

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI TORINO



DIPARTIMENTO DI CULTURE, POLITICA E SOCIETA'

Corso di Laurea Magistrale in Scienze Internazionali

TESI DI LAUREA MAGISTRALE

“L’evoluzione della Diplomazia Culturale nell’era della  
globalizzazione”

Candidata

Beatrice Checchia

Relatore:

Prof. re Umberto Morelli

Correlatori:

Dott. Federico Daneo

Prof.re Paolo Caraffini

Anno Accademico 2018/2019

*A nonno Walter, maestro di vita.*

*A Mamma, Papà e Daniele, la mia vita.*

*“Non dar retta ai tuoi occhi e non credere a quello che vedi. Gli occhi vedono solo ciò che è limitato. Guarda col tuo intelletto, e scopri quello che conosci già, allora imparerai come si vola.”*

*Il Gabbiano Jonathan Livingston*

*R. Bach*

Introduzione .....	5
1.1 Le origini e gli sviluppi della Diplomazia Culturale .....	12
1.2 Il potere gentile: il Soft Power .....	19
1.3 Hard Power /Soft power.....	23
1.4 Diplomazia culturale e l’interesse nazionale Italiano .....	29
1.5 Institute for Cultural Diplomacy : atti storici della Diplomazia Culturale.....	34
2.Il Caleidoscopio della Diplomazia Culturale.....	42
2.1Gli “attori istituzionali: il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.....	45
2.2L’Istituto Italiano di Cultura a Buenos Aires.....	51
2.3Gli “attori istituzionali”: il Ministero per i beni e per le attività culturali ...	57
2.4 Gli “attori multilaterali”: Verso una strategia dell’Unione Europea per le relazioni culturali internazionali.....	60
2.5 Culturale e le buone prassi: La Maison d’Italie.....	68
2.6 La Diplomazia Culturale e le buone prassi: Reale Mutua.....	72
2.7 La Diplomazia Culturale e le buone prassi: Michelangelo Pistoletto.....	76
2.8 La Diplomazia Culturale e le buone prassi: la Società Dante Alighieri.....	80
3.Una via “latina” alla Diplomazia Culturale.....	87
3.1 Il Sistema Paese: uno strumento per l’internazionalizzazione e la promozione del “made in Italy” .....	90
3.2 La Promozione Integrata e il “Vivere all’Italiana” .....	95
3.3 Esempi di promozione integrata: Aprirsi e vivere “all’italiana”.....	98
3.4 L’Ambasciata italiana a Buenos Aires : In-genio italiano.....	102
3.5 La promozione integrata e la Dolce Vita Italiana.....	115
Conclusioni: Luci ombre e sfide .....	125

## SPIEGAZIONE ACRONIMI:

ABI: Associazione bancaria Italiana

CERN: L'Organizzazione europea per la ricerca nucleare

DC: Diplomazia Culturale

DGSP: Direzione Generale del Sistema Paese

ENEL: Ente Nazionale per l'energia elettrica

ENI: Ente Nazionale Idrocarburi,

ENIT: Agenzia nazionale italiana del turismo

EUNIC: Istituti di cultura nazionali dell'Unione Europea

IAI: Istituto Affari Internazionali

ICD: Institute for Cultural Diplomacy

ICE: Istituto nazionale per il commercio estero

IILA: Organizzazione Internazionale Italo- latina americana

IPAHP: Alleanza interparlamentare per i diritti umani e la pace globale

IRI: Istituto per la Ricostruzione Industriale –

ISPI: Istituto per gli studi di politica internazionale

MAECI: Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

MIBAC: Ministero per i beni e le attività culturali

ONU: Organizzazioni Nazioni Unite

OSCE: Organizzazione per la Sicurezza e la Cooperazione in Europa

OYED: Organizzazione per l'educazione e lo sviluppo giovanile

PLIDA: Progetto lingua italiana Dante Alighieri

SACE SIMEST: Società del Gruppo Cassa depositi e prestiti

SIOI: Società Italiana per l'Organizzazione Internazionale

UNESCO: Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura

WTO: World Trade Organization

## LA DIPLOMAZIA CULTURALE NELL'ERA DELLA GLOBALIZZAZIONE:

### ABSTRACT:

“In un mondo sempre più globalizzato e interdipendente in cui la proliferazione delle tecnologie di comunicazione di massa più che mai ci assicura che tutti noi abbiamo sempre maggiori possibilità di accesso gli uni agli altri, l'importanza della Diplomazia Culturale è fondamentale per promuovere la pace e la stabilità in tutto il mondo favorendo l'integrazione e la distensione dei rapporti diplomatici tra stati.

In particolare, la Diplomazia Culturale può essere descritta come quel corso di azioni che si basano ed utilizzano lo scambio di idee, valori, tradizioni e altri aspetti della cultura o delle identità di una comunità territoriale il cui scopo è il rafforzamento di inter-relazioni sovranazionali. L'obiettivo è quello di costruire cooperazioni socio-culturali tese a rafforzare leadership di una nazione a livello globale promuovendone indirettamente gli interessi nazionali”.<sup>1</sup>

Tuttavia molto spesso tale concetto viene ricondotto ad un ambito puramente teorico messo in atto esclusivamente da attori istituzionali quali Ministeri, Istituti di cultura e Consolati, disconoscendo di quanto sia una realtà interdisciplinare e in continua evoluzione. La sfera relativa alla Diplomazia Culturale infatti, abbraccia molteplici settori come arte, cucina, musica, design, assumendo sembianze diverse da quelle classiche. Rappresenta anche uno strumento volto a favorire il rilancio del Soft Power in una strategia orientata all'integrazione europea e italiana.

A differenza di ciò che si potrebbe pensare, la Diplomazia Culturale è un mezzo non antico e superato, ma bensì di estrema attualità. Declinandolo metaforicamente in chiave Clausewitziana, si potrebbe dire che la classica Diplomazia Culturale non è altro che la prosecuzione della politica con altri mezzi che confluiscono nelle strategie di Promozione integrata.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> [http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en\\_culturaldiplomacy](http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy)

<sup>2</sup> Carl von Clausewitz, *Della guerra*, Torino, Einaudi, 2007, p. 9.

## INTRODUZIONE:

All'interno di un sistema sempre più instabile e scosso dalla preponderante azione della globalizzazione, è necessario rivalutare il ruolo di una serie di attori. Nello specifico, il nostro modo di concepire la diplomazia deve evolversi per rimanere al passo coi tempi, coinvolgendo gli attori istituzionali ma anche alcuni esponenti della società civile sempre più attivi nell'impartire una direzione alla vita sociale ed economica di un intero continente. Ed è per questo motivo che negli ultimi decenni la politica internazionale insieme al mondo accademico, ha dedicato maggior attenzione alla pratica della Diplomazia Culturale.

In particolare, gli studi conseguiti negli ultimi anni, sono stati fondamentali per analizzare criticamente le differenti dinamiche alla base delle relazioni internazionali, rivolgendo i miei interessi verso tali tematiche. Tale elaborato nasce dalla volontà di voler unire le mie attitudini, alle differenti esperienze che hanno contraddistinto il percorso di Laurea Magistrale, offrendomi l'opportunità di potenziare le capacità e comprendere allo stesso tempo, i settori di interesse in una prospettiva prettamente lavorativa.

Alquanto significativo è stato il tirocinio svolto presso il Corpo Consolare di Torino, in affiancamento al Segretario del Corpo Consolare, grazie al quale ho contribuito all'organizzazione di una Conferenza tenutasi il 29 marzo 2019 presso Palazzo Madama dal titolo: "La Diplomazia Culturale nell'era della globalizzazione: il ruolo dei Consolati". Ho avuto la possibilità di realizzare una serie di interviste ai relatori, le quali completano il quadro relativo alle molteplici "sembianze" assunte dall'oggetto in questione.

Altra importante esperienza, è stata il tirocinio promosso dal Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione Internazionale presso l'Ambasciata Italiana a Buenos Aires, fervente centro culturale, in cui la Diplomazia Culturale, è largamente utilizzata. Grazie al notevole contributo del Capo Ufficio Commerciale, il Consigliere Diplomatico Francesco Capecci, ho potuto raccogliere un grande numero di informazioni relative all'operato dell'Ambasciata con particolare riferimento all'attività di promozione integrata della nostra cultura,

in una realtà come quella di Buenos Aires che conta sulla presenza di una comunità italiana di quasi 900 mila persone.

Dunque, dopo aver fornito un quadro generale rispetto a cosa sia concretamente la Diplomazia Culturale, ripercorrendo le principali interpretazioni, una prima parte dell'elaborato è stata dedicata ad un excursus storico sulle origini e gli sviluppi di quest'ultima, ai concetti alla base della Diplomazia Culturale, nonché la netta distinzione tra hard power e soft power formulata dallo studioso Joseph Nye, fino ai motivi della recente attenzione che dimensione culturale ha assunto all'interno del nostro Paese.

In tal senso, è stato di grande aiuto il contributo fornito da S.E. Amb. Luigi Guidobono Cavalchini Garofoli il quale si è gentilmente reso disponibile ad una serie di interviste aggiungendo preziosi contenuti rispetto a quelli offerti nel suo ruolo di moderatore della Conferenza del 29/03/2019.

Tuttavia la Diplomazia Culturale, assume aspetti differenti in particolar modo all'interno del mondo multipolare e globalizzato nel quale viviamo. Infatti, il secondo capitolo si incentra appunto sulla "multidimensionalità" del fenomeno dimostrandone i lati più attuali e interdisciplinari in riferimento agli "attori e ai mezzi". È possibile parlare infatti, di diverse dimensioni di Diplomazia Culturale: una prima, propriamente istituzionale, composta da attori che, sulla base di chiare strategie, svolgono attività di diplomazia culturale: il Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione Internazionale e il Ministero per i beni e le Attività culturali, i quali a loro volta si servono di una serie di "strumenti diretti" e sedi di intervento sul territorio, come gli Istituti di Cultura italiani all'estero. Nello specifico, è stata analizzata l'attività dell'Istituto di Cultura Italiano a Buenos Aires.

Vi è una seconda dimensione messa in atto da organizzazioni internazionali come ad esempio l'Unione Europea, l'Unesco, l'Onu. Nel campo delle relazioni internazionali, vi è un potenziale enorme e non sfruttato appieno riferito al ruolo culturale storicamente esercitato dall'Europa nel mondo. La promozione delle relazioni culturali internazionali come "soft power" della politica estera, rappresenta dunque la nuova sfida per il futuro in cui la Diplomazia Culturale si propone come un mezzo necessario a favorire il processo dell'integrazione europea. Punto del rilancio delle attività di soft power, è sicuramente la Comunicazione della Commissione ("Verso una strategia dell'Unione europea per

le relazioni culturali internazionali”) volta a delineare un quadro strategico per il ruolo della cultura nelle relazioni internazionali dell’Ue.

In ultimo una terza dimensione che include tutti gli attori che, pur non rispondendo a specifiche strategie di organismi istituzionali, rappresentano veicoli preziosi di diplomazia culturale. Si tratta delle cosiddette “buone prassi” che ben rappresentano la dimensione multilaterale e multidimensionale del fenomeno, in riferimento alle attività di alcuni organismi quali la Maison d’Italie a Parigi, la Cassa di Risparmio di Biella, la compagnia assicurativa Reale Mutua, l’associazione Dante Alighieri, ed infine “l’arte povera” di Michelangelo Pistoletto.

Oltre al suo aspetto multidimensionale, la chiara dimostrazione della “modernità” della Diplomazia Culturale, è la sua odierna evoluzione in tutte quelle che sono le attività e i programmi di promozione integrata messi in atto dalle ambasciate, che rappresentano “strumenti diretti” del Ministero degli Affari esteri e della cooperazione Internazionale. Si potrebbe parlare di una via “latina” alla diplomazia culturale, in un percorso di “sviluppo moderno” di una pratica antica che continua a cambiare e assumere sembianze sempre più variegate.

A riguardo, si aggiunge una vera e propria ricerca sul campo a cui è dedicata la terza parte relativa alle attività svolte dall’Ambasciata Italiana di Buenos Aires nel promuovere la cultura italiana riportando alcuni degli eventi a cui ho personalmente preso parte: la celebrazione della Festa della Repubblica Italiana al Forum bilaterale per la promozione delle PMI e start up innovative, all’inaugurazione della mostra di Michelangelo Pistoletto. Iniziative parte di un piano di promozione integrata legato alla commemorazione di, un “genio” italiano di cui ricorrono 500 anni dalla sua morte.

In tale prospettiva è stata significativa la testimonianza del Prof. Francesco Schianchi, docente di design presso il Politecnico di Milano, attivo collaboratore dell’Ambasciata di Buenos Aires nella realizzazione di numerosi eventi di promozione integrata (Accordo ADI, “il Design dei gesti”) grazie al quale è stato possibile avere una visione completa dell’attuale ruolo della DC, anche in riferimento al mondo del design.



In aggiunta alle numerose interviste e dati raccolti, ho avuto la possibilità di attribuire un risvolto sperimentale all'elaborato, realizzando concretamente un programma di promozione integrata preso in esame dall'Ambasciata Italiana di Buenos Aires, sulla base di un messaggio del Ministero degli Affari esteri che proponeva varie tematiche relative alla promozione integrata 2020. Il risultato è stato un progetto dal titolo "la dolce vita italiana" incentrato sulla figura di Federico Fellini, un "Picasso del cinema", di cui, nel 2020, ricorrono cento anni dalla sua nascita.

Prima di entrare nel merito degli esempi concreti, è opportuno rispondere ad alcuni quesiti generali per avere un quadro completo sull'argomento in questione in particolare che cos'è la Diplomazia Culturale con le rispettive finalità che la contraddistinguono.

La descrizione maggiormente accettata nella letteratura accademica prevalente è quella formulata da Milton Cummings nel 2003, che definisce la Diplomazia Culturale come « lo scambio di dee, informazione, arte, e altre manifestazioni culturali tra le Nazioni e le loro popolazioni, ai fini di accrescerne la comprensione reciproca »<sup>3</sup>

Altri studiosi, come Hwajung Kim, ne sottolineano invece il carattere eminentemente politico, identificando la Diplomazia Culturale con «il tentativo di un attore internazionale di promuovere la cultura nazionale, di generare un impatto sulle opinioni pubbliche delle rispettive controparti e di costruire un senso di integrità e credibilità nazionale attraverso gli scambi culturali»<sup>4</sup>

Ciò nonostante entrambe queste nozioni, pur aprendoci la strada verso una vera e propria definizione, non tengono conto delle più ampie implicazioni e degli aspetti multidimensionali della Diplomazia Culturale. In particolare, la prima ne trascura quasi interamente la sua dimensione politica; la seconda, la descrive come un processo lineare, mancando di sottolinearne l'intrinseca complessità e pluridimensionalità. In realtà, la DC non è né una pratica transnazionale apolitica, né un mero strumento di politica estera, ma bensì un processo multidimensionale

---

<sup>3</sup> CUMMINGS, Milton C., Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey, Periodico (articolo) all'interno della collana «Cultural Diplomacy Research Series», 26 giugno 2009, p.1.

<sup>4</sup> KIM, Hwajung, Cultural Diplomacy as the Means of Soft Power in an Information Age, Culturediplomacy.org, Dicembre 2011, p

nell'ambito delle relazioni internazionali, sorretto da strategie nazionali e contesti sociopolitici in perenne evoluzione.

Tuttavia, prima di arrivare a delineare una definizione più stringente, è bene richiamare quelli che sono, secondo Kang, i tre universi principali che connotano le dimensioni con le quali la Diplomazia Culturale interagisce l'identità culturale (dimensione sociale), il Soft Power (dimensione politica) e l'economia creativa (dimensione economica).<sup>5</sup>

- **Identità Culturale:** Universo Sociale
- **Soft Power:** Universo Politico
- **Economia Creativa:**

Una definizione che voglia dirsi completa deve risultare, pertanto, dall'intersezione di queste tre dimensioni.

Conseguentemente, il concetto di Diplomazia Culturale indica lo scambio di pratiche culturali attinenti al sistema compiuto di significazioni sociali che definisce l'identità di una Nazione, il cui potenziale trasformativo della società internazionale viene dispiegato in politica estera ai fini dell'affermazione degli interessi nazionali, canalizzando i flussi transnazionali dell'industria culturale, nonché per aumentare la propria partecipazione nell'economia creativa globale.

Come si può intuire, una definizione del genere tiene meglio conto della pluridimensionalità dei processi di Diplomazia Culturale attinenti ai tre paradigmi enunciati da Kang.

---

<sup>5</sup>KANG, Hyungseok, Reframing Cultural Diplomacy International Cultural Politics of Soft Power and the Creative Economy, [Culturediplomacy.org](http://Culturediplomacy.org), 2013, p.1.

La prima parte, infatti, richiama al valore intrinseco e costitutivo della stessa, ovvero all'universo sociale, comprendente i valori, diritti, espressioni artistiche, abitudini, che plasma l'identità politica e culturale di una Nazione.

La seconda, invece, abbraccia l'idea che la cultura, quando utilizzata come strumento di politica estera, abbia un potenziale trasformativo dal punto di vista sociale e politico: ciò a cui ci riferiamo comunemente col termine Soft Power. In altre parole, la cultura, quando calata nell'universo della politica, assume una natura strumentale primariamente associata alla dimensione del potere.

In merito all'ultimo universo immaginato da Kang, cioè la sfera dell'economia creativa, la DC rientra semplicemente nell'agenda economica di uno Stato, e adoperata ai fini dell'aumento della quota di mercato dell'economia creativa globale che rappresenta certamente una fonte significativa di sviluppo economico e di creazione di posti di lavoro.

Alla luce di quanto esposto finora, restano ancora da chiarire quali sono le finalità che contraddistinguono il dispiegamento della cultura nelle relazioni internazionali. Ancora una volta, dobbiamo distinguere le finalità a seconda delle diverse dimensioni in cui uno Stato decide di calare le proprie pratiche di Diplomazia Culturale:

#### **Universo Sociale:**

- Rafforzare le pratiche di “mutual understanding”;
- Mediare i potenziali conflitti derivanti da interessi asimmetrici o divergenti;
- Accrescere la sensibilità culturale e contribuire al cambiamento di prospettive di popolazioni radicate verso delle società culturalmente omogenee.

