

L'immagine dell'Italia all'estero: meno ricorso a stereotipi e più attenzione ai prodotti qualità

mercoledì 22 agosto 2007

Articolo di Giacomo Portaro

Il fenomeno dell'emigrazione italiana all'estero ha avuto nei primi decenni del Novecento una portata senza dubbio più rilevante di quella degli ultimi decenni dove il numero di espatri è praticamente pari a quello dei rimpatri, ma la comunità di italiani residenti all'estero rimane comunque ben nutrita.

Secondo il censimento dell'AIRE (Anagrafe degli Italiani Residenti all'Estero) gli emigrati italiani iscritti al 31 gennaio 2006 erano 3.520.809, così che è stato possibile stimare il numero totale in circa quattro milioni; senza contare i sessanta milioni di individui con origini italiane sparsi per il globo. Insomma, la rappresentanza del nostro Paese all'estero è senza dubbio importante e, proprio per questo, sarebbe interessante analizzare l'immagine che si ha dell'Italia oltre confine.

Uno dei più recenti fatti di cronaca ha purtroppo risvegliato nell'immaginario collettivo tedesco uno degli stereotipi peggiori che per decenni ha accompagnato la vita dei nostri emigrati, quella dei legami con la mafia. La strage del 15 agosto a Duisburg (Germania, ndr) non è stato altro che il proseguimento della faida che da anni coinvolge due cosche rivali della 'ndrangheta del paese di San Luca e le vittime erano emigrate in Germania forse proprio per sfuggire a questa faida. Questa strage rischia di lasciare una macchia che può danneggiare anche chi non ha nulla a che fare con queste vicende, visto che molto spesso, per una proprietà transitiva non certo veritiera, solo perché gli assassini erano calabresi, si deduce che tutti i calabresi siano legati ad ambienti di stampo mafioso.

Un po' come accadeva tempo fa, e in alcuni casi ancora adesso, quando si accostavano alla Sicilia Al Capone e Corleone, come se non ci fosse altro di buono da citare. Ma se fino a qualche tempo fa i simboli più utilizzati erano gli spaghetti, il mandolino e, ahimè, la mafia, da un recente articolo del Financial Times la nostra immagine non appare certo migliorata: "L'Italia è un paese di veline e le donne sono solo oggetti" sentenziava il titolo dell'articolo, asserendo anche che questo modello femminile continuamente proposto dai mass media fosse, fondamentalmente, la causa della scarsità di donne che occupano posizioni rilevanti nel mondo della politica e del lavoro.

E questi non sono che due esempi di una caratterizzazione negativa dell'immagine italiana nel mondo, che non fanno altro che oscurare quanto di buono fatto dagli emigranti italiani e abbassare il reale valore del made in Italy nel mercato mondiale. Fortunatamente, infatti, il nostro Paese può vantare anche altri "prodotti da esportazioni" più validi dei precedenti: tra le griffe più apprezzate in tutto il mondo Prada, Gucci e Dolce & Gabbana hanno ruoli da protagonisti, Renzo Piano e Gae Aulenti sono considerati due degli architetti simbolo di quest'epoca, per non parlare della nazionale di calcio vincitrice degli ultimi mondiali e di tutte le mete culturali e artistiche italiane visitate ogni anno da migliaia di turisti da tutto il mondo.

Ma l'Italia all'estero è fatta anche di piccoli imprenditori e uomini che con le fatiche del lavoro onesto si sono costruiti una posizione più che dignitosa nelle sfere sociali estere: un esempio è quello di Antonio Pelle, ristoratore italiano a Duisburg, noto ai più per aver ospitato la nazionale di calcio durante gli ultimi mondiali, e da pochi giorni anche per essere conterraneo degli autori della strage di ferragosto; uomini come lui che lavorando onestamente hanno cominciato a farsi apprezzare anche al di fuori dei confini nazionali, uomini che solo perché italiani, rischiano di perdere credibilità.

Perché queste persone devono vergognarsi di essere italiane? Perché dobbiamo vergognarci di essere italiani? E' ora di dire basta a questa nostra svalutazione nel mondo. Innanzitutto è ora di ristabilire un concetto di italianità che ci faccia essere orgogliosi delle nostre origini, in primo luogo all'interno dei nostri confini e poi anche al di fuori, incentivando ciò che produciamo di buono e condannando quanto di pessimo per rilanciare l'immagine dell'Italia nel mondo.

E per fare questo, a mio parere, è necessario iniziare ad apprezzare noi per primi quanto di buono l'Italia può offrirci: basta con questa caccia ai prodotti esteri, basta con questa esterofilia esagerata, cerchiamo di apprezzarci di più e magari otterremo più considerazione anche dagli altri.