tempo", favorito dalla diffusione delle informazioni in tempo reale, grazie all'azione capillare di strumenti quali il televisore, il computer e Internet. Nella concezione kantiana la spazialità e la temporalità sono categorie di pensiero grazie alle quali l'uomo percepisce la realtà del mondo; i fenomeni, con una loro struttura spaziale e temporale, sono così determinabili come oggetti conoscibili. Il breve ma intenso viaggio fra radiotelegrafo e Internet, fra Marconi e Google, implica una rivisitazione della stessa teoria della conoscenza.

Tutto questo prende la forma di stili di vita, miti moderni e visibili fatti di prodotti, marchi, oggetti di consumo e luoghi del desiderio, che creano vere e proprie comunità immaginate continuamente in rapporto con la fabbrica dell'identità mondiale e globale. L'identità, mancando la sostanza storica e sociale, un tempo svolta naturalmente dalla piccola e media borghesia, scaturisce oggi da un disegno globale, pensato e disegnato da multinazionali apolide, che fabbricano continuamente per noi il concetto di identità legandolo con i bisogni globali. Rapporto sfavorevole per chi assiste, spesso ignaro, e che oggi può essere capovolto.

Infatti, poiché identità significa spesso piegarsi al meccanismo del mercato globale, che passa attraverso la distribuzione dei prodotti così come at-



Festival dell'Economia 2009 "Identità e Crisi Globale"

Dal 29 maggio al 1° giugno il centro storico di Trento accoglierà studiosi provenienti da tutto il mondo, economisti, antropologi, sociologi, demografi, esperti di comunicazione, politici che si confronteranno tra loro e dialogheranno con il pubblico. Molti gli stimoli alla discussione e al confronto dell'importante appuntamento internazionale: si ritiene spesso che la competizione globale crei conflitti di identità perché impone un'identità globale, sopprimendo tradizioni e violando sistemi di valori locali. Ma può davvero la concorrenza internazionale ignorare e annullare le identità locali? E in che misura le diverse identità sono realmente inconciliabili tra di loro? Quante identità abbiamo? Non si può forse essere trentini, italiani, europei e cittadini del mondo allo stesso tempo, così come si è consumatori, produttori, padri e figli nell'arco della stessa giornata?

Il Festival porterà in Trentino i grandi nomi come: George Arthur Akerlof economista (Università di Berkeley), vincitore nel 2001 (insieme a Michael Spence e Joseph E. Stiglitz) del Premio Nobel per le sue teorie sulle differenze di informazione tra i soggetti economici all'origine di distorsioni dei mercati; James Heckman economista e statistico statunitense insignito anche lui nel 2000 (insieme a Daniel





McFadden) del premio Nobel per i suoi studi basati sull'analisi statistica dei comportamenti individuali e familiari.

Sarà al Festival anche Giuseppe De Rita sociologo di fama, attento osservatore delle trasformazioni economiche sociali e istituzionali italiane, uno dei fondatori del

Censis - Centro Studi Investimenti Sociali, l'istituto di ricerca socioeconomica di cui è segretario generale. Così come non poteva mancare Lucio Caracciolo, uno dei massimi esperti di questioni internazionali, direttore di Limes, rivista italiana di geopolitica e di Eurasian Review of Geopolitics Heartland.

La cura scientifica è affidata a Ti-

to Boeri docente di Economia del Lavoro alla Bocconi di Milano e fondatore de *lavoce.info*, rivista on line nata per il confronto di opinioni sull'economia italiana e internazionale.

Info

L'ingresso al festival è gratuito
0461 260511
www.festivaleconomia.it



traverso lo spot televisivo della marca di pantaloni e orologi, è anche vero che si ingrandisce sempre più il rapporto di dipendenza del mercato stesso dal consumatore. Se il mercato forma e condiziona l'individuo trasformandolo in consumatore, è pur vero che il consumatore, ritrovando la propria dignità di individuo, può arrestare il mercato e condizionarlo; nella stessa misura in cui il consumatore viene condizionato, esso può condizionare.

Riscoprire l'individuo nel grande involucro del consumatore, farlo riemergere, significa riscoprire la propria dimensione animale, rimetterla in gioco, insieme al Darwinismo, come etica primaria nella stessa sopravvivenza di un mondo che, lungi dall'essere perennemente a nostra disposizione, è, come ci ricorda Michel Balivo, «una sfera di fuoco che naviga in un universo illimitato, un pezzettino di sole la cui superficie è stata raffreddata molto lentamente dai venti cosmici fino a formare un sottile strato abitabile o biosfera».² Un mondo di cui in realtà viviamo ciò che costruiamo.