#### **Universo Politico:**

- Promuovere la cultura Nazionale, accrescendo così la credibilità e l'autorità morale di una Nazione sulla scena politica internazionale;
- Affermare gli interessi nazionali dando forma alle preferenze e agli interessi degli altri attori della politica internazionale, ovvero inducendo delle trasformazioni di carattere idea nazionale e normativo all'interno della società internazionale.

## **Universo Economico:**

• Aumentare la partecipazione e la redditività degli scambi culturali con l'estero, attraverso l'aumento della propria quota di mercato all'interno dell'economia creativa globale".<sup>6</sup> Si potrebbe affermare che la Diplomazia Culturale, possiede la capacità, unica, di influenzare le percezioni ideologiche di individui, di comunità di culture, o di intere nazioni, che possono contribuire alla realizzazione dei cinque principi sottostanti, in un processo concatenato in cui la realizzazione del primo principio, attiva il secondo, che a sua volta permette l'attivazione del terzo fino al raggiungimento del quinto ed ultimo principio, quello di pace e stabilità globale.

I principi sono:

- Il rispetto e il riconoscimento delle diversità culturali e dei Patrimoni Culturali
- Il Dialogo interculturale globale
- Giustizia, uguaglianza e interdipendenza socio-culturale
- La salvaguardia internazionale dei Diritti dell'uomo.
- Ricerca della Pace Globale e Stabilità

Dopo aver fornito diverse definizioni di diplomazia Culturale e i rispettivi obiettivi che la contraddistinguono, è necessario ricercare le origini storiche e le nozioni basilari a cui tale concetto si ispira".<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>“La nuova strategia dell'Unione europea per le relazioni culturali internazionali I confini concettuali e le nuove sfide per la rinascita del soft power europeo”, pp 14-16  
<sup>7</sup><http://www.rebelalliance.eu/glossary.html>

## **1. Le origini e gli sviluppi della diplomazia culturale:**

“La Diplomazia Culturale nasce come attività governativa finalizzata a mettere in mostra un’immagine positiva della Nazione agli occhi di altri Paesi rappresentando un prezioso strumento volto alla creazione di relazioni durature con gli altri stati, protagonisti della scena internazionale. In la Nazione può raggiungere uno status di “leader normativo”, una sorta di guida morale nell’ambito delle relazioni internazionali.

Tenendo presente, anzitutto, che questo ramo del sistema delle relazioni internazionali, accanto alla diplomazia politica ed economica, configura quella serie di comportamenti che s’identificano, come disse Joseph Nye, nel soft power in contrapposizione all’hard power ovvero al ricorso alla violenza, la diplomazia culturale, utilizza “armi” essenziali quali le lingue, i costumi, le tradizioni, lo sport e le arti in tutte le sue molteplici declinazioni, avendo come fine ultimo quello della migliore comprensione tra i popoli.

Il termine diplomazia culturale, è stato coniato abbastanza di recente, anche se non mancano nella storia diversi esempi del genere. Ad esempio, già nel primo secolo d.C. vi era la tradizione, inaugurata dall’imperatore cinese Wu Zetian della dinastia Tang, di fare dono di panda in segno di pace agli imperatori del Sol Levante. Tale usanza, reintrodotta durante un certo numero di anni, dalla Repubblica Popolare Cinese, è stata avviata verso i popoli dei Paesi a regime socialista, quasi a manifestare riconoscenza e rinsaldare i legami verso società con le quali si condivideva un identico credo politico.

In questa pratica, l’elemento dominante era il tentativo di orientare le percezioni delle opinioni pubbliche per favorire gli obiettivi di chi la metteva in atto.

Neppure s’identifica con la nozione di diplomazia culturale, la politica introdotta nell’Ottocento dalle Grandi Potenze Europee, in particolare Regno Unito, Francia, Spagna e anche Italia, d’imporre le loro culture e soprattutto l’impiego delle rispettive lingue nei territori facenti parte dei loro imperi coloniali. Tali trasferimenti a senso unico, al contrario dello scambio e dell’arricchimento reciproci, rispondevano al tentativo di sviluppare un rapporto sinallagmatico con altre popolazioni.

Con la Guerra Fredda, e con essa il dissolvimento degli imperi coloniali, emersero due Grandi Potenze, gli Stati Uniti d'America e l'Unione Sovietica. In quest'era bipolare, la cultura aveva svolto un ruolo importante, da un lato, per esaltare politiche educative ispirate all'ideologia marxista-leninista e, dall'altro, per mettere l'accento sui vantaggi dei regimi liberali e dei sistemi capitalistici; ma anche in questo caso, il fine propagandistico restava dominante.

Viviamo ora, dopo la fine del mondo bipolare emerso dalle rovine del Secondo Conflitto Mondiale e terminata, a seguito del dissolvimento dell'Unione Sovietica, la fase di "preminenza" della sola Grande Potenza rimasta, gli Stati Uniti d'America, l'epoca della globalizzazione: epoca sulla quale, peraltro, permane un dibattito animato.

Per globalizzazione, infatti, non intendiamo soltanto la liberalizzazione degli scambi commerciali attraverso la progressiva riduzione dei dazi doganali; e neppure unicamente lo sviluppo di mezzi di trasporto che riducono le distanze tra continenti, facilitando così la circolazione delle persone al di fuori dei confini nazionali. Questa transnazionalità è accresciuta dal ricorso alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione o, ancora, il sorgere di grandi società multinazionali in grado, talvolta, di condizionare perfino i governi.

Altri fattori hanno modificato profondamente la scena internazionale, quali le conseguenze del processo di decolonizzazione e l'affermazione di nuovi Stati indipendenti; o, ancora, la diffusione su quasi tutti i continenti di più luoghi di "esercizio del potere" (e il ruolo dei cosiddetti BRICS - Brasile, Russia, India, Cina e Sud-Africa - ne è l'esempio più noto) capaci, nel loro agire, di "fare concorrenza" alle grandi potenze di un tempo.

Sorge spontanea la domanda: quale deve essere il ruolo della diplomazia culturale nell'era che stiamo vivendo? Rispondere a questa domanda non è certo facile soprattutto se si considera che ai giorni nostri la globalizzazione si presenta come un processo ancora incompiuto e incompreso.

Perché incompiuto? Perché qualcuno spera ancora di riuscire a far sopravvivere le forme di un "ordine precedente" corrispondenti a consolidati modelli cognitivi.

E perché incompreso? Perché ancora si tenta di contenere questo processo nei paradigmi interpretativi del passato senza fare il salto concettuale che comporta un cambiamento di per sé radicale.

Partendo da queste premesse, deriverebbe la spiegazione della globalizzazione sia come “complessità”, dovuta all’intensificarsi delle relazioni tra una rete sempre più fitta di problemi da superare, sia come “omologazione”, come appiattimento, cioè, su indirizzi e su comportamenti ritenuti difficilmente mutabili perché considerati abitudinari. In altri termini, la globalizzazione non va misurata con paradigmi del “pre globale”, sognando cioè la restaurazione o la normalizzazione e il ritorno al passato. Bisogna, invece, prendere atto che è necessario quel cambio di paradigma di comprensione del mondo, anche se spesso si rischia d’interpretare i fatti in maniera distorta proprio per “rifiutare le novità” adagiandosi al “dejà vu”.

Così, si accetta che la globalizzazione produca non solo la riduzione delle distanze attraverso il ricorso a tecnologie sempre più avanzate, ma anche la mobilità delle persone, delle merci e dei capitali, rischiando di chiudere lo sguardo di fronte all’insorgere di nuovi tipi di conflitti, di violenze, di pregiudizi e di odi: in una parola, di muri non più visibili a occhio nudo come quello che fino al 1989 divideva Berlino. Il mondo è caratterizzato, sempre più, da quella forma di lotta diffusa, pervasiva e delocalizzata che chiamiamo Guerra Ibrida.

Una guerra che coinvolge numerosi attori creando contrapposizioni e che si manifesta sotto forme completamente nuove, non convenzionali. Questo è il “nemico silente” che la Diplomazia Culturale deve respingere.

È necessario operare una rottura radicale con le vecchie strategie che, ponevano l’accento sulla complessità quale elemento caratterizzante del sistema delle relazioni internazionali.

La globalizzazione deve essere in grado di gestire le differenze tra sensibilità non coincidenti: in ultima analisi, quelle forme e quei processi del sistema delle relazionali internazionali che permettano di gestire le diversità allontanando lo spettro dell’hard power. In questo modo si respinge quindi, in maniera decisa, la tesi di Karl von Clausewitz secondo cui la guerra non sarebbe altro che la “prosecuzione della politica con altri mezzi”.<sup>8</sup> Questo spostamento concettuale è

---

<sup>8</sup>Carl von Clausewitz, *Della guerra*, Torino, Einaudi, 2007, p. 9.

avvenuto finora soltanto in parte, tanto è vero che sia il potere globale omogeneizzante, sia il sovranismo, rispecchiano la lettura di eventi reali nuovi con paradigmi vecchi.

Qui entra in gioco la “diplomazia culturale”, che non è soltanto appannaggio degli apparati istituzionali, ma di un’infinità d’altri attori. La cultura non è soltanto conoscenza, ma tocca soprattutto la trasmissione del “saper vivere”; oggi infatti è entrata in crisi la capacità di saper trasmettere la sapienza della vita. Già Dante, nel *Convivio*, parlando della sapienza come “cibo” di cui dobbiamo nutrirci, rimproverava ai “chierici”, ai professionisti, ai “color che sanno” di non essere più in grado di trasmettere ai “laici” quella cultura che avrebbe aiutato il genere umano a condurre una vita esemplare conforme alle virtù morali e intellettuali descritte già dai grandi filosofi greci, in particolare Aristotele<sup>9</sup>.

Se, dunque, la “diplomazia culturale” vuole essere uno strumento efficace per cercare di migliorare il sistema delle relazioni internazionali, il primo tema da affrontare consiste nel declinare in maniera schietta, cioè senza infingimenti, senza secondi fini, la capacità di trasmettere quel “saper vivere” che si declina in termini di pace, di superamento delle disuguaglianze, di smettere di odiare e di vincere i rancori. Ciò si deve declinare, soprattutto, in termini di arricchimento reciproco.

Come non ricordare, a questo proposito, ciò che insegna Michelangelo Pistoletto quando sostiene che l’arte, che “non ha mai smesso di partecipare alle avventure dell’umanità accompagnandone in ogni passaggio l’evoluzione, limitando l’ego e promuovendo il noi”.

Dunque in che modo realizzare una società nella quale tutte i suoi membri siano uguali e abbiano le stesse chances di riuscita? Occorre, anzitutto, riconoscerli vicendevolmente come uguali e l’uguaglianza implica pari dignità e pari opportunità senza distinzioni dovute alla razza, al sesso, alla nazionalità, alla religione o al censo.

Gli uguali sono al contempo diversi; l’uguaglianza vive nella diversità tutelando i diversi, combattendo le differenze e arricchendo le nostre società. Le diversità di cultura, di carattere, di gusti, d’inclinazioni sono espressione del fatto che tutti

---

<sup>9</sup> Dante Alighieri, *Convivio*, (a cura di C. Vasoli e D. De Robertis) Milano –Napoli, Letteratura Italiana Einaudi, 1988, Trattato I Capitolo I, pp. 2-3



noi, indipendentemente dal continente cui apparteniamo, siamo l'espressione più evidente della nostra uguaglianza.

Una società fatta a livello mondiale di soggetti appiattiti nella loro identità, sempre identica a sé stessa, non è composta di esseri diversi e, quindi, non è uguale. Porta al ripiegamento in sé stessi e, in ultima analisi, a creare quelle disuguaglianze fonte di rigurgiti sovranisti che riemergono immemori delle guerre, dei genocidi e delle barbarie.

Per questo la "Diplomazia Culturale" può essere declinata come insieme di comportamenti volti a rafforzare, attraverso lo scambio reciproco, la cooperazione tra soggetti internazionali e, in primo luogo, gli Stati. La Diplomazia Culturale è quindi lo strumento di navigazione più adatto nel difficile periodo di transizione che stiamo vivendo".<sup>10</sup>

Dunque, siamo in un mondo multipolare e decentrato, manipolato continuamente dalle tecnologie comunicative, denso di pericoli definiti "asimmetrici", calato in una cornice storica, ben precisa. Si sta chiudendo, infatti, una fase che, dall'indomani del 9 novembre 1989, aveva visto affermarsi, tra le altre, due maggiori elementi della globalizzazione, le quali sembravano essere invincibili; la potenza sovietica da un lato, che crollò assieme al Muro di Berlino e quella democratica liberale per eccellenza: il grande Leviatano statunitense.

Riecheggiano ancora le famose parole di uno dei più importanti studiosi della scuola liberale delle relazioni internazionali : John Ikenberry, autore del libro "Il Leviatano liberale : origini crisi e trasformazione dell'ordine mondiale americano" ( 2013)<sup>11</sup> , un'indagine sulla logica e sul carattere in continua trasformazione dell'ordine liberale.

Egli sostiene che l'organizzazione egemonica dell'ordine internazionale liberale caratterizzante il 21 secolo è in crisi, anche se si tratta di una crisi di successo e di governance, interna al sistema americano che va ripercuotendosi a livello mondiale.

---

<sup>10</sup>Intervento dell'Amb. Luigi Guidobono Cavalchini Garofoli durante la Conferenza del 29/03/2019: "La Diplomazia Culturale nell'era della globalizzazione."

<sup>11</sup> John Ikenberry, *Il Leviatano liberale: origini crisi e trasformazione dell'ordine mondiale americano*, Torino, Utet Università, 2013

Ikenberry propone una tesi molto ottimistica in tal senso: l'assetto forgiato dagli Stati Uniti è vittima del loro stesso successo; nonostante ciò, sono stati gli stessi a sconfiggere la grande minaccia sovietica garantendo la crescita economica e la nascita di nuovi grandi centri di potere come la Cina e l'India. Questo, da un lato ha portato tali potenze a percepire la centralità di Washington, dall'altro, ha sviluppato una tendenza da parte degli Usa a sottrarsi ai vincoli e a imboccare la via dell'unilateralismo. È necessario quindi che la grande potenza americana, adotti in tale contesto, una strategia particolare che prevede la rifondazione di un nuovo patto più esteso del precedente e che l'autorità sia condivisa da un'ampia coalizione di stati tra cui anche la Cina che, da attore competitivo, risulterà un attore cooperativo. Solo una cooperazione tra potenze potrà fornire risposte adeguate. Inoltre Ikenberry pone fortemente l'accento su un aspetto che molti autori realisti tendono a sottovalutare, in altre parole la provenienza delle minacce del 21 secolo, le quali non derivano dai singoli stati, ma dai singoli processi globali definendole minacce diffuse e in evoluzione. Tra queste ricordiamo: pandemie che non derivano da mani umane, ma le conseguenze sono devastanti; riscaldamento globale che minaccia di dare avvio a ondate di migrazioni ambientali e carenze alimentari destabilizzando gli stati più deboli e poveri; proliferazione nucleare o ancora le reti terroristiche che è il nuovo spettro della violenza transnazionale non statale.

In particolare l'odierno terrorismo è definito di terza generazione, un terrorismo jihadista, un fenomeno multidimensionale, multi direzionale e multilaterale che ha come obiettivo quello di sovvertire l'ordine internazionale e la sicurezza pubblica. A parlare della trasformazione dell'ordine internazionale sono molteplici autori, i quali evidenziano il netto cambiamento cui stiamo assistendo che passa dalla lineare evoluzione al pluralismo più sfrenato. Francesco Rutelli, autore del manuale "la Diplomazia Culturale Italiana" (2018), delinea un quadro dettagliato e chiaro riguardo l'attuale fase storica attraversata.

“Oltre al crollo delle due potenze , egli fa riferimento a una forte stagione di ‘internazionalismo’ delle democrazie liberali, attive, seppur con forme diverse tra loro, in ciò che è stato definito “Responsabilità da proteggere” (un diritto-dovere di intervenire nelle aree di crisi umanitarie) avente da un lato un versante “progressista”, orientato a società aperte, diritti umani e affermazione della democrazia politica; dall'altro ,un versante “neo-conservatore”, rivolto a forme

di 'esportazione della democrazia', anche attraverso l'uso della forza e l'imposizione di cambi di regime. Altra tendenza, più propriamente istituzionale, ha visto il consolidamento di soggetti del multilateralismo quali accordi e compromessi internazionali nelle sedi ONU, il ruolo della NATO, la crescita del WTO nello sviluppo globale dei commerci. A ciò si è aggiunta l'espansione del processo di integrazione europea, contrapposta all'attuale orientamento a concentrare i poteri nelle mani degli stati sovrani adottando strategie identitarie: politiche unilaterali stanno prendendo il posto di quelle multilaterali di cui "l'America First" di Trump ne è un esempio. Assistiamo inoltre a crescenti fratture nelle aggregazioni sopranazionali, a partire dalla Brexit fino ai tentativi di fratture infra-statali, come nel caso catalano. Il processo di integrazione in Europa sta attraversando una profonda crisi di idee, di consenso, di governance, oltre che di proiezione globale, ed ospita crescenti divergenze politiche e competitive tra i suoi membri".<sup>12</sup> "Tornano dunque regnare gli Stati-nazione facendo accrescere le dinamiche dettate spesso da singoli ed immediati interessi, con istituzioni multilaterali frequentemente superate, e opinioni pubbliche disinteressate, o decisamente favorevoli all'emersione di figure autoritarie. Infatti i sistemi autocratici continuano a conquistare consensi ed attrattiva a seguito della limitazione delle conflittualità interne e la promessa di crescita della prosperità. In merito alle restanti aree del mondo invece, nell'area mediorientale continua a essere protagonista la conflittualità con attori statuali e con alleanze a geometria variabile - tra Turchia, Egitto, Israele, Arabia Saudita, Iran, altri paesi del Golfo. Una Russia assertiva e una Cina che decide di investire, pur attraverso dichiarazioni di prudente multilateralismo, su una proiezione di ascesa geopolitica a medio termine, anche attraverso la rieleggibilità a vita del proprio leader".<sup>13</sup> "Spiega Rutelli: E' sbagliato trascurare, l'importanza della Diplomazia Culturale: La diplomazia culturale apre grandi opportunità per un paese come il nostro, e in tempi difficili per l'economia, la diplomazia culturale diventa uno strumento di benessere, di crescita economica e di contributo alla pace internazionale".<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Francesco Rutelli, *La Diplomazia culturale italiana*, Roma, Incontro di Civiltà, 2018, p. 19

<sup>13</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, pp. 20-21

<sup>14</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, p.18

### 1.111 potere gentile: il Soft Power

“Non è corretto identificare il concetto di Diplomazia Culturale con quello, introdotto nei primi anni '90, del soft power. Nel contesto di una dirompente crescita dei processi di globalizzazione, Nye non intendeva diminuire l'importanza dell'hard power, ovvero degli strumenti classici della politica di potenza delle Nazioni, basati in particolare sulla forza militare e l'egemonia economica.

Nel dibattito promosso da Nye nell'arco di oltre 25 anni, si manifestano varie forme di diplomazia pubblica in grado di mettere in atto i principi del soft power che altro non erano che forme di accrescimento della reputazione di una Nazione e, dunque, dell'efficacia della sua proiezione internazionale.

Tuttavia, il concetto di soft power, presentato come modalità di proiezione “dolce” del potere delle nazioni, appare oggi piuttosto in crisi, come strumento di dialogo multilaterale basato su principi universali”.<sup>15</sup>

“Il termine soft power cerca di definire dunque una dimensione del potere sociale che non si basa sulla metafora del “bastone e della carota” (ossia la capacità di costringere o persuadere attraverso una ricompensa) ma sull’“attrazione”, con l'intenzione di spiegare la capacità degli attori del sistema internazionale, soprattutto degli stati, nel guidare e nel condurre gli altri. Ad esempio, egli sostiene che nella Guerra Fredda gli Stati Uniti prevalsero non ultimo grazie all'attrazione esercitata dalla loro cultura e dalle loro istituzioni sul resto del mondo (incluse le popolazioni che vivevano oltre la cortina di ferro)”.<sup>16</sup>

Che cos'è dunque il soft power?

Ecco alcuni esempi rappresentativi di come Nye spiega questo concetto nel suo autorevole libro intitolato “Soft Power: The Means to Success in World Politics” (2005): [...]

“Il potere indica la capacità di influenzare il comportamento altrui al fine di ottenere gli esiti desiderati. Ma ci sono diversi modi di influenzare il

---

<sup>15</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, pp. 24-25

<sup>16</sup>Peter Baumann e Gisela Cramer, *Sul soft power: alcune osservazioni*, “Impero seduttore”. Il soft power nelle relazioni Stati Uniti-America Latina”, n. 8, 2015, p.9

comportamento degli altri: li si può costringere con le minacce, li si può indurre con dei compensi o attrarre e cooptare”.<sup>17</sup>

Oppure: “È la capacità di ottenere ciò che si vuole tramite la propria attrattiva piuttosto che per coercizione o compensi in denaro. Nasce dal fascino della cultura, degli ideali e delle pratiche politiche di un paese. Quando le nostre politiche appaiono legittime agli occhi degli altri, il soft power si rafforza”.<sup>18</sup> E ancora: “Il soft power di un paese si basa principalmente su tre risorse: la sua cultura (là dove è affascinante per gli altri), i suoi valori politici (quando se ne dimostra all’altezza in patria e all’estero) e le sue politiche estere (quando sono considerate legittime e ricche di autorità morale)”.<sup>19</sup>

Successivamente, ha cercato di chiarire il suo pensiero presentando una “definizione più formale del concetto”: “L’hard power fa pressione, il soft power attrae. Nella sua piena definizione, il soft power è la capacità di influenzare gli altri attraverso mezzi di cooptazione, quali fissare l’agenda, convincere e esercitare un’attrazione positiva, al fine di ottenere i risultati desiderati”.<sup>20</sup>

“Come interpretare tali affermazioni? L’idea di base sembra ridursi a quello che Nye chiama “attrazione” e soprattutto, pare, all’attrazione normativa (la “legittimità” percepita o reale) dei valori, degli ideali, delle politiche e della cultura di un agente (paese). Nye insiste invece nel sottolineare che il soft power non si basa sulla manipolazione e sull’inganno, ma secondo la sua visione, le operazioni psicologiche (o “psy-ops”) atte a manipolare e a ingannare, forse efficaci in un contesto di guerra, in tempo di pace sono controproducenti poiché tendono a minare la credibilità di coloro che cercano di influenzare gli altri. <sup>21</sup>Il soft power di Nye è invece, o almeno così sembra, un atto di persuasione nel senso buono della parola in cui persuasione significherebbe spiegare, chiarire e “convincere le persone con delle argomentazioni”.<sup>22</sup> Senza dubbio, la capacità di spiegare comunicando è già di per sé una risorsa di potere. Tuttavia, l’atto di persuasione delineato da Nye non racchiude di per sé alcuna definizione

---

<sup>17</sup> Joseph S. Nye, *Un nuovo futuro per l’America*, Torino, Einaudi, 2005, p.4

<sup>18</sup> Joseph S. Nye, *Un nuovo futuro per l’America*, cit., p.6

<sup>19</sup> Joseph S. Nye, *Un nuovo futuro per l’America*, cit., p.14

<sup>20</sup> Joseph S. Nye, *The Future of Power*, New York, Public Affairs, 2011, pp. 20-21

<sup>21</sup> Peter Baumann e Gisela Cramerop. cit., p. 11

<sup>22</sup> Joseph S. Nye, *the Powers to Lead*, Oxford-New York, Oxford University Press, 2008, pp. 39 e 95.

significativa di potere sociale. Ciò non significa che non esista l'autorità normativa (vale a dire il potere di ottenere consenso nei confronti del proprio orientamento normativo rispetto ad altri), ma tale autorità normativa non si fonda quasi mai esclusivamente sull'orientamento normativo e sull'argomentazione razionale. Si prenda ad esempio il caso del Papa. Non possiede un esercito eppure, anche tra molti non cattolici che non credono nel potere (coercitivo) del Papa, la sua parola ha autorità morale. Si può quindi dire che il papa dispone del soft power, come infatti suggerisce Nye. Da dove nasce dunque l'autorità del papa? Il Papa occupa un ruolo sociale specifico ancorato a strutture istituzionali specifiche. Ciò gli permette di esercitare (una certa) autorità normativa".<sup>23</sup>

"A parte le difficoltà nell'inquadrare i meccanismi di queste forme sfuggenti di potere, ci sono buone ragioni per ritenere che la capacità di far volere agli altri ciò che si vuole, si basi, in fin dei conti, su qualcosa di più della semplice "attrazione". Qualche tempo fa, il sociologo Steven Lukes ha proposto un concetto divenuto noto come "la terza dimensione del potere", che a prima vista sembra piuttosto simile al soft power di Nye: "A può esercitare potere su B facendogli fare ciò che non vuole, ma esercita anche il potere su di lui influenzando, formando o determinando la sua stessa volontà".<sup>24</sup>

Se questo sembra simile alla distinzione di Nye tra hard e soft power, per Lukes e altri analisti critici, quest'ultima forma di potere ha un margine di comprensione più difficile. "Non è forse l'esercizio del potere supremo che ci fa ottenere che un altro o altri abbiano i desideri che si vuole che abbiano (cioè, di garantire la loro conformità controllando i loro pensieri e desideri)?" si chiede Lukes. "Non c'è bisogno di parlare a lungo di Brave New World o del mondo di B. F. Skinner, per rendersi conto di ciò. Il controllo del pensiero assume forme molto meno totalizzanti e più banali, attraverso il controllo delle informazioni, i mass media e i processi di socializzazione."<sup>25</sup> La differenza rispetto a Nye non è solo che Lukes, ispirato da Antonio Gramsci, punta qui a una forma più sinistra di potere che determina il consenso dei soggetti disposti alla dominazione, cioè, il consenso nei confronti di uno stato di cose che si scontra contro i propri interessi e benessere. Egli suggerisce anche che le forze al lavoro qui poggiano su risorse piuttosto

---

<sup>23</sup>Peter Baumann e Gisela Cramer *op. cit.* p.12

<sup>24</sup> Steven Lukes, *Power: A Radical View*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2004, p. 23

<sup>25</sup> Steven Lukes, *op.cit.*, p.33

“dure”, per esempio, la capacità di controllare il flusso delle informazioni. In effetti, si suggerisce qui, che avere potere su cuori e menti nelle situazioni di una certa importanza implichi il potere di plasmare l’ambiente in cui viviamo, lavoriamo e cresciamo, e che vincola la gamma di possibilità di ciò che possiamo pensare, valutare e fare. La capacità di modellare i cuori e le menti, non è così diversa dalla capacità di costringere”.<sup>26</sup>

“Come scrive il professor Nye: “È più facile attrarre gli altri verso la democrazia che costringerli a essere democratici”. Ciò non implica che il Soft Power sia automaticamente qualcosa di buono, moralmente legittimato dalla sua “non violenza”, da questo punto di vista lo studio non può che essere avalutativo: ogni forma di giudizio dipende dai fini che si cercano di conseguire con il suo impiego e a questi ultimi esso deve limitarsi”.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup>Peter Baumann e Gisela Cramer, *op.cit.*, p.17

<sup>27</sup>Peter Baumann e Gisela Cramer, *op.cit.*, p.12

## 1.2 Hard Power /Soft power:

Dopo aver analizzato alcuni concetti base, in particolare cosa significhi disporre di potere diretto contrapposto all' "ars della seduzione", è bene far riferimento alla storica distinzione di cui parla J. Nye. In particolare, oltre alla classificazione tra i due poteri, verranno analizzati in che modo il Soft Power si configura in un contesto internazionale, le rispettive fonti, i differenti volti del potere relazionale derivanti da tale distinzione, fino ai vari approcci che portano alla definizione di Cosmopolitan power. Ed infine una serie di critiche rivolte a tale teoria. "Un paese può raggiungere i suoi scopi in politica internazionale perché altri paesi – che ammirano i suoi valori, emulano il suo esempio, aspirano al suo stesso livello di prosperità e apertura – desiderano seguirlo. In tal senso, nel campo della politica internazionale è importante anche stabilire le priorità e attrarre gli altri, e non solo costringerli a cambiare minacciandoli con la forza militare o le sanzioni economiche. Il Soft Power, fa sì che gli altri vogliano gli stessi risultati cui miriamo noi, coopta le persone anziché forzarle." <sup>28</sup>

In particolare, Nye in "Soft Power: The Means to Success in World Politics (2004)", sottolinea una netta distinzione tra Hard power e Soft Power, approfondendo quest'ultimo aspetto attraverso lo schema interpretativo dello spettro di potere.

	<i>HARD POWER</i>	<i>SOFT POWER</i>
<i>Spettro dei comportamenti</i>	– <b>Comando</b> ←	Scelta della priorità Attrazione <b>Cooptazione</b> →
<i>Risorse</i>	Forza > Sanzioni pagamenti > corruzioni	Istituzioni Valori Cultura Politica

Secondo tale schema L'Hard Power si caratterizza per:

<sup>28</sup>Joseph S. Nye, *Un nuovo futuro per l'America*, cit., p.8



1. Capacità di influenzare i comportamenti riferito all'ambito del comando e della coercizione, misurabile attraverso l'osservazione delle variazioni di comportamento. Possiede alcuni limiti quali la necessità di conoscere le preferenze effettive, la dipendenza dal contesto relazionale e la non prevedibilità.

2. Possesso delle capacità o delle risorse tangibili le quali sono misurabili attraverso la stima delle risorse possedute. Anche in tal caso sono presenti alcuni limiti tra cui la non determinabilità dei risultati e la presenza di risorse non interscambiabili e storicamente contingenti

In merito all'Soft Power invece , Nye delinea ugualmente :

La capacità di influenzare i comportamenti inerente all'ambito dell'attrazione e della cooptazione, misurabile attraverso l'assenza del ricorso a sanzioni e minacce e l'allineamento volontario a valori e/o obiettivi istituzionali. Tra i vari limiti, rientra la non prevedibilità, una dimensione contestuale accentuata e la presenza di caratteristiche individuali (di singoli o di sistemi politici) determinanti.

2- Il possesso delle capacità o delle risorse riferita all'ambito delle risorse intangibili, misurabile attraverso l'interrogazione diretta dei cittadini mediante sondaggi e focus groups. Anche qui rientrano dei limiti tra cui il controllo delle risorse e una ricezione individuale e situata che possiede una prospettiva a lungo termine. Dunque in che modo si possono perseguire gli obiettivi internazionali? E come secondo Nye si configura il Soft power in un contesto internazionale?

In primo luogo, è possibile minacciare con la forza di un intervento armato, o prevedere delle sanzioni economiche, come nella dimensione del comando e della coercizione; altro metodo, potrebbe essere quello di usare il potere economico al fine di fornire incentivi, tentando forme di induzione. Si potrebbe anche agire sulle preferenze definendo le priorità e determinando l'agenda setting. Altro strumento potrebbe essere quello di fare appello all'attrazione, fedeltà o riconoscenza, ai valori, alla cultura, alle politiche che si professano comuni, al fine di convincere gli altri che sia giusto agire per preservarli, giungendo infine alla cooptazione.

Se tuttavia , uno stato riesce a persuadere gli altri a seguire i propri obiettivi senza ricorrere a minacce esplicite o a forme di scambio, se, quindi, il "comportamento

è determinato da un'attrazione percepibile ma intangibile", allora il Soft Power può definirsi in azione .<sup>29</sup>

Esistono inoltre diverse fonti di Soft Power e in tal senso Nye effettua una differenziazione tra fonti riferendosi a due ambiti: internazionale e domestico. Riguardo il primo è fondamentale evidenziare il rispetto per le leggi internazionali, le norme, regimi e altre istituzioni; la fiducia nella cooperazione e riluttanza nel risolvere i problemi unilateralmente; il rispetto per i trattati internazionali e per gli impegni dettati dalle alleanze; la volontà di sacrificare l'interesse nazionale a breve termine per contribuire con soluzioni multilaterali ai problemi internazionali e in ultimo, ma non meno rilevante, l'apertura economica.

Relativamente all'ambito domestico invece, secondo Nye, sono importanti le dimensioni della cultura riferendosi essenzialmente allo stile di vita e in particolare alla coesione sociale, qualità della vita, liberismo e un atteggiamento tollerante. L'altra dimensione , è quella delle istituzioni politiche quali democrazia , costituzionalismo, liberismo/pluralismo o una burocrazia governativa effettivamente funzionante.<sup>30</sup>

Dalla distinzione tra Hard Power e Soft power, derivano differenti "volti" del potere relazionale. Il primo considerato da Nye è il volto pubblico in cui un attore ricorre a minacce e ricompense per modificare il comportamento degli altri, contrastando spesso le preferenze iniziali. Gli attori 'subordinati' hanno una percezione diretta di tale forma di potere, e pertanto sono coscienti che un attore specifico sta esercitando potere su di loro.

Il secondo è il volto nascosto attraverso cui un attore agisce in modo da limitare le scelte strategiche di un altro: questi potrebbe anche non accorgersi dell'azione costrittiva dell'altro, così come potrebbe esserne consapevole e accettare in ogni caso tale situazione. Ed infine il volto invisibile mediante il quale un attore riesce a modellare convinzioni, percezioni e preferenze dell'altro: questo il più delle volte non ne è consapevole, e in tal modo non riesce a riconoscere chi detiene

---

<sup>29</sup>Joseph S. Nye, *Un nuovo futuro per l'America*, cit., p.10

<sup>30</sup>Gallarotti G.M., *Cosmopolitan power in international politics: a synthesis of realism, neoliberalism and constructivism*, New York, Cambridge University Press, 2010, p.23

l'effettivo potere <sup>31</sup>. Tuttavia, a partire dal Soft Power, è possibile rintracciare degli approcci conseguenti.

Walter Russel Mead all'interno di un suo articolo intitolato "The America's sticky power" (2004), elabora una sorta di tripartizione basata sulla natura delle risorse parlando di sharp, sticky e sweet power. Lo Sharp power definito anche 'pratico e non sentimentale', si identifica nel potere militare. È un elemento statico perché risponde a una versione tradizionale delle RI. Lo Sticky power in cui il potere economico crea delle relazioni attrattive ma vischiose; tuttavia l'interdipendenza economica ridurrebbe i conflitti. Ed infine lo Sweet power simile al soft power, il quale si basa sull'attrattività dei valori.<sup>32</sup> Non tutti ne percepiscono la gravità (es. i diritti umani o le politiche di genere). Nye, in tal caso, sottolinea come vi sia una relazione biunivoca tra il potere e le linee teoriche delle RI.

In particolare, l'hard Power risponde a un approccio realista; il soft Power invece risponde ad approcci neoliberali, istituzionalisti e costruttivisti. Ed è qui che si inserisce il concetto di Cosmopolitan power il quale riassume gli approcci tradizionalmente utilizzati nella definizione del potere e li sintetizza in virtù di una continua integrazione tra dimensioni materiali e immateriali, in modo da suscitare ammirazione" per generare l'allineamento delle preferenze.

I principi fondamentali di questa forma di potere sono anzitutto l'ottimizzazione del potere assoluto e quello relativo, mediando, quindi, tra il potere proprio dello stato e la necessità di adeguarsi al potere delle strutture in secondo luogo Il potere nazionale il quale non è innato, né fisso, ma deriva dalle interazioni ed è pertanto definito dal contesto sociale.

Ed infine l'obiettivo di uno stato che altro non è che la stabilizzazione della sicurezza in cui l'anarchia rappresenta un fattore determinante. Il cosmopolitan power tuttavia ha alla base un suo funzionamento che si riferisce a tre tipologie di processi: il soft empowerment ovvero una sensazione di espansione delle proprie possibilità che deriva dall'emulazione, per la quale arriverebbero a minimizzarsi i punti di frizione tra attori sostanzialmente simili e l'hard disempowerment, un processo di carattere generale per il quale l'aumento di potere, da qualunque tipo

---

<sup>31</sup> Joseph S. Nye, *Un nuovo futuro per l'America*, cit., p.18

<sup>32</sup> Walter Russel Mead, *America's Sticky Power*, "Foreign Policy", 141,2004, pp. 46-53

di risorsa, può in realtà generare effetti di impoverimento, che rischiano di aggravarsi poiché gli stati non hanno idea del fenomeno in corso, e si ritrovano più deboli di quanto credano di essere. Ne è un esempio il consueto eccesso di fiducia sulle risorse di hard power. Diversificazione ottimale la quale consiste nell'accorto utilizzo strategico delle risorse a disposizione, adattando e modellando le risorse per il conseguimento del potere cosmopolita alle caratteristiche degli attori e dei contesti.<sup>33</sup>

“Il potere è, dunque secondo Nye, un discorso seducente. Tuttavia, anche un discorso seducente è potere. Si tratta in fondo di un assunto che, nella tradizione del pensiero occidentale, risale almeno alla scuola dei filosofi sofisti nella Grecia della metà del V secolo a.C. e, con varie modalità. È stato scandagliato dalla tradizione realista, da quella marxista e post-strutturalista ed è ancora tutt'oggi oggetto di numerose critiche. Tuttavia, è alquanto difficile non vedere come nell'argomentazione di Nye ci sia in realtà un'esaltazione dell'egemonia americana nel mondo, anche se in realtà il termine 'egemonia' compare soltanto tre volte nel volume del 2004.