Se questa consapevolezza si potesse introdurre nei discorsi e nella percezione dei diversi ambiti, come i movimenti sociali e cittadini, si potrebbe guardare alla globalizzazione senza timori e paure?

È rivoluzione che, come tutte le rivoluzioni, per essere realizzata ha bisogno di cultura e idee e dunque di consapevolezza, una rivoluzione che possa invertire il rapporto fra mercato e consumatore, facendolo diventare un

rapporto fra produttore e individuo, che non riempia le menti e le vite, ma che riconosca l'importanza, la centralità dell'uomo. Una rivoluzione che passa attraverso la vita quotidiana dell'individuo, un qualcosa che cambia anche e soprattutto se noi cambiamo il modo in cui la viviamo. Una maggiore consapevolezza dei governi, un loro maggiore impegno, soprattutto per quanto riguarda l'argomento energie rinnovabili, appare indispensabile, così come sembra basilare che la scuola e le università si stacchino dal sistema clientelare della raccomandazione per prendere finalmente il compito di educare alla meritocrazia, alla fiducia nella cultura e alla sua relativa diffusione, che significa sempre consapevolezza. Mai come adesso il mondo accademico è stato lontano dal mondo della gente.

Ma è importante anche il ritorno alla delegazione della produzione alle piccole e medie imprese artigiane, sparse sul territorio, la centralità di un design consapevole nella creazione degli oggetti, laddove per consapevole si intende il recupero di materiale e saperi propri di ogni territorio e il loro utilizzo anche in scala più ampia, la formazione di artisti, designer e esperti di marketing che abbiano nel proprio bagaglio una preparazione culturale importante, e, figlia di queste due cose, una rinnovata importanza delle competenze personali, derivanti da studio e apprendistato, che superino le logiche della raccomandazione, del clientelismo e del precariato, e che diano centralità a chi le cose le pensa e le fa, con il cervello,

la lentezza e la fatica delle sue mani e della sua testa.

Quale dunque la sfida del nostro millennio?

Il mondo si delinea sempre più come un immenso emporio dal quale attingere utilizzando il bene degli strumenti nuovi e recuperando, con grande coraggio e senso di sfida, i tesori del passato, spesso custoditi dentro l'individuo e la sua realtà geografica, come le lingue, i cibi, i vestiti e i saperi artigianali. Proprio Emporio Mediterraneo (5-8 marzo 2009) è stata infatti intitolata l'iniziativa voluta dalla Regione Autonoma della Sardegna, un progetto a respiro internazionale che ha l'obiettivo di preservare e mettere a confronto gli antichi saperi dei paesi del bacino del Mediterraneo attraverso un interscambio delle tecniche utilizzate, di cui spesso il mercato globale ignora la portata. Cagliari si è trasformata in una Barceloneta, questo infatti era uno dei suoi nomi passati, un enorme workshop, un *sūq* di esperienze e materiali provenienti da Italia, Spagna, Francia, Algeria, Marocco, Tunisia, Israele, Egitto, Libano, Giordania, Siria, Palestina, Turchia, Iran, dal Pakistan, Azerbaijan e Portogallo. Un paradiso del saper pensare e del saper fare che ha offerto forme e colori, vasi, tappeti, anelli e pietre sapientemente incise, un Eden estetico la cui onda può di fatto salvare il mondo.

¹ CASTRO RUZ, F., *Una revolución solo puede ser hija de la cultura y las ideas*, 3 febbraio 1999, Venezuela.

² Balivo, M., *Juegos de palabras* (¿Seguiremos jugando a cuan diferentes podemos ser?),

Dal 16 maggio al Mart di Rovereto una mostra sulla ricerca artistica italiana di fine '900

Un progetto espositivo che indaga una ricerca artistica italiana sviluppatasi sul finire del secolo scorso: è "Italia Contemporanea. Officina San Lorenzo" la mostra curata da Daniela Lancioni, al Mart di Rovereto dal 16 maggio al 27 settembre 2009.

L'analisi del Mart individua il culmine della ricerca artistica italiana di fine secolo scorso nel periodo che va dagli anni Ottanta ai primi anni Novanta e la mostra rappresenta la prima storicizzazione di questa esperienza, che al grande pubblico è ancora relativamente poco nota.

Ne sono stati i protagonisti un gruppo di artisti - Bruno Ceccobelli, Gianni Dessì, Giuseppe Gallo, Nunzio, Piero Pizzi Cannella e Marco Tirelli - accomunati non da un programma, ma una poetica e un'estetica fondata