Se il termine 'egemonia' non pare a Nye del tutto soddisfacente, resta comunque piuttosto curioso che il teorico del 'soft power' sviluppi la sua tesi senza mai citare né confrontarsi con Antonio Gramsci e la sua nota nozione di “egemonia culturale”, che pure ha avuto molta fortuna tra i teorici della politica internazionale. Nel riconoscere l'esistenza di una forma di dominio non diretto (o non violento), ma di dominio attraverso la persuasione e la seduzione di un discorso, l'anatomia del potere di Gramsci non fa tuttavia sconti alla sua brutalità.

Il potere culturale e intellettuale sono strumenti essenziale e imprescindibili per la stabilità di un sistema di potere, ma colui che è soggetto ad essi è un 'agente' illusorio: esso è un 'corpo docile' e malleabile proprio perché essenzialmente 'soggetto'. È proprio in questo snodo della riflessione che Gramsci e Nye sono quanto mai distanti. Per lo studioso di Harvard, il potere, quando è 'soft', mostra anche la sua presunta natura benigna e aggraziata. Se pur riconoscendo l'importanza delle risorse economiche e militari ('hard') per la proiezione del 'soft power', Nye fa fatica a riconoscere quanto quelle stesse risorse servano parallelamente ad annichilire e annientare sistemi culturali e morali alternativi. Per

---

<sup>33</sup>Gallarotti G.M., *op.cit.*, p.13

esempio, dietro il mito dell'attrattività del modello del libero mercato, si cela la brutalità con cui questo modello economico abbia finito per ristrutturare le strutture della produzione industriale e agricola di altre aree del mondo, generando conseguenze devastanti per i sistemi sociali e perfino per le reali opportunità economiche che quei sistemi sono oggi in grado di generare per i propri cittadini.

Il sistema culturale e tecnologico americano ha senza dubbio prodotto innovazioni e dibattiti di grande valore, ma è proprio la sua natura imprenditoriale e la sua capacità, meramente economica e finanziaria, di creare un brand inarrivabile a far sì che la creatività possa essere riconosciuta come tale solo se si sviluppa all'interno di quel sistema. Se si sviluppa altrove, essa semplicemente non viene valorizzata. Le idee che non vengono raccontate al centro dell'Impero, perdono il loro statuto di idee. È qui racchiusa l'invisibile violenza del 'soft power' americano che Nye oblitera del tutto nella sua celebre tesi: in primo luogo, se il potere 'soft' si risolve nella cooptazione, le risorse del potere servono anche a comprare e ad appropriarsi delle idee della periferia, rendendole parte ed emanazione del potere stesso.

In secondo luogo il potere materiale e militare riesce ad annichilire proiezioni e spazi culturali alternativi, isolandoli politicamente attraverso sanzioni economiche, embarghi o interventi armati e stigmatizzandoli contemporaneamente attraverso un discorso egemonico che è soltanto la riproduzione delle più brutali gerarchie internazionali. La capacità di attrazione, insomma, è anche e soprattutto la capacità di generare repulsione verso i nemici, di condannarli moralmente senza che essi abbiano materialmente possibilità di replica. È proprio qui che il potere di un discorso seducente e il discorso seducente del potere, l'attrattività del dominio, finiscono per fondersi: Il 'soft power' concepito come parallelo all' 'hard power' è in realtà semplicemente la forma invisibile del potere brutale che arriva laddove la materialità della violenza non può arrivare. Joseph S. Nye cade nell'essenzialismo del mito di un potere benigno: il nutrimento di una "ginnastica d'obbedienza" che vedeva la strada di emancipazione intellettuale lunga almeno quanto quella che ci porta a non capire (più) che 'non ci sono poteri buoni' .<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup><https://ilmanifesto.it/la-violenza-invisibile-del-soft-power-per-una-critica-di-joseph-nye/>

### **1.3 Diplomazia culturale e l'interesse nazionale Italiano:**

“La cultura è un elemento essenziale dell'identità italiana nel mondo e rappresenta un patrimonio materiale e immateriale cui attingere per affrontare le sfide della contemporaneità. Ne fanno parte a pieno titolo la lingua italiana, come eredità del passato e ponte verso il futuro, e la ricerca scientifica, settore in cui il nostro Paese può vantare punte di eccellenza a livello mondiale. La promozione culturale occupa quindi un ruolo fondamentale nella politica estera del nostro Paese e costituisce uno dei principali strumenti di proiezione esterna. Tutti i soggetti e le iniziative di promozione culturale realizzate dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, fanno capo alla Direzione Generale per la promozione del Sistema Paese, tra cui:

Gli Istituti Italiani di Cultura che curano le relazioni con le istituzioni culturali dei Paesi di accreditamento e promuovono la cultura e la lingua italiana attraverso l'organizzazione di corsi di lingua, spettacoli, mostre e concerti in 61 Paesi del mondo; le scuole italiane all'estero, che toccano punte del 90% di alunni stranieri; la rete degli Addetti Scientifici e il sostegno ai progetti dei ricercatori italiani nel mondo;

gli Accordi e i Protocolli culturali e scientifici; le borse di studio che aprono le nostre Università agli studenti di tutto il mondo; le missioni archeologiche, molte delle quali attive da anni in aree di eccezionale importanza; l'appoggio all'Unesco, di cui l'Italia è uno dei principali sostenitori; la Commissione Nazionale Italiana per l'Unesco che cura le candidature dei siti italiani alle Liste del Patrimonio UNESCO; I premi alla traduzione, i dottorati di italiano e la Settimana della Lingua Italiana nel mondo; la certificazione CLIQ per l'italiano di qualità”.<sup>35</sup>

Dove si colloca, nel mondo in rapido cambiamento, l'interesse nazionale italiano? “Per molto tempo la fisionomia unica dell'Italia è stata proposta in modi inadeguati. Solo di recente, si è fatta strada una maggiore consapevolezza della sua importanza. La Diplomazia Culturale italiana è oggi doppiamente preziosa non solo per promuovere l'interesse nazionale, ma anche per contribuire a relazioni internazionali basate sul dialogo e il miglioramento della coesistenza e la

---

<sup>35</sup>[https://www.esteri.it/mae/it/politica\\_estera/cultura](https://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/cultura)

pace, in un mondo che torna ad essere molto sensibile a sovranismi ed assertività nazionalistiche.

Si è considerato, nonostante seppure questa consapevolezza sia cresciuta solo negli ultimi anni, che molte industrie, dai settori di rilievo a quelli artigianali, siano ispirate da fattori culturali e da peculiari capacità tecniche e manuali, tanto da parlare di un vero e proprio ‘genio’ italiano.

Sono da considerarsi dei veri `processi integrati che la sedimentazione territoriale, le tradizioni e le capacità inventive italiane, hanno portato al successo internazionale: alle automobili ad alta tecnologia, agli occhiali, dagli accessori che indossiamo, all’arredamento. Siamo una ‘nazione creativa’ che si manifesta anche nell’invenzione e nella riuscita di Festival ed eventi, sia di rango globale, che radicati e diffusi in ogni angolo del Paese, nell’affermazione di direttori artistici, organizzatori culturali, scuole di formazione per lo spettacolo, studi di progettazione ed imprese creative, con attività in molte regioni del mondo. Non basta più, dunque, per definire questo profilo dell’Italia, riferirsi alle filiere ‘auree’ del riconosciuto prestigio della nostra cultura: arte antica, musica, spettacolo dal sistema produttivo all’opera - incluse le attività formative, i settori tecnici, i servizi, la logistica. Questi caratteri potenti della fisionomia italiana contemporanea, non più solo le eredità del passato, sono dunque determinanti per l’economia e l’occupazione e sono essenziali per la percezione positiva del nostro Paese nel mondo. È ovviamente inequivocabile l’integrazione di quelli che sono i fattori culturali nel sistema economico italiano, e il loro impatto per la nostra struttura produttiva e le esportazioni.

Per questo infatti, si può definire l’Italia come una potenza mondiale nella Cultura.

Ma in che modo quindi , L’Italia , potenza culturale per eccellenza , ha praticato Diplomazia culturale nel corso della storia mediante la sua politica estera?”<sup>36</sup>

“Anzitutto, occorre richiamare il fatto che L’Italia, dal secondo Dopoguerra, ha definito e praticato una proiezione timida dell’interesse nazionale. Dapprima, come Germania e Giappone, in conseguenza del disastro delle dittature che hanno portato al II conflitto mondiale, e del ripiegamento post-bellico, l’Italia ha

---

<sup>36</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, p.18

ancorato la sua proiezione internazionale ai due pilastri dell'Alleanza Atlantica e dell'integrazione europea, ed ha collocato la Diplomazia Culturale nazionale e la valorizzazione politico-economica della Cultura e delle nostre industrie creative in posizioni marginali, largamente trascurate, nel 70ennio repubblicano, essenzialmente per tre ragioni :

Una ragione 'alta': da tre quarti di secolo, l'Italia ha escluso un profilo politico di tipo nazionalistico, privilegiando l'ambito multilaterale, accanto ai richiamati pilastri atlantico ed europeo, secondo una prevalente visione , anche giuridica , di tipo universalistico dietro cui vi è sicuramente una forte motivazione storico-politica.”<sup>37</sup>

“Il nostro Paese ha superato lentamente le conseguenze della propaganda del fascismo, che aveva fatto di molti caratteri distintivi della storia e del patrimonio culturale nazionale un martellante strumento – in Italia e all'estero – del regime mussoliniano.

Nonostante le indubbie qualità nelle produzioni artistiche, nell'architettura, nella nascita di industrie culturali (come quella cinematografica), nella definizione di norme di tutela all'avanguardia (anche in campo archeologico), la scellerata avventura del Ventennio, sino alla catastrofe bellica, aveva contribuito a deviare il faticoso percorso di definizione di una moderna identità nazionale unitaria italiana, sviluppatosi nei decenni di fine Ottocento e intorno alla prima Guerra, al termine del secondo conflitto mondiale, ogni orgoglio per la grandezza delle eredità culturali del nostro Paese è stato dunque posto in secondo piano.

Possiamo collegare ciò, al pluridecennale timore nutrito dai gruppi dirigenti democristiani, delle sinistre e liberali nell'utilizzare e legittimare nel discorso pubblico la parola Patria.

Ma il cammino per riconoscere le qualità italiane appartiene a un patriottismo pienamente democratico è ancora lungo e faticoso : l'italianità moderna è promotrice e rispettosa delle diversità, contrasta chi si propone “sopra ogni cosa ,ed è fortemente ancorata a valori umanitari e pluralistici e universali.”<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, p. 66

<sup>38</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, p.67



“La terza ragione è stata di tipo istituzionale-organizzativo: nell’ambito della nostra politica estera, la dimensione culturale è stata sostanzialmente un fattore minore, se non decorativo, nonostante l’ottima volontà di singoli funzionari e diplomatici; sono stati rari i Ministri degli Affari Esteri ad aver considerato la Diplomazia Culturale come una componente rilevante di politica estera. Un dicastero dedicato alle competenze culturali è nato solo alla metà degli anni ’70 (come Ministero dei Beni Culturali e dell’Ambiente); è divenuto, alla fine degli anni ’90, il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, prova di un’attenzione insufficiente sul piano interno, e di un’azione limitata sul piano internazionale.

Tra i diversi livelli istituzionali, competenze e modalità gestionali sono state poco coordinate, ed hanno riguardato principalmente: missioni archeologiche, in particolare nelle regioni mediterranee, collaborazioni in campo artistico e museale; mostre, eventi culturali, concerti, cooperazioni universitarie e in campo scientifico; le attività della Dante Alighieri per la promozione della Lingua italiana; l’opera degli Istituti di Cultura; le iniziative per gli italiani all’estero.

Eppure, già negli anni del boom economico alcune tra le nostre imprese più innovative avevano avuto notevoli caratteri culturali: pensiamo al profilo illuministico dell’attività industriale e di ricerca dell’Olivetti, per citare uno straordinario esempio produttivo e socio-culturale.”<sup>39</sup>

“Le aziende pubbliche capaci di proiezione internazionale (l’ENI, in primo luogo) hanno saputo avvalersi di personalità dell’arte, del cinema, della documentaristica, di creativi e pubblicitari per presentare al pubblico e raccontare’ aspetti delle loro esperienze produttive.

Le invenzioni del disegno industriale e della pubblicità legata a nostri prodotti (con attività centrate soprattutto a Milano) si sono integrate profondamente con le vicende industriali del tempo. Si sono sviluppati settori cultural-industriali di richiamo mondiale, come la “Hollywood sul Tevere” di Cinecittà. Nei decenni successivi, si sono affermate meravigliose ammiraglie, o navi veloci, di prestigio globale, a partire dai marchi della Moda.

Dagli anni ’80-’90, è gradualmente cresciuta la considerazione pubblica verso il ruolo internazionale delle nostre industrie culturali e creative, associate

---

<sup>39</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, p.68

maggiormente alle necessità competitive del sistema-Paese, nell'ambito di un commercio sempre più aperto, ed è venuto particolarmente crescendo il ruolo delle industrie del cibo ('consacrato' nel 2015 con l'Expo di Milano).

Oggi, del tradizionale sistema espositivo, fieristico e dei Festival italiani, sono più competitivi a livello di vertice nel mondo proprio gli eventi legati a questi settori, tra i quali il Salone del Mobile di Milano (col suo 'Fuori Salone'), Vinitaly a Verona, gli appuntamenti della filiera della Moda."<sup>40</sup>

"Tuttavia, anche nell'ambito delle associazioni d'impresa, questi aspetti sono stati più o meno considerati, essenzialmente in ragione dei loro impatti in termini di bilancia commerciale; o come "accompagnamento" d'immagine dell'export e della penetrazione italiana sui mercati esteri, anche attraverso eventi culturali, mostre d'arte e concerti.

Elementi evocativi della qualità dello stile di vita italiano (una desiderabile "Dolce Vita") e, insieme, della competitività dei nostri prodotti.

Solo da pochi anni, i governi hanno compreso l'importanza strategica di questa proiezione all'estero, come di un elemento determinante per il ruolo e gli interessi nazionali.

Sono aumentate l'attenzione dei vertici politici, l'azione del Ministero dei Beni e le Attività Culturali, le linee di sostegno da parte del Ministero dello Sviluppo Economico al Made in Italy (specialmente attraverso l'ICE, oggi ITA) e in particolare l'iniziativa della Farnesina, con l'attività di una dinamica Direzione Generale per la promozione del Sistema Paese, il rafforzamento e il coordinamento delle attività della rete diplomatica e la crescita dei nostri Istituti di Cultura nel mondo.

L'Italia è arrivata dunque ad un appuntamento importante: deve investire, con strumenti nuovi ed una leadership coinvolgente ed aperta, sulle nuove potenzialità della Diplomazia Culturale."<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, p.69

<sup>41</sup> Francesco Rutelli, *op.cit.*, p. 72

## 1.4 Institute for Cultural Diplomacy : atti storici della Diplomazia Culturale

L'Institute for Cultural Diplomacy Fondato nel 1999 negli Stati Uniti, (ICD) è un'organizzazione internazionale non governativa senza fini di lucro con sede negli Stati Uniti. L'ICD riflette come in un mondo sempre più globalizzato, in cui le persone sono in grado di viaggiare e scambiare informazioni più rapidamente vi è un'interdipendenza tra nazioni, comunità e individui.

A questo proposito, l'ICD ritiene che le relazioni inter- e intra-culturali possano essere rafforzate e mantenute attraverso un dialogo e uno scambio costante e continuo. Questi, a loro volta, portano a una migliore comprensione e una maggiore fiducia tra le nazioni e le comunità, prevengono le incomprensioni, migliorano la comunicazione e la cooperazione contribuendo a ridurre la probabilità di conflitti e controversie socioculturali.

L'Institute for Cultural Diplomacy è stato fondato con lo scopo di promuovere la diplomazia culturale a livello globale; così facendo, l'ICD contribuisce a raggiungere la pace globale rafforzando le relazioni interculturali.

***"Lo scopo ultimo dell'ICD è promuovere la pace e la stabilità globali rafforzando e sostenendo le relazioni interculturali a tutti i livelli." <sup>42</sup>***

L'attività primaria dell'Istituto per la diplomazia culturale si concentra sullo sviluppo e la promozione del settore della diplomazia culturale con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza e la comprensione del settore in tutto il mondo, sia a livello locale che internazionale; L'ICD lavora continuamente per sviluppare nuove e innovative iniziative di diplomazia culturale.

Gli obiettivi principali dell'ICD sono estendere la ricerca, i programmi e le pratiche attuali nel campo della diplomazia culturale e creare una piattaforma per promuovere e sostenere il dialogo interculturale a tutti i livelli. L'ICD incoraggia attivamente e sostiene la diplomazia culturale come disciplina accademica. Oltre a promuovere la diplomazia culturale attraverso le proprie iniziative, l'ICD promuove anche la diplomazia culturale sostenendo attivamente il lavoro già svolto in questo settore collaborando e comunicando con altri attori del settore.

---

<sup>42</sup> [http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en\\_abouticd](http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_abouticd)

Le attività dell'ICD sono implementate ed eseguite dalle sue quattro principali istituzioni partner: l'Accademia per la diplomazia culturale, l'Organizzazione per l'educazione e lo sviluppo giovanile (OYED), l'Alleanza interparlamentare per i diritti umani e la pace globale (IPAHP) e l'ICD House of Arts& Cultura.

Attraverso l'arte, la musica e lo sport, innumerevoli individui e gruppi hanno impiegato la diplomazia culturale nel corso della storia. Occorre infatti richiamare l'attenzione su una specifica sezione di tale organismo che ci consente di avere una panoramica completa su questioni di interesse universale attraverso l'espressione culturale al fine di facilitare i conflitti e promuovere la cooperazione internazionale.

A partire da eventi come il lancio del programma Fulbright, fino alla recente Diplomazia del basket, sono documentati atti individuali di diplomazia culturale praticati nel corso della storia, rendendo omaggio a entrambe le principali e meno pubblicizzate istanze di diplomazia culturale.

**1946**

## **PROGRAMMA FULBRIGHT**

### **Fondazione del programma internazionale di scambio educativo**

Nel 1946 il Senato degli Stati Uniti introdusse la legislazione proposta da James William Fulbright e fece storia stabilendo il primo programma internazionale di scambi educativi al mondo. Il programma, finanziato dal governo degli Stati Uniti, è stato lanciato con l'intento di promuovere la pace e la comprensione tra gli individui, le istituzioni e i futuri leader dei paesi di tutto il mondo.

Il senatore James William Fulbright disse in merito al programma "mira a portare un maggiore conoscenza, comprensione degli affari mondiali aumentando quindi le possibilità che le Nazioni imparino finalmente a vivere in pace e amicizia." Sin dal suo inizio il programma Fulbright ha fornito a oltre 325.000 partecipanti l'opportunità di condurre ricerche all'estero, e ha reso possibile la circolazione internazionale di persone, culture e idee. Tale programma è stato il pionieristico

progetto educativo che ha consentito un ampio sviluppo degli scambi accademici in tutto il mondo.

## **Anni '50 /60**

### **GLI AMBASCIATORI JAZZ USA**

L'anima di una nazione tradotta in musica.

Adam Clayton Powell Jr., un rappresentante statunitense di Harlem, suggerì che, invece di inviare sinfonie e gruppi di balletti all'estero, gli Stati Uniti avrebbero dovuto inviare musicisti jazz.

“In questo modo, il mondo vedrebbe la vera America”.

Il solista può suonare tutto ciò che vuole fintanto che rimane nel tempo e la corda cambia proprio come, in una democrazia, l'individuo può dire o fare ciò che vuole fintanto che obbedisce alla legge. I tour di Jazz Ambassador sono durati molte settimane, con alcuni dei più grandi musicisti jazz degli Stati Uniti come Dizzie Gillespie (1956), Louis Armstrong (1961) e Benny Goodman (1962). In un momento in cui l'immagine dell'America era offuscata in tutto il mondo, il cuore e l'anima della nazione erano tradotti in un ritmo che il resto del mondo poteva comprendere e apprezzare. Dalle polverose strade del Cairo al cuore stesso dell'Unione Sovietica, gli ambasciatori del jazz americano avrebbero cercato di dimostrare che la loro nazione era tutt'altro che "culturalmente barbarica", come spesso sosteneva la propaganda sovietica all'epoca.

## **1954**

### **AMBASCIATORE DI BUONA VOLONTÀ**

Le Nazioni Unite hanno nominato il primo Ambasciatore di buona volontà.

Nel 1954, il famoso attore e cantante americano Danny Kaye divenne il primo ambasciatore di buona volontà delle Nazioni Unite. Era la prima volta che il potere dello status di celebrità era stato utilizzato per raggiungere un pubblico globale con l'obiettivo di migliorare la vita di milioni di bambini in tutto il mondo. Da allora, un totale di 16 organizzazioni delle Nazioni Unite hanno introdotto il

programma Goodwill Ambassador. Ogni anno, le star dello schermo, della musica, dello sport e della letteratura sostengono i nobili obiettivi delle Nazioni Unite e diventano sostenitori delle persone bisognose. Il campo del loro lavoro volontario è ampio: passa dalla partecipazione a audizioni pubbliche, galà di raccolta fondi o concerti per impegnarsi in progetti nelle zone post-conflitto. È un eccellente esempio di come l'arte, la cultura o lo sport possano essere utilizzati per attirare l'attenzione globale e favorire una maggiore comprensione della miriade di sfide affrontate quotidianamente da bambini e persone vulnerabili in cui il coinvolgimento delle celebrità nella politica globale ha migliorato le relazioni tra i gruppi divergenti, attuando in tal modo la diplomazia culturale.

**1956**

### **GARA MUSICALE EUROVISION**

Concorso per la canzone più popolare in Europa.

L'idea di creare un concorso canoro europeo è emersa per la prima volta negli anni '50, quando i paesi europei hanno tentato di ricostruire e reintegrarsi dopo la seconda guerra mondiale. Marcel Bezencon, direttore generale della televisione svizzera e presidente della European Broadcasting Union, ha proposto di istituire un concorso per la canzone TV che sarà trasmesso a tutti i paesi europei.

Il primo concorso di Eurovisione si è tenuto nel 1956, a Lugano, in Svizzera; è stato realizzato in soli sette paesi, eseguendo due brani ciascuno. L'Euro vision si è espansa rapidamente con un numero sempre maggiore di paesi partecipanti, nella misura in cui l'Eurovisione del 2014 conterrà oltre 30 partecipanti diversi. Tra le numerose regole del concorso una delle più importanti, dal punto di vista della diplomazia culturale, è che non è possibile votare per un artista proveniente dallo stesso paese dell'elettore. Ciò porta ad enfatizzare l'apprezzamento delle canzoni di altre culture, piuttosto che incitare semplicemente alla competizione tra i rappresentanti di determinati paesi.

**1959**

### **LA MOSTRA NAZIONALE AMERICANA A MOSCA**

Sfondare la cortina di ferro mostrando la cultura americana a Mosca.

Nel 1957 l'Unione Sovietica e gli Stati Uniti accettarono di organizzare mostre nei rispettivi paesi come mezzo per promuovere la comprensione attraverso lo scambio culturale e avviare un processo di avvicinamento. Prendendo il comando nel 1958, l'URSS ha tenuto una mostra a New York per mostrare il meglio della vita sovietica prima che gli americani portassero la loro mostra a Mosca l'anno successivo. Sponsorizzati dai rispettivi governi, le mostre includevano dimostrazioni di vita quotidiana, industria, ingegneria e intrattenimento. Mentre i sovietici si concentrano sull'epitome delle loro innovazioni tecniche, gli americani si sono concentrati sulle molte sfaccettature della vita quotidiana contemporanea negli Stati Uniti. Con l'ultima moda, elettrodomestici, televisori, automobili e ricreando una casa modello, la mostra americana ha portato al famoso "dibattito in cucina"; il primo incontro ad alto livello tra il sovietico Nikita Krusciov e gli Stati Uniti Richard Nixon dal Vertice di Ginevra del 1955. Le mostre hanno portato a discussioni e dibattiti tra americani e russi a tutti i livelli della società, offrendo una rara opportunità per il dialogo interculturale. Anche se i due paesi non erano d'accordo su tutto, come ad esempio il loro modello economico era il migliore, entrambi i leader hanno convenuto che i loro paesi dovrebbero essere più aperti l'uno all'altro. Il progetto intendeva restringere il divario tra i sovietici e gli americani e migliorare le relazioni tra loro. Anche se i due paesi non erano d'accordo su tutto, come ad esempio il loro modello economico era il migliore, entrambi i leader hanno convenuto che i loro paesi dovrebbero essere più aperti l'uno all'altro.

**1987**

### **PROGRAMMA ERASMUS**

Ampliare gli orizzonti e promuovere la consapevolezza interculturale.

Il programma di scambio di studenti "Erasmus" dell'Unione europea è stato fondato nel 1987 e da allora si sta espandendo, includendo un numero crescente di

paesi e più livelli di studio. Nel 2007, il programma Erasmus è stato incorporato nel "Programma di apprendimento permanente 2007-2013" dell'Unione europea. Dalla sua creazione, quasi 3 milioni di studenti hanno preso parte a questi scambi. Il programma prende il nome dal filosofo olandese Desiderius Erasmus di Rotterdam, che visse e lavorò in molti posti in Europa per espandere le sue conoscenze e acquisire nuove conoscenze. Allo stesso modo, il programma dell'UE mira ad ampliare gli orizzonti dei giovani, aiutandoli ad acquisire competenze preziose come la conoscenza delle lingue straniere, l'adattabilità e la consapevolezza interculturale.

**2000**

### **DIPLOMAZIA CULINARIA**

Cucinare un mondo migliore.

La diplomazia culinaria, talvolta chiamata anche "gastrodiplomazia", è definita come l'uso del cibo come strumento per creare una comprensione interculturale nella speranza di migliorare le interazioni e la cooperazione. La diplomazia culinaria è un'innovazione relativamente recente nel campo della diplomazia culturale, che ha fatto la sua introduzione ufficiale all'inizio di questo secolo con diversi governi come la Corea del Sud e la Thailandia che sponsorizzano iniziative culinarie. È stato citato in un articolo dell'Economist del 2002 sul programma "The Thai Kitchen of the World", la prima iniziativa diplomatica culinaria guidata dal governo a livello mondiale che ha coniato il termine e ha ispirato altri governi a seguirne l'esempio. Nel 2012 il governo degli Stati Uniti ha preso atto e ha lanciato la propria iniziativa "Culinary Diplomacy Partnership Initiative"

**2013**

### **DIPLOMAZIA DEL BASKET**

Dennis Rodman porta la sua pallacanestro in Corea del Nord.

Nel settembre 2013 Dennis Rodman, giocatore di pallacanestro professionista della Hall of Fame, in pensione, ha annunciato di aver accettato la posizione di capo allenatore della nazionale di basket della Corea del Nord.



Sebbene inizialmente piuttosto controverso, il viaggio di Rodman è stato sempre più interpretato come un atto significativo di cooperazione bilaterale non governativa che ha indirettamente sciolto le relazioni tra gli Stati Uniti e la Corea del Nord.

Pochissimi americani hanno l'opportunità di visitare la Corea del Nord e nessun singolo leader della Corea del Nord ha ricevuto una visita negli Stati Uniti. In quanto tale, la mossa di Rodman fu piuttosto eccezionale; specialmente considerando che è arrivato a malapena un anno dopo che Pyongyang ha minacciato il mondo occidentale con un attacco nucleare. La cooperazione tra il "ragazzaccio" trafitto, tatuata e maledetta celebrità dello sport americano e Kim Jong-un è un fantastico esempio di Diplomazia culturale attraverso lo sport.

Continua la tradizione di un dialogo interculturale insolito ma efficace, visto per la prima volta con la diplomazia di Ping-Pong degli anni '40. Un approccio meno politicizzato, che non fornisce un prestigio politico diretto o un riconoscimento diplomatico, può avere un'influenza positiva sulle relazioni ufficiali tra paesi.

## **DIPLOMAZIA DI PANDA**

Panda come "Ambasciatori di buona volontà" della Cina nel mondo.

La pratica cinese di regalare i panda come gesto diplomatico risale fino alla dinastia Tang, quando l'imperatrice WuZetian (625-705) inviò un paio di panda ai giapponesi imperatore. La "Panda Diplomacy" fu ripresa negli anni '50, in un periodo in cui la Repubblica popolare cinese cercò attivamente di migliorare i rapporti con i governi occidentali, con uno dei primi scambi nel 1958. Uno degli esempi più notevoli di questa pratica nella storia recente è la donazione di un panda agli Stati Uniti nel 1972, in seguito allo scioglimento delle relazioni sino-americane e alla visita di Nixon a Pechino. Nella cultura cinese, i panda sono considerati un simbolo di pace e amicizia, con il suo colore bianco e nero che ricorda quello di "Yin-Yang", l'antica filosofia dell'armonia, spesso considerata una pietra angolare della moderna politica estera cinese.

## **DIPLOMAZIA DI PING PONG**

Un disgelo nelle relazioni USA-Cina

La "diplomazia del ping-pong" si riferisce allo scambio di giocatori di ping-pong tra la Repubblica popolare cinese e gli Stati Uniti nei primi anni '70.

Uno dei primi segnali di miglioramento delle relazioni tra Stati Uniti e Cina è stato il 6 aprile 1971, quando la squadra americana di Ping-Pong è stata invitata dai loro colleghi cinesi per una visita pagata interamente a spese della Repubblica popolare cinese.

La rivista Time si riferiva a questo evento come "Il ping ascoltato in tutto il mondo".

Il 10 aprile nove giocatori di ping-pong e quattro funzionari hanno attraversato un ponte da Hong Kong alla Cina continentale: erano il primo gruppo di americani a cui fu permesso entrare in Cina dopo che i comunisti presero il potere nel 1949, dando così inizio a un'era della "diplomazia dei Ping-Pong". Uno dei più forti esempi di Diplomazia Culturale, questo semplice atto di riunire persone separate dall'ideologia, dalla distanza e dalla cultura attraverso lo sport di Ping-Pong è considerato uno dei principali precursori della distensione cinese-americana. Sia a Washington che a Pechino, l'evento ha segnato le intenzioni di apertura di entrambi i paesi e ha attenuato i rapporti tesi, aprendo la strada alla famosa visita di Pechino di Nixon nel 1972.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup>[http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en\\_abouticd](http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_abouticd)

## 2. “Il Caleidoscopio” della Diplomazia Culturale

Fare Diplomazia Culturale per un “professionista” delle relazioni internazionali, implica la capacità di osservare a fondo la realtà “altra” del Paese in cui svolgere le proprie attività per individuarne le aree operative dove porre in essere il proprio lavoro in modalità marcatamente inclusiva servendosi di innumerevoli strumenti. Da un’analisi prettamente teorica riguardo i concetti alla base della diplomazia culturale, seguiti dalla sua evoluzione storica, lo studio di tale tema vuole essere maggiormente dettagliato in riferimento agli “attori protagonisti” e di conseguenza agli strumenti della Diplomazia Culturale.

“È necessario considerare che a dispetto dei luoghi comuni, la diplomazia moderna non si esaurisce nel quadro istituzionale delle relazioni internazionali e della politica: fare il diplomatico oggi significa anche occuparsi di economia, cultura, e relazioni multilaterali. Nello specifico, la più grande risorsa del “diplomatico di professione” consiste nella varietà delle sue esperienze, ma ancor più, nella flessibilità del suo approccio: deve diventare sempre di più un comunicatore, non solo attraverso il sito internet della rappresentanza e altri strumenti tecnologici, ma in prima persona, con la propria autorevolezza, in circostanze talvolta difficili, se non ostili. In un’epoca in cui la sua funzione è rimessa in discussione da un’opinione pubblica spesso mal informata, con il corollario di punitivi tagli di bilancio, la diplomazia culturale rappresenta un ausilio prezioso, un’arma pacifica in più”.<sup>44</sup>

“Nell’orizzonte internazionale, quest’ultima dimensione ha acquisto rilevanza sempre maggiore, anche in virtù del peso politico di organizzazioni intergovernative quali le Nazioni Unite (con le sue numerose agenzie), la NATO, l’OSCE, il Fondo Monetario Internazionale e, più recentemente, l’Unione Europea. Pressoché tutte queste istituzioni ospitano infatti un rappresentante permanente delegato da ogni stato membro, un vero e proprio ambasciatore che si vede investito di un nuovo e complesso incarico: negoziare su più fronti, lavorando a stretto contatto con un numero elevato di funzionari e di

---

<sup>44</sup>Mid Term Review: Linee per il rafforzamento della diplomazia culturale italiana (MAECI 12 luglio 2019), p.51

rappresentanti dell'organizzazione stessa come degli altri paesi che ne fanno parte".<sup>45</sup>

Dunque al fine di avere una visione completa della Diplomazia Culturale Italiana oggi, e della sua evoluzione in continuo passo con i tempi, è bene definire un vero e proprio Caleidoscopio esplicativo della varietà dimensionale di quest'ultima in riferimento al nostro Paese.

Una prima dimensione, è definita propriamente istituzionale in riferimento ad attori che elaborano strategie di diplomazia culturale: il Ministero degli affari esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) e il Ministero per i beni e le Attività culturali (MIBAC). Questi, fanno uso di una serie di "strumenti diretti" come ad esempio le Ambasciate o il prezioso aiuto degli istituti di cultura italiani all'estero e nello specifico, l'attività svolta dall'Istituto di cultura italiano a Buenos Aires.

Un secondo livello è considerato sempre istituzionale, ma composto perlopiù da organizzazioni internazionali a carattere sovranazionale come ad esempio l'Unione Europea in previsione di diverse strategie orientate all'integrazione e al rilancio del soft power europeo: è stato proprio questo il fine ultimo della Comunicazione congiunta della Commissione ("Verso una strategia dell'Unione europea per le relazioni culturali internazionali") volta a delineare un quadro strategico per il ruolo della cultura nelle relazioni internazionali dell'Ue.

Ed infine, un terzo livello composto da singoli attori che, nonostante non facciano riferimento a specifiche strategie provenienti da attori istituzionali, rappresentano dei preziosi veicoli di diplomazia culturale, una sorta di "strumenti indiretti": è il caso delle cosiddette "buone prassi" di cui si potrebbe delineare un panorama infinito di elementi che abbracciano vari settori dall'arte, alla musica, alla cucina, al design. Tuttavia, sulla base di esperienze dirette, l'analisi che seguirà, riguarderà alcuni organismi nello specifico, come la Maison d'Italie a Parigi, la compagnia assicurativa Reale Mutua, "l'arte povera" di Michelangelo Pistoletto e infine la Società Dante Alighieri.

---

<sup>45</sup><https://www.ispionline.it/it/informarsi-per-il-mondo/diplomazia-ed-organizzazioni-internazionali>

Pertanto, il Caleidoscopio della Diplomazia Culturale è così strutturato:

**DIPLOMAZIA CULTURALE:**

**ATTORI ISTITUZIONALI: MAECI /MIBAC**

**STRUMENTI DIRETTI:**

Ambasciate, Istituti di cultura, Comando culturale del patrimonio artistico,  
Comitato per la restituzione di opere d'arte

**ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI (UNESCO, UE):**

Il caso dell'Unione Europea: "Verso una strategia dell'Unione Europea per le  
relazioni culturali internazionali".

**SOCIETA' CIVILE:**

Reale Mutua, Maison d'Italie Michelangelo Pistoletto, Società Dante Alighieri.

## 2.1 Gli “attori istituzionali: il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale

“Il Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale, indicato anche con l'acronimo MAECI, oppure come "Farnesina", dal nome della sua sede, il Palazzo della Farnesina a Roma, è il dicastero del governo italiano che ha il compito di attuare la politica estera del governo italiano dal momento che rappresenta l'Italia nel contesto internazionale. L'attuale ministro degli Affari Esteri è Enzo Moavero Milanesi.

Il primo organo a ricoprire questo ruolo, fu la Segreteria di Stato degli Affari Esteri dell'originario Regno di Sardegna il cui nome deriva dallo Statuto Albertino del 1848 con cui si diede vita al dicastero: una delle sue sedi fino al 1922 fu il Palazzo della Consulta a Roma (ora sede della Corte Costituzionale).

La prima grande riforma avvenne con il ministro Carlo Sforza, che riorganizzò il Ministero su base territoriale, sostituita in seguito durante il ventennio periodo in cui la sede venne spostata a Palazzo Chigi. Solo dal 1959 il Palazzo della Farnesina ospita il Ministero degli Esteri, uno tra gli edifici più grandi d'Italia”<sup>46</sup>.

“Al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale sono attribuite dal Decreto Legislativo 30 luglio 1999, circa 300 funzioni e compiti spettanti allo Stato in materia di:

- Rapporti politici, economici, sociali e culturali con l'estero.
- -Rappresentanza e tutela degli interessi italiani in sede internazionale.
- Programmazione e indirizzo dell'azione italiana in materia di cooperazione allo sviluppo.
- Cura dei processi negoziali riguardanti l'Unione Europea.
- Rappresentanza della posizione italiana nell'ambito della politica estera e di sicurezza comune dell'Unione Europea.
- Rapporti con le collettività italiane all'estero e tutela dei cittadini italiani all'estero.

---

<sup>46</sup><https://www.esteri.it/mae/it/>

- Questioni sociali e migratorie in relazione a enti e organizzazioni internazionali.

L'Amministrazione degli Affari Esteri è costituita dall'Amministrazione centrale e da 300 Uffici all'estero: Ambasciate, Rappresentanze Permanenti, Delegazioni Diplomatiche Speciali, Uffici consolari, Istituti Italiani di Cultura, cui si aggiungono 8 scuole statali italiane all'estero.

Le priorità politiche indicate dall'On. Ministro per il 2019, nel più ampio contesto delle direttive del Governo e del Documento di Economia e Finanza per il triennio 2019- 2021, intendono fornire una risposta organica alle impegnative e molteplici sfide che si delineano sulla scena internazionale, trasformandole in una occasione di rilancio e crescita, al fine di perseguire i primari interessi nazionali, sia politici sia di proiezione all'estero del nostro Sistema Paese, in modo da consolidare il ruolo dell'Italia nella Comunità Internazionale, nelle Istituzioni Europee e nelle Organizzazioni internazionali, e favorire al contempo la sicurezza, la pace, lo sviluppo ed il rispetto dei diritti umani.

Tra le Priorità politiche dell'amministrazione espresse nell'Atto di Indirizzo vi sono:

Europa: con l'obiettivo di superare l'approccio frammentato seguito fino ad ora fornendo una risposta concreta alle esigenze dei cittadini.

- Fenomeni Migratori: occupandosi dell'identificazione e dell'introduzione di strumenti per la gestione di breve, medio e lungo termine di tali fenomeni in un'ottica di contenimento dei flussi e rispetto dei diritti umani.
- Mediterraneo: Occorre che vengano moltiplicati gli sforzi per tutelare gli interessi nazionali in un'area di importanza vitale per la sicurezza del Paese, quale il bacino del Mediterraneo.
- Sicurezza e diritti: con l'obiettivo di proseguire iniziative diplomatiche e umanitarie per la prevenzione e risoluzione delle crisi in atto nel vicinato meridionale e orientale e in Africa rendendo più incisiva l'azione degli organismi e dei processi multilaterali (Nazioni Unite, UE, Consiglio d'Europa, OSCE).

- Diplomazia per la crescita e promozione integrata: in un contesto di crescente competitività internazionale, il Ministero dovrà svolgere, sia in Italia sia tramite la rete estera, un ruolo sempre più dinamico per favorire la crescita dell'economia nazionale e dell'occupazione facendo leva sui legami con le nostre comunità nel mondo. Occorre inoltre ricercare e cogliere nuove opportunità nei mercati internazionali, con particolare attenzione alle piccole e medie imprese e a quelle del sud Italia, attrarre investimenti diretti e turismo e promuovere gli interessi delle nostre imprese in tutti i settori, inclusi quelli dell'aerospazio e della difesa, ed infine favorire esportazioni, internazionalizzazione e tutela della proprietà intellettuale e del Made in Italy.
- Sfide globali: promuovere gli interessi italiani con approccio propositivo sia nei fori economico multilaterali (G7, G20, OCSE), sia sul piano del rafforzamento dei rapporti con Paesi dell'Africa, dell'Asia e dell'America Latina.
- Aiuto allo sviluppo: il Ministero è chiamato a rafforzare la struttura di governance di cooperazione allo sviluppo disegnata dalla riforma del 2015.
- Riforma dell'Azione amministrativa : occorre mantenere alta l'attenzione sulla prevenzione della corruzione e la trasparenza".<sup>47</sup>

All'interno di un organismo così fortemente strutturato, quale ruolo occupa la Diplomazia Culturale? Essa rappresenta uno strumento di politica estera attraverso cui "proiettare" esternamente le iniziative culturali facenti capo alla Direzione Generale per la promozione del Sistema Paese.

Quest'ultima è una delle otto Direzioni Generali in cui si articola la struttura del Ministero degli Affari Esteri che, in linea generale, tratta la promozione estera delle componenti del Sistema paese (economia, cultura e scienza) nel loro insieme, incluse le attività delle Regioni e di altre Autonomie territoriali assicurando il sostegno ai loro interessi e esigenze complessive di

---

<sup>47</sup> NOTA INTEGRATIVA A LEGGE DI BILANCIO  
per l'anno 2019 e per il triennio 2019 - 2021  
(art. 21 della Legge n. 196/2009)  
Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale  
<http://www.rgs.mef.gov.it/>



internazionalizzazione. Tuttavia, parlare del grande tema della diversità culturale, in che maniera tutelarla, facendone uno strumento di dialogo e conoscenza reciproca internazionale, sono alla base del lavoro del Ministero degli Affari esteri.

Si tratta di un programma di promozione integrata grazie a risorse finanziarie aggiuntive che hanno lo scopo di creare un meccanismo di governance pratica non solo propriamente descrittiva o di pianificazione centralizzata, ma anche di idee per potenziare la promozione della cultura e della lingua italiana all'estero. E' un piano straordinario che possiede come elemento caratterizzante, quello di tenere insieme tutta la rete diplomatica, consolare, degli istituti italiani di cultura, attorno ad alcuni settori ( design arti visive, spettacolo, cinema, scienza ricerca e diplomazia economica), attorno i quali si crea un piano di promozione annuale legato alla capacità progettuale dei singoli uffici all'estero, con alcune scadenze fisse, come ad esempio la giornata internazionale del design: momenti in cui tutta la rete internazionale si mobilita intorno ad un tema. Ciò consente di avere un valore aggiunto di comunicazione e di mobilitazione delle risorse generando un risultato positivo per la nostra rete. Se si attua un paragone tra i censimenti degli eventi culturali nel mondo dal 2016 a 2018, è stato registrato un aumento del 49 % dei censiti. Le reti degli istituti di Cultura, ambasciate e consolati, alimentati da incontri e attività di informazione sui mezzi per fare cultura, sono dei dati rilevanti ed emblematici a testimonianza del fatto che l'italiano rappresenta sicuramente una delle prime lingue studiate al mondo.<sup>48</sup>

Dunque, precisamente, di quali "strumenti diretti" si serve il Ministero per assolvere a tale compito?

- "Le scuole Italiane all'estero: La rete delle istituzioni scolastiche all'estero costituisce una risorsa per la promozione della lingua e cultura italiana, nonché per il mantenimento dell'identità culturale dei figli dei connazionali e dei cittadini di origine italiana. Rappresentano uno strumento di diffusione di idee, progetti, iniziative, in raccordo con Ambasciate e Consolati e con le priorità della politica estera italiana. Le scuole italiane, infine, sono spesso un punto di riferimento nei Paesi in cui

---

<sup>48</sup> Intervento del Dott. Roberto Vellano (Direttore centrale per la promozione della cultura e della lingua italiana) durante la Conferenza del 29 / 03/19: "Il ruolo della Diplomazia Culturale nell'era della globalizzazione."

operano, potendo produrre per l'Italia ritorni di lunga durata in tutti i settori: culturale, politico ed economico.

- La rete degli addetti scientifici per la promozione all'estero della scienza e della tecnologia italiane che provengono in maggioranza dai ruoli dello Stato e di Enti Pubblici e agiscono per la valorizzazione dei settori di eccellenza della ricerca scientifica /tecnologica e per il sostegno all'affermazione delle imprese italiane che operano in settori di tecnologia avanzata.
- Gli Accordi e i protocolli culturali e scientifici che consentono la nascita di collaborazioni in campo scientifico e tecnologico.
- Le missioni archeologiche, antropologiche e etnologiche italiane all'estero, le quali costituiscono solo un'attività scientifica e di studio di grande rilievo, ma rappresentano un prezioso strumento di formazione di operatori locali e di trasferimento di tecnologie in alcuni settori, come quelli dell'archeologia, del restauro e della tutela del patrimonio culturale, in cui l'Italia si colloca a un livello di eccellenza internazionalmente riconosciuto.
- L'appoggio all'Unesco di cui l'Italia è uno dei principali sostenitori con la presenza della Commissione Nazionale Italiana per l'Unesco che cura le candidature dei siti italiani alle liste del patrimonio UNESCO;
- I premi alla traduzione, i dottorati di italiano e la Settimana della Lingua Italiana nel mondo; in particolare la Settimana della Lingua Italiana nel Mondo è una manifestazione promossa dalla rete culturale e diplomatica ogni anno, nella terza settimana di ottobre, intorno ad un tema che funge da filo conduttore per l'organizzazione di un vasto programma culturale focalizzato intorno alla diffusione della lingua italiana. L'ultima edizione, quella del 2018, programmata dal 15 al 21 ottobre 2018, ha riguardato il tema "L'italiano e la rete, le reti per l'Italiano".  
L'argomento, di grande attualità, ha approfondito i legami e le influenze esistenti tra la lingua italiana, il mondo della rete internet, le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione sociale incluse le piattaforme sociali.
- La certificazione CLIQ per l'italiano di qualità.

- Istituti italiani di Cultura: Gli 83 Istituti Italiani di Cultura (IIC) nel mondo sono un luogo di incontro e di dialogo per intellettuali e artisti, per gli italiani all'estero e per chiunque voglia coltivare un rapporto con il nostro Paese. Promuovono all'estero l'immagine dell'Italia e la sua cultura, classica ma anche e soprattutto contemporanea.

In particolare questi organizzano eventi di arte, musica, cinema, letteratura, teatro, danza, moda, design, fotografia e architettura; gestiscono corsi di lingua e cultura italiana secondo il Quadro Comune Europeo di Riferimento; promuovono la cultura scientifica dell'Italia; gestiscono un'efficiente rete di biblioteche; creano contatti tra gli operatori culturali italiani e stranieri; facilitano il dialogo tra le culture fondato sui principi della democrazia.”<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup>[www.esteri.it/mae/it/politica\\_estera/cultura](http://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/cultura)

## 2.2 L'Istituto Italiano di Cultura a Buenos Aires:

Gli Istituti Italiani di Cultura, rappresentano la scultura principale all'estero, nonché il veicolo principale per fare diplomazia culturale ripartita, operando come protagonista in coordinamento con le sedi consolari e l'ambasciata con cui vi è un rapporto di reciproca integrazione pur nell'autonomia che caratterizza l'istituto. È un attore che all'interno della rete diplomatico consolare, ha il compito di promuovere la lingua e cultura italiana.

Rappresentano entrambi le facce di una stessa medaglia in quanto l'attività degli istituti si basa sull'organizzazione di corsi di lingua in dialogo con eventi culturali promossi dalle istituzioni locali. Al fine di analizzare il ruolo dell'Istituto italiano di cultura a Buenos Aires, è opportuno sottolineare i motivi del legame indissolubile che caratterizza questi due paesi.

Riguardo rapporti dell'Italia con l'Argentina sono tradizionalmente eccellenti, in virtù degli storici legami culturali che legano i due Paesi e di una forte collaborazione bilaterale nel settore dei Diritti Umani, della cooperazione scientifica e tecnologica e dell'Università. I due Paesi collaborano attivamente anche a livello multilaterale ed onusiano ed in particolare condividono le stesse posizioni, all'interno del Gruppo Uniting for Consensus, per la riforma del Consiglio di Sicurezza delle Nazioni Unite. Dal punto di vista economico-commerciale, si ricordano la visita a Buenos Aires di una delegazione di Confindustria Giovani (composta da una trentina di imprenditori) a settembre 2018 e la Missione di Sistema nel settore Energia guidata dal SS Ivan Scalfarotto (Buenos Aires, 12 al 14 dicembre 2017), alla quale hanno partecipato 35 tra le maggiori imprese italiane del settore e che assieme rappresentano un fatturato pari a circa 156 miliardi di Euro.

A maggio 2017, il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, ha effettuato una visita di stato in Argentina. La visita è stata anche l'occasione per la realizzazione di una importante missione imprenditoriale organizzata da Confindustria, MISE e MAECI. L'allora Presidente del Consiglio Matteo Renzi è stato invece fra i primi leader europei a visitare il Paese dall'avvio dell'esperienza di governo di Mauricio Macri (nei giorni 15-16 febbraio 2016). L'ottimo stato delle relazioni bilaterali è stato confermato dalla "Missione di Sistema" guidata dal Sottosegretario di Stato allo Sviluppo Economico Ivan Scalfarotto (17-19

maggio 2016) che ha registrato la presenza di un altissimo numero di imprese, banche, istituti finanziari SACE, SIMEST e università, a conferma di un grande interesse del mondo produttivo italiano per l'Argentina. Durante la visita sono stati firmati 4 accordi".<sup>50</sup>

L'Argentina rappresenta certamente la comunità italiana all'estero più numerosa con all'incirca 868.265 persone iscritte all'anagrafe consolare. Si tratta di un dato che rende tale nazione, la seconda casa degli italiani: tutte le sue principali città infatti contano decine di migliaia di residenti che provengono dal "bel paese" e che hanno deciso di trasferirsi ad oltre 11 mila chilometri di distanza. Diversi sono i motivi che spiegano l'attrazione degli italiani verso questo Paese del Sud America, primo fra tutti sicuramente il fatto che oltre il 50% degli argentini possiede origini italice tali per il fattore linguistico non è da considerarsi un ostacolo insormontabile; L'italiano, è peraltro la seconda lingua più parlata in Argentina. Non solo familiarità linguistica ma anche la cultura, i modi e lo stile argentini sono molto simili a quelli italiani, ispirati in entrambi i Paesi alle tradizioni mediterranee. Non è un caso se uno dei quartieri più famosi di Buenos Aires è Palermo, che sin dall'inizio del Novecento accoglie i migranti italiani. Inoltre, negli ultimi anni, l'economia, nonostante la crisi economica globale, sembra favorire gli italiani che desiderano avviare un'attività o iniziare delle collaborazioni con le realtà locali argentine.<sup>51</sup>

Pertanto Buenos Aires, è sicuramente una realtà culturalmente permeata da eventi che ruotano vanno dalla musica jazz, alla danza, alla cucina, al teatro e che rappresentano un'opportunità di collaborazione in cui, attraverso la programmazione culturale che il Direttore dell'Istituto concepisce da un lato, e sulla base di indicazioni che vengono dal Ministero dall'altro, si "esternalizzano" le iniziative e si passa a lavorare in sinergia con le istituzioni locali.

Questo consente di dare maggiore respiro e visibilità alle stesse iniziative culturali sviluppando un'idea di diplomazia culturale che debba essere svolta sia all'interno che all'esterno, in piena sinergia e coordinamento con le istituzioni del sistema paese e del sistema locale.

Non sono quindi iniziative isolate e a sé stanti, ma fortemente contestualizzate nell'ambito locale rispondendo a strategie ministeriali in modo da trasmettere al

---

<sup>50</sup> [http://www.infomercatiesteri.it/relazioni\\_internazionali](http://www.infomercatiesteri.it/relazioni_internazionali).

<sup>51</sup> <https://www.italianicomenoit.it/italia-argentina/>

pubblico una narrazione di quella che è la logica e la strategia sottesa alla programmazione culturale, volta a trasmettere l'eccellenza unita ad un'immagine dell'Italia sotto l'aspetto culturale che sostiene la diplomazia nell'ambito degli altri settori.

La cultura in qualità di soft power quindi, diviene una sorta di collante e si inserisce in un contesto più ampio delle relazioni internazionali, apportando un valore aggiunto alle altre aree mediante il dialogo, la pace e l'integrazione.

Tra le iniziative di quest'anno particolarmente rilevanti, è importante menzionare:

“ITALIA XXI: è un ciclo sviluppato in due anni (2018 /2019), che intende presentare la scena teatrale, musicale e della danza dell'Italia contemporanea, in uno dei palcoscenici più importanti d'Italia, al di fuori del suo territorio: il Teatro Coliseo di Buenos Aires.

Il progetto, creato dal Teatro Coliseo, in collaborazione con il Ministero dei Beni Culturali d'Italia, l'Istituto Italiano di Cultura di Buenos Aires e l'Ambasciata d'Italia in Argentina, è nato in risposta alla domanda del pubblico locale, desideroso di un contenuto culturale italiano, al fine di promuovere l'eccellenza contemporanea.

Infatti sin dalle origini, l'Argentina ha svolto un ruolo fondamentale nella conservazione della cultura e della lingua italiana. Questo ciclo, mira a rivalutare e rivitalizzare tale legame, in un'ottica di innovazione, nel rispetto della tradizione. ITALIA XXI costituisce un'iniziativa senza precedenti per dimensione e continuità rispetto ai tradizionali eventi in America Latina: la sua tendenza è quella di trasformare una delle patrie della ex emigrazione italiana, in un luogo di nuova curiosità e interesse verso l'Italia, fondata non solo su radici comuni e lontane, ma anche su un presente comune, e lo fa attraverso i suoi artisti e la loro immaginazione. A sua volta, ITALIA XXI, contribuisce al recupero e alla valorizzazione del Teatro Coliseo, unico teatro costruito al di fuori del loro territorio di origine, come un faro di cultura italiana in Argentina, recuperando la sua missione originaria.

La sede centrale di ITALIA XXI è il Teatro Coliseo, tuttavia, da un lavoro in rete con altre importanti entità della Città di Buenos Aires, vengono aggiunti scenari rilevanti come: il CCK (Centro Culturale Kirchner) e il Complesso Teatrale di San Martín. Inoltre, il ciclo sarà presente al Festival Buenos Aires Contemporary

Dance e al Festival Internazionale di Buenos Aires - FIBA, prestigiosi festival internazionali della città di Buenos Aires”.

Altro progetto di particolare rilevanza promosso dall’istituto di Cultura per quest’anno, è “Italia in Scena” nuovissima stagione internazionale 2019 del Complesso Teatrale di Buenos Aires dedicato all'Italia.

Creato grazie ad un'intensa collaborazione tra Italia e Argentina, nasce con l'obiettivo di approfondire i legami culturali tra i due Paesi, attraverso un programma che alterna le produzioni italiane contemporanee a progetti originali preparati congiuntamente da professionisti italiani e argentini. Più di dieci spettacoli di teatro, musica e danza, cinema classico e contemporaneo, conferenze, masterclass, mostre, propongono un viaggio unico alla riscoperta della scena italiana di oggi e di ieri. La programmazione prevede spettacoli che vanno dalla proiezione di alcuni film come “Occident express”, a rappresentazioni in cui si incontrano diversi mondi come quello gestuale del corpo e delle marionette: è il caso di Nudità(Desnudez) i cui ideatori cercano di creare un dialogo tra il corpo e la marionetta su alcune questioni fondamentali come camminare, sedersi, cadere, girare, toccare esplorando allo stesso tempo la trasfigurazione dell’uomo e la naturalezza del gesto. Rappresenta una sorta di esempio di come l’umanità fa emergere le sue fragilità nel momento in cui interagiscono l’animato e l’inanimato.

Altre opere note come la pazzia di Orlando, le sorelle Macaluso, un omaggio a Pirandello con “Kaos Pirandello”, una mostra chiamata “Pirandello a Tutto Tondo” e, per terminare, un tributo all’arte dell’improvvisazione con l’Artista Bollani e il suo spettacolo “Piano Solo”.

Un fitto programma che, insieme ad altre iniziative, funge da veicolo culturale mettendo in mostra un’immagine positiva dell’Italia in qualità di potenza culturale in un Paese in cui la cultura, soprattutto quella Italiana, è un punto di riferimento per tutta la comunità che include una italiana di grandi dimensioni”.<sup>52</sup>

Tuttavia, gli istituti italiani di Cultura, si servono anche di altri strumenti di grande aiuto per assolvere ai loro compiti. È il caso di EUNIC (European Union National Institutes for Culture), organismo nato nel 2006 con l’obiettivo primario di aiutare gli stati membri a costruire partnership e a lavorare insieme, promuovendo e condividendo la diversità culturale e la comprensione reciproca tra le varie culture.

---

<sup>52</sup>[https://iicbuenosaires.esteri.it/iic\\_buenosaires/es](https://iicbuenosaires.esteri.it/iic_buenosaires/es)

È parte della Commissione Europea e di altre Istituzioni, un modello di integrazione che punta a sviluppare una grande entità giuridica e statale, proponendo ai paesi dell'Unione un modello culturale unitario su cui si fondono tutti i programmi e le attività degli Istituti di Cultura dei paesi facenti parte dell'Unione Europea.

Il fine ultimo, è quello di fungere da partner di consegna, ricerca e formazione di scelta per la diplomazia culturale e le relazioni culturali a livello europeo e internazionale entro il 2025.

L'attività di Eunic avviene attraverso l'organizzazione in Cluster, piattaforme di collaborazione dei membri di cui almeno tre membri EUNIC possono unirsi per configurare formalmente un cluster che rappresenta l'intera rete. Solo negli ultimi 10 anni, EUNIC si è evoluta in una rete globale fornendo progetti collaborativi transnazionali attraverso i 36 membri e oltre 100 cluster.

A Buenos Aires è presente un cluster in cui l'Istituto di cultura è membro pieno; a questo si possono associare tutti i paesi membri dell'Unione Europea, o altri che sono europei, ma non sono membri come ad esempio la Svizzera considerato membro associato. Vengono effettuate Riunioni mensili in cui vengono presentate le programmazioni individuali che possono essere inserite in una programmazione europea.

Inoltre sono previsti dei finanziamenti da parte dell'unione Europea attraverso un bando in cui vengono proposte delle iniziative che, in caso di ottenimento, diventano iniziative congiunte.

Tra le iniziative di particolare rilievo nel 2018, ricordiamo Dialogues Globales organizzata dal Ministero della Cultura della Nazione (Argentina) e dagli Istituti nazionali di cultura dell'Unione Europea a Buenos Aires (EUNIC Argentina), in cui relatori provenienti da tutto il mondo hanno parlato del ruolo della cultura come quadro e strumento per l'integrazione di migranti e rifugiati, cercando di rispondere ad alcune domande: cosa significa per una società aprire le sue porte agli altri? Come si fa a vedere il migrante come qualcuno che arriva per contribuire e arricchire un'identità che è in continua evoluzione, e non, al contrario, come un semplice spettatore di una cultura prestabilita? Molteplici sono state le tematiche affrontate sotto vari punti di vista quali empatia e innovazione sociale, genere linguaggio e comunicazione, correnti migratorie, miti - realtà e testimonianze di migranti, esempio emblematico di come le arti visive, la musica, il teatro o il cinema, le manifestazioni culturali nella loro totalità, hanno un



enorme potenziale nell'obbligarci a guardare apertamente la nostra realtà. Tuttavia non riusciremo a dare risposte adeguate agli immigrati se non mettiamo la Cultura, nel senso più profondo dei comportamenti, dei costumi e dei valori, al centro della questione”.

## 2.3 Gli “attori istituzionali”: il Ministero per i beni e per le attività culturali

Il Ministero per i beni e le attività culturali, noto anche con l'acronimo MIBAC, è il dicastero del Governo della Repubblica Italiana preposto alla tutela della cultura, dello spettacolo, e alla conservazione del patrimonio artistico e culturale e del paesaggio.

Di cosa si serve il Ministero dei beni culturali per fare diplomazia culturale?

Oltre accordi, riunioni a livello politico, amministrativo, partecipazione a riunioni, convegni, ci sono due strumenti unici:

1. Comando culturale del patrimonio artistico il cui obiettivo è quello di stipulare accordi con Ecuador, Cina adoperandosi per evitare scambi clandestini, danni ambientali e paesaggistici.

Opera anche sul mercato monitorando fiere, aste su siti e commerce, contrastando le attività di traffici illegittimi di opere d'arte.

Dagli anni 70, l'Italia ha promosso quella che viene definita l'etica del commercio delle opere d'arte controllato da criminalità organizzata italiana. Nel gennaio 2015 con l'Operazione Teseo venne realizzato quello che è stato definito il più grande recupero di reperti ed opere d'arte della storia, recuperando 5.361 reperti risalenti ad un periodo che va dal 1.000 a.C. al III secolo D.C., con un'indagine che per anni ha attraversato numerosi Paesi ed operatori.

2. Comitato per le restituzioni delle opere d'arte: che ha il compito di esaminare tutte le questioni relative al recupero delle opere d'arte italiane che si trovano in altri Paesi, nell'ambito di una generale politica di cooperazione e di interscambio culturale.

Con questa iniziativa, si intende far proseguire e rendere ancora più incisiva l'attività di un organismo che, in passato, ha raggiunto importanti risultati, a conferma della volontà di dare un nuovo e più forte impulso alle attività di recupero di opere d'arte, a tutela del patrimonio culturale italiano.

L'elemento rilevante in tal senso è che, nell'ambito di suddetto organismo, vi è un'attività di restituzione all'Italia, ma al contempo da parte dell'Italia, contribuendo spesso a combattere fenomeni come traffici illegali di beni culturali

e favorendo quindi la distensione dei rapporti diplomatici tra l'Italia e gli altri Paesi nel mondo.<sup>53</sup>

“Nel giugno 2019, il nostro Paese ha restituito al Messico 594 dipinti che erano stati rubati negli anni '60 e trasferiti attraverso il mercato nero nella penisola. Si tratta di oltre cinquecento immagini votive tradizionali, piccoli pezzi di legno dipinti tra il XVIII e il XX secolo da artisti sconosciuti, come offerta di ringraziamento o di devozione a Dio, alla Vergine o a qualche santo. Sono un'espressione di arte popolare profondamente radicata nella tradizione religiosa del Messico, che poggia su un antico sincretismo tra la religione cattolica e le religioni precolombiane.

Per restituire le offerte votive al loro paese d'origine, ci sono voluti poco più di due anni di ricerca e di negoziati diplomatici. Un controllo di routine nel 2016 su un campione di opere a tema religioso a Milano, ha sollevato i sospetti degli agenti dell'unità dei Carabinieri di Monza per la tutela del patrimonio culturale. Qualcosa di poco chiaro emergeva dai pezzi di una mostra intitolata “Dacci oggi il nostro pane quotidiano” in cui erano state esposte tavole votive dedicate al tema della Terra. Di conseguenza fu aperta un'inchiesta sulla pista del traffico illegale di beni culturali a livello internazionale. A giugno del 2016, i carabinieri, insieme ai tecnici del Ministero della Cultura, hanno esteso le ricerche e iniziato a seguire la pista dei dipinti, analizzato l'iconografia e le iscrizioni, e hanno scoperto che le opere erano state rimosse da diversi luoghi di culto in Messico tra il 1960 e il 1970. I dipinti erano poi finiti esposti in due musei italiani, uno in Lombardia e l'altro in Piemonte, a seguito di una donazione da parte di un noto collezionista d'arte milanese, ora deceduto. Da quel momento è iniziata la trattativa diplomatica tra Roma e Città del Messico, finché l'Istituto nazionale messicano di antropologia e storia ha confermato che le offerte votive appartenevano effettivamente al paese. La cerimonia di restituzione delle opere, è esempio della prolifica collaborazione tra Italia e Messico nella lotta contro il traffico illegale di beni culturali. Nel 2014 e nel 2016 l'Italia ha restituito al paese latinoamericano vari pezzi archeologici provenienti da scavi illegali e, lo scorso anno, il Messico ha istituito l'Unità di salvaguardia del patrimonio culturale per la protezione del

---

<sup>53</sup> Intervento del Dott. Marco Ricci, Consigliere diplomatico del Ministero per i beni e le attività culturali durante la Conferenza del 29/03/2019: “La Diplomazia Culturale nell'era della globalizzazione”

patrimonio artistico, storico e culturale del paese, una squadra speciale creata sul modello del Comando dei Carabinieri per la Tutela del Patrimonio Culturale, che vanta oltre cinquant'anni di esperienza in materia. Sin dal 2017, agenti italiani, in collaborazione con l'Istituto superiore di conservazione e restauro, offre agli omologhi messicani corsi di formazione sulle tecniche per la salvaguardia della proprietà culturale in situazioni di emergenza, come nel caso dei due terremoti che hanno colpito il Messico nel settembre di quell'anno. Ciò diviene dunque la dimostrazione di come un atto di Diplomazia Culturale basato sulla restituzione di opere d'arte, rafforzi e renda ancor più stabili, le relazioni diplomatiche tra i vari stati da un lato, promuovendo un'immagine positiva del nostro Paese all'estero anche da questo punto di vista".<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Italo Cosentino, L'Italia restituisce al Messico centinaia di opere d'arte rubate, Sicurezza Internazionale, pubblicato in data (11 marzo 2019)

## 2.4 Gli “attori multilaterali”: Verso una strategia dell’Unione Europea per le relazioni culturali internazionali

“Il quesito da cui partire è: esiste un deficit culturale della costruzione europea? “L’Italia non è certo il solo partner dell’UE ad incontrare difficoltà nel definire la propria collocazione fra tradizione e modernità: lo si osserva nei sostenitori della Brexit nel Regno Unito. Queste divergenze, valgono anche per la costruzione europea nel suo insieme, in cui la credibilità del progetto d’integrazione è sempre più spesso rimessa in discussione: è un trend pericoloso, che può alimentare ovunque la spirale di localismi e sovranismi, se non sarà contrastato da un rilancio identitario, quindi innanzitutto culturale.

Era quanto profeticamente auspicava il Manifesto di Ventotene “Per un’Europa libera e unita”, redatto nel 1941 da Altiero Spinelli ed Ernesto Rossi.<sup>55</sup>

“L’idea che l’Europa potesse riemergere quale sintesi e superamento delle culture nazionali, come avvenne durante il Rinascimento, era ancora presente nell’immediato dopoguerra. Un eminente spirito liberale, José Ortega y Gasset, affermava che senza la formazione di un *Bewußtsein*, di un’autentica “coscienza europea”, nessuna pur mirabile realizzazione materiale ed economica sarebbe bastata a rendere gli europei consapevoli di appartenere a una patria comune”.<sup>56</sup>

“Ma questo ammonimento ha perso vigore, di fronte ad obiettivi di natura economica e sociale certo fondamentali, ma che, come dimostrano le tensioni odierne, non costituiscono più un *acquis* sufficiente a impedire rigurgiti particolaristici, specie quando, alle generazioni permeate dalle prove della dittatura e della guerra, sono seguite quelle non segnate da quella tragica esperienza collettiva. Giusto o sbagliato che sia, l’Europa si è sempre più caratterizzata nei decenni come depositaria di interessi comuni, più che di valori organici.

Nel Trattato di Maastricht sull’Unione Europea (TUE) del 7 febbraio 1992, era menzionato solo «un contributo ad un’istruzione e ad una formazione di qualità e al

---

<sup>55</sup> Cfr. la ristampa curata nel 2017 dal Senato della Repubblica, con la prefazione dell’allora presidente Pietro Grasso.

<sup>56</sup> Conferenza tenuta il 29 settembre 1953 all’Unione degli industriali tedeschi a Monaco e pubblicata con il titolo *Europäische Kultur und Europäische Völker*, Stoccarda, DVA, 1954.

pieno sviluppo delle culture degli Stati membri» all'art.3 p), ossia al sedicesimo punto tra le ventuno azioni promosse dall'Unione per realizzare le proprie finalità.

Nel Trattato di Nizza (2000), di modifica dei Trattati di Roma e del Trattato di Maastricht, non appariva alcun diretto riferimento alla cooperazione tra i membri in campo culturale. Un accenno esplicito alla cultura non fu nemmeno incluso tra i valori dell'Unione, elencati all'art.2 del Trattato che istituisce una Costituzione per l'Europa, adottato per consenso nel giugno-luglio 2003 dalla Convenzione europea. La nozione per cui l'Unione «rispetta la ricchezza della sua diversità culturale e linguistica e vigila sulla salvaguardia e sullo sviluppo del patrimonio culturale europeo.» sarà inserita tra i valori comuni ai paesi membri soltanto all'art.2 del Trattato di Lisbona (2007) entrato in vigore nel 2009, dopo la bocciatura della Costituzione europea nei referendum francese e olandese.

Sul piano multilaterale, va richiamata in primo luogo l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, che fissa gli obiettivi del prossimo decennio per lo sviluppo sostenibile. La cultura vi figura come pilastro fondamentale in termini di qualità dell'educazione per tutti nonché uguaglianza di genere, lavoro dignitoso e crescita economica, industria, innovazione e infrastrutture riduzione delle ineguaglianze e partnership nel raggiungimento di detti obiettivi.<sup>57</sup>

Pertanto, nonostante il cammino verso la costruzione “culturale dell'Unione Europea”, sia ancora lungo e faticoso, è possibile affermare che anche l'Unione Europea può essere considerata un attore di diplomazia culturale a livello multilaterale in qualità di organizzazione internazionale a carattere sovranazionale: qual è il ruolo della Commissione Europea nel settore della cultura? Che cosa comporta? Perché è necessario? Quali sono i risultati fin ora ottenuti?

“Il panorama culturale mondiale è rapidamente mutato negli ultimi decenni: la domanda di scambi e di cooperazione interculturale è cresciuta di pari passo con la rivoluzione digitale. In un mondo che si trova ad affrontare molte sfide e conflitti, la cultura possiede enormi potenzialità per superare le divisioni, rafforzare le società più fragili e migliorare le relazioni internazionali. In tutto il mondo l'Europa viene percepita come un continente ricco di patrimonio culturale

---

<sup>57</sup>Mid Term Review: Linee per il rafforzamento della diplomazia culturale italiana (MAECI 12 luglio 2019) p.43

e pulsante di vibrante creatività. La diversità culturale dovrebbe quindi essere parte integrante dell'azione esterna dell'Unione europea. I singoli Stati membri dell'Unione europea sono responsabili delle proprie politiche culturali da un lato, la Commissione dall'altro, ha il compito di aiutare ad affrontare sfide comuni, come l'impatto della digitalizzazione, l'evoluzione dei nuovi modelli di gestione della cultura e la necessità di sostenere le potenzialità di innovazione dei settori culturali e creativi.

A seguito dell'agenda europea per la cultura del 2007, la Commissione ha adottato una nuova agenda nel maggio 2018, per tenere conto dell'evoluzione del settore culturale la quale si concentra sul contributo positivo della cultura alle società, economie e relazioni internazionali dell'Europa definendo i metodi di lavoro più efficienti con gli Stati membri, la società civile e i partner internazionali.

La nuova agenda europea per la cultura fornisce dunque un quadro di riferimento per la prossima fase della cooperazione a livello dell'UE, che inizia nel 2019. Gli Stati membri definiscono i principali temi e i metodi di lavoro per la collaborazione strategica in materia di cultura, attraverso piani di lavoro per la cultura adottati dal Consiglio dei ministri. Il piano di lavoro per la cultura 2019-2022, adottato il 27 novembre 2018, fissa cinque priorità principali per la collaborazione a livello europeo nel campo delle politiche culturali:

- Agevolare la sostenibilità del patrimonio culturale.
- Migliorare la coesione e il benessere.
- Creare un ecosistema capace di sostenere gli artisti, i professionisti del settore culturale e creativo e i contenuti europei.
- Favorire la parità di genere.
- Potenziare le relazioni culturali internazionali.

Queste priorità sono integrate da 17 azioni concrete con metodi di lavoro e obiettivi chiaramente definiti. Alcune azioni si basano sui risultati ottenuti di recente a livello dell'UE e li sviluppano ulteriormente, ad esempio nel campo del patrimonio culturale o delle relazioni culturali internazionali; altre riguardano temi nuovi, fra cui il settore musicale e la parità di genere. Il piano di lavoro 2015-2018 si concentrava su temi quali l'accessibilità alla cultura, il patrimonio culturale, i settori culturali e creativi (economia creativa e

innovazione), per cui il settore culturale sta diventando sempre più una fonte di nuovi posti di lavoro e contribuisce sia alla crescita in Europa che alla qualità della vita per i cittadini dell'UE, divenendo un eccellente strumento per promuovere l'integrazione e sostenere la diversità culturale.

A seguito del successo ottenuto dai programmi dell'UE Cultura e MEDIA, nel 2014 la Commissione ha dato il via a “Europa creativa”, un programma quadro consolidato a favore dei settori culturali e creativi dell'UE. Il programma è completato da attività di apprendimento reciproco tra i governi degli Stati membri dell'UE, anche attraverso il metodo aperto di coordinamento, a sostegno di progetti che puntano a migliorare gli scambi fra città e regioni, relazioni e studi periodici e raccolte di dati per fornire informazioni mirate e aggiornate sul settore della cultura e la sua economia. Ulteriori misure e priorità politiche vengono individuate mediante la cooperazione culturale internazionale, specie sotto forma di discussioni con gli Stati membri e relazioni periodiche sull'attuazione dell'agenda europea per la cultura.

Tuttavia, ciò che è particolarmente rilevante per l'analisi in questione, è l'adozione di una comunicazione congiunta da parte della Commissione e l'Alto rappresentante dell'Unione per gli Affari esteri e la politica di sicurezza, in data 8 giugno 2016: “Verso una strategia dell'UE per le relazioni culturali internazionali”.<sup>58</sup>

Si tratta di una Comunicazione congiunta al Parlamento europeo e al Consiglio, pubblicata ufficialmente nel giugno 2016 e fortemente voluta dall'Alto rappresentante per la Politica estera Federica Mogherini. Come sottolineato dai giornalisti della redazione del quotidiano “La Repubblica”:

“Malgrado il solito titolo burocratico, questo potrebbe essere un documento che nell'esecutivo Ue qualcuno definisce “rivoluzionario”. [...] una strategia culturale dell'Ue all'estero [...] potrebbe essere un forte strumento di soft-power per l'Unione. [...] La cosa che nelle intenzioni di Bruxelles rende questa iniziativa diversa dalle usuali strategie culturali della Commissione, è che in questo caso si

---

<sup>58</sup> [https://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework\\_it](https://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework_it)



parla di cultura in termini di risorsa economica, con la stessa impostazione che sta dando il ministro dei Beni culturali Dario Franceschini in Italia”<sup>59</sup>

L’incipit della Comunicazione, è un richiamo ai valori fondamentali e alla “missione” storica e culturale che caratterizza il ruolo dell’Ue nel mondo.

«La diversità culturale» si afferma «è parte integrante dei valori dell’Unione europea. L’UE è fermamente impegnata a promuovere un ordine mondiale basato sulla pace, sullo Stato di diritto, sulla libertà di espressione, sulla comprensione reciproca e sul rispetto dei diritti fondamentali ». <sup>60</sup>

“Dall’analisi delineata dalla Commissione, emerge con chiarezza il ruolo della Diplomazia Culturale nelle relazioni internazionali: quella, cioè, di creare ponti e reti di interazioni transnazionali che possano mettere in comunicazione società, in senso ampio, divise da visioni culturali e politiche contrapposte, in nome della comprensione reciproca (“mutual understanding”) e del valore della risoluzione pacifica delle controversie internazionali, e del diritto internazionale. Tuttavia, la nozione di “Diplomazia Culturale” non viene mai espressamente utilizzata nel testo, come neppure nel titolo, nel quale si preferisce piuttosto adoperare il termine “relazioni culturali”. Ciò viene spiegato dal fatto che, con la fine della Guerra Fredda, i diversi governi hanno preso del tutto le distanze rispetto alla nozione di “Diplomazia Culturale”, la quale avrebbe potuto richiamare i modelli delle due superpotenze contrapposte ideologicamente, Stati Uniti e Unione Sovietica. Così, venne introdotta nel dizionario della politica internazionale la nozione di “Relazioni Culturali”, indicante un rapporto di scambio e dialogo culturale recando benefici alle parti.

Dunque è opportuno analizzare i pilastri indicati dalla Commissione nel quadro della strategia delle relazioni culturali dell’Unione con i relativi programmi tematici, nonché i principali strumenti di guida a cui dovrebbero ispirarsi le politiche comunitarie in tema di DC.

La comunicazione congiunta propone tre pilastri per fare progredire gli sforzi tesi a lanciare una strategia dell’UE per le relazioni culturali internazionali:

---

<sup>59</sup> La Repubblica, Parte la "Diplomazia culturale" dell’Ue, soft power per promuovere crescita e dialogo, La Repubblica (Redazione), in collaborazione con Eunews, 07/06/2016.

<sup>60</sup> Commissione europea, loc. cit., p.2.

- Promuovere la diversità culturale e il rispetto dei diritti umani.
- Promuovere il rispetto reciproco e il dialogo interculturale.
- Garantire il rispetto della complementarità e sussidiarietà.
- Incoraggiare un approccio trasversale alla cultura. In particolare, la strategia proposta, caldeggia le opportunità di promuovere la cultura nel quadro delle politiche esterne dell'UE che rappresenta inoltre un elemento fondamentale dello sviluppo sostenibile: infatti il settore creativo può promuovere la riconciliazione, la crescita e la libertà di espressione, basi ideali su cui fondare altre libertà fondamentali.
- Promuovere la cultura attraverso i quadri di cooperazione già esistenti al fine di garantire la coerenza delle politiche ed evitare sovrapposizioni, tale per cui il modo più efficace per promuovere la cultura nelle relazioni esterne dell'UE consiste nel ricorrere ai quadri di cooperazione e agli strumenti di finanziamento già esistenti.

A tal proposito, i principali Programmi tematici, ovvero i principali strumenti delineati dalla Comunicazione Congiunta sono:

- Strumento di partenariato (PI): uno dei suoi obiettivi è "migliorare la comprensione e ampliare la visibilità dell'Unione tramite la diplomazia pubblica, i contatti interpersonali, la cooperazione in materia di istruzione accademica nell'ambito di gruppi di riflessione e attività di sensibilizzazione per la promozione dei valori e degli interessi dell'Unione" <sup>61</sup>
- Strumento europeo per la democrazia e i diritti umani (EIDHR): contribuisce allo sviluppo e al consolidamento della democrazia, dello Stato di diritto e del rispetto dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali. Uno degli obiettivi di questo strumento è promuovere la libertà di opinione e di espressione, compresa l'espressione politica, artistica, e culturale .<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup>Regolamento (UE) n. 234/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 marzo 2014, che istituisce uno strumento di partenariato per la cooperazione con i paesi terzi.

<sup>62</sup>Regolamento (UE) n. 235/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 marzo 2014, che istituisce uno strumento finanziario per la promozione della democrazia e i diritti umani nel mondo.

- Il programma su beni pubblici e sfide globali nell'ambito dello strumento di cooperazione allo sviluppo (DCI), attraverso la sua componente "Sviluppo umano" che mira a promuovere la diversità culturale e il rispetto per la pari dignità di tutte le culture. Incentiva inoltre il contributo dell'industria culturale alla crescita economica nei paesi in via di sviluppo nonché il suo ruolo nelle organizzazioni della società civile e a livello delle autorità locali.
- Strumento inteso a contribuire alla stabilità e alla pace (IcSP): mira a promuovere la prevenzione dei conflitti, la risposta alle crisi e la costruzione della pace, per fare fronte alle minacce globali e trans regionali: le organizzazioni culturali rientrano nella definizione di società civile ai fini dei finanziamenti a titolo di questo strumento.<sup>63</sup>
- Programma Europa creativa: mira, tra l'altro, a "promuovere il patrimonio culturale europeo e a rafforzare la competitività dei settori culturali e creativi europei" ed è "aperto ad azioni di cooperazione bilaterale o multilaterale con paesi terzi".<sup>64</sup>

Nel quadro della proposta di strategia dell'Unione europea per le relazioni culturali internazionali, vengono inoltre proposti tre settori operativi internazionali per fare progredire le relazioni culturali con i paesi partner:

- Sostenere la cultura come veicolo dello sviluppo sociale ed economico sostenibile.

Favorendo l'elaborazione di politiche culturali in particolare condividendo esperienze con i paesi dell'allargamento e i paesi destinatari dello strumento di vicinato: l'UE ricorrerà alle piattaforme di dialogo già esistenti, sia bilaterali che multilaterali, per condividere esperienze e risultati, ad esempio su iniziative quali le Capitali europee della cultura.

- Promuovere la cultura e il dialogo interculturale per garantire relazioni interetniche pacifiche attraverso il sostegno alla cooperazione tra operatori

---

<sup>63</sup>Regolamento (UE) n. 230/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 marzo 2014, che istituisce uno strumento inteso a contribuire alla stabilità e alla pace.

<sup>64</sup>Regolamento (UE) n. 1295/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2013, che istituisce il programma Europa creativa (2014-2020).

culturali, e la promozione della costruzione della pace tramite il dialogo interculturale

- Rafforzare la cooperazione nel campo del patrimonio culturale mediante la ricerca relativa al patrimonio culturale, lotta al traffico di beni culturali e protezione del patrimonio culturale

Una strategia improntata su questi tre pilastri, rientranti nel quadro di una "Strategia dell'UE per le relazioni culturali internazionali", contribuirà a sviluppare ulteriormente i canali di comunicazione tra i popoli e le società. Inoltre potrebbe creare condizioni propizie affinché l'industria culturale e creativa continuino a espandersi, favorendo così crescita e occupazione. Rafforzerà la tutela e la promozione del patrimonio culturale; stimolerà il dialogo interculturale e la costruzione della pace; sosterrà la produzione culturale e il turismo come volano per lo sviluppo nonché per la crescita economica e userà l'istruzione, la scienza e la ricerca come piattaforme per il dialogo e gli scambi. Tali azioni dovrebbero contribuire a meglio posizionare l'Unione europea sul palcoscenico mondiale, rendendola un partner internazionale più forte e permettendole di fornire un maggiore apporto alla crescita sostenibile, alla pace e alla comprensione reciproca, principi alla base delle azioni di Diplomazia Culturale".<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> <http://documenti.camera.it/leg18/dossier/pdf/ES003.pdf>

## **2.5 La Diplomazia Culturale e le buone prassi: La Maison d'Italie**

Molteplici sono gli attori protagonisti della Diplomazia Culturale. Fulcro centrale di suddetto lavoro di ricerca, è proprio quello di dimostrare quanto sia attuale e multidisciplinare oggi la diplomazia culturale anche e soprattutto attraverso il contributo di attori non governativi che vanno dalla musica all'arte alla cucina al design, nonché' esempi di buone prassi di Diplomazia Culturale.

Nel 1955 inaugurarono a New York una mostra fotografica in cui venivano ripresi cittadini americani in modo da far conoscere il loro stile di vita, non solo di quelli appartenenti alle classi più abbienti, ma anche i vagabondi che vivevano per strada in modo da far conoscere e apprezzare a tutti la realtà americana che non si limitava solamente ai ricchi abitanti del quartiere di Manhattan.

Ed è questo il fine ultimo della diplomazia culturale: non si tratta di imporre un punto di vista, ma di dividerlo con gli altri, conoscere, apprezzare e riconoscersi negli altri passando da un mondo fatto di odi ad uno globale fatto di pace e di uguaglianza. Primo esempio di attore non istituzionale veicolo promotore di diplomazia culturale è la Maison d'Italie, una vera e propria città universale sorta a Parigi a cavallo tra le due guerre con l'obiettivo di riunire gli studenti che provenivano dalla Sorbona e dalle altre università, offrire loro una casa e soprattutto un'opportunità per conoscersi, donarsi e comunicare tra le due guerre.

La Maison d'Italie è certamente la dimostrazione di come, per creare diplomazia culturale, siano necessari alcuni ingredienti: contesto propizio e pari tempo, creatività, dinamismo, visione immaginaria, ostinazione da parte del personaggio che funge da iniziatore o catalizzatore del processo. Non è certo un caso che le due fasi creative di impulso della casa di Italia siano state subito dopo la seconda guerra mondiale, quando maggiore era la necessità di ricostruire un rapporto che si è spezzato. Durante gli anni del fascismo è avvenuta molta propaganda e poca produzione, mail contatto bilaterale Italia Francia non si è mai interrotto tra gli intellettuali.

La Maison d'Italie nasce nel 1920 alla fine della prima guerra mondiale quando Andrea Torre, Ministro dell'Istruzione, chiese di poter ricreare un nuovo assetto

universitario a Parigi anche grazie all'aiuto di un industriale , che era il maggior azionista della società industriale Apollo (divenuta in seguito Shell France ) , con lo scopo principale di favorire “ un'amicizia” tra le diverse generazioni in un clima di odio dettato dalla guerra; lo scopo secondario , era invece quello di attirare brillanti studenti da ogni parte del mondo e fare di Parigi la capitale della vita universitaria mondiale.

Quindi al fine di ricreare una sorta di “peregrinatio academica” su Parigi, erano necessari personaggi disposti in tal senso e soprattutto capitali. L'impresa durò cinque anni, dopo numerosi tentativi la prima maison viene costruita nel 1925 con la presenza di Paesi importanti quali Francia, Danimarca, Germania, Belgio. L'Italia fu chiamata già dal 1920 a partecipare a tale progetto, ma Francesco Nitti, allora capo del governo, non fece in tempo ad aderire all'iniziativa che il suo governo cadde. Inoltre con l'inversione della Francia e la dichiarazione di guerra all'Italia da parte della Germania, nel 1940 la situazione precipitò: la città universitaria divenne un accampamento e un ospedale militare per le forze armate tedesche, poi una caserma e inseguito, dopo la liberazione, la sede degli eserciti franco americani. Da qui ha inizio un'opera di ripristino che durerà fino al 1957, data in cui, ritornò ad essere residenza universitaria.

A partire dal 1946, la diplomazia culturale italiana si mette in movimento per cui il 4 novembre del 1949 viene raggiunto un importante accordo tra Italia, rappresentata dal Ministro plenipotenziario Carlo Sforza e Francia, con il Ministro degli Affari esteri Schumann : consapevoli della comunità dei principi sui quali si fonda la vita intellettuale dei due paesi e , desiderando rendere ancora più strette le relazioni letterarie artistiche scientifiche e accademiche che da tanti secoli esistevano fra i loro popoli, stipularono tale intesa riguardo gli svariati scambi di professori e di studenti uniti a quelle delle pubblicazioni di accademie scientifiche.



Maison d'Italie

Questo rappresentò sicuramente il documento alla base dei rapporti diplomatici tra Italia e Francia, anche se non compare ancora il nome della Maison d'Italie fino a quando nel 1950 gli ambiti accademici francese e italiano presentano un'iniziativa fortemente voluta da Einaudi, grande sostenitore del federalismo europeo. Si tenne proprio a Milano un Convegno organizzato dall'Ispi e avente come tema l'organizzazione della cultura come elemento catalizzatore dell'unità europea: si giunse dunque alla creazione di un comitato promotore della maison d'Italie, denominato inizialmente "casa dello studente italiano" sostenuto dai Rotari club italiani e avente come Presidente Enrico Falck e Luigi Morandi in qualità di vicepresidente. Tuttavia, la morte di Enrico Falck nel 1953, rallentò l'operato della Maison, ma grazie al contributo di Achille Marazza e Piero Portaluoi, governatore e architetto del Rotari, si accelerarono i lavori fino all'inaugurazione che avvenne il 25 gennaio del 1958.

Il percorso operativo diplomatico durò circa 38 anni. L'Ambasciatore Pietro Quaroni, considera la Maison d'Italie come una delle realizzazioni più significative degli undici anni del suo mandato. In particolare, il finanziamento del padiglione italiano è stato erogato solo per il 50 per cento dallo stato, l'altra metà è stato il risultato di una donazione di fondi da parte di Università, Rotari club e offerte anonime.

L'originalità della casa universitaria sta nel fatto che, oltre a essere un grande campus universitario con circa sette mila posti, si basa sullo scambio di studenti tale per cui ogni casa non deve essere un "ghetto nazionale", ma bensì un luogo di condivisione di culture tra studenti di nazionalità diverse.

Inoltre ogni “maison” è una vetrina della vita culturale in senso alto e popolare, una vetrina di cosa il paese rappresenta. Nel 2018 ci sono stati 63 eventi, convegni universitari, tavole rotonde, concerti di musica classica, spettacoli teatrali in cui l’aspetto più interessante è che si tratta di corsi tenuti da personaggi di alto rilievo insieme a quelli tenuti da semplici studenti e ricercatori.

E’ un modo di “ fare diplomazia culturale” che si basa su una visione di lunga prospettiva da parte dei fondatori , che ha certamente assicurato a migliaia di giovani studenti (quasi 600 mila) provenienti dal mondo intero, un incontro originale e concreto in un momento cruciale della loro vita universitaria.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Intervento del Dr. Roberto Giacone, Direttore della Maison d’Italie, durante la Conferenza del 29/03/19: “La Diplomazia Culturale nell’era della globalizzazione”.



## **2.6 La Diplomazia Culturale e le buone prassi: Reale Mutua**

Procedendo nell'analisi riguardo gli strumenti "indiretti" di Diplomazia Culturale, risulta interessante analizzare in che modo una compagnia di assicurazione può essere soggetto attivo in un processo di sviluppo di diplomazia culturale.

Se ci poniamo come obiettivo quello di individuare in che modo le attività di una Compagnia di assicurazione si possano integrare in un processo di sviluppo della Diplomazia Culturale, ci troviamo davanti due strade, una che potremmo definire attiva e la seconda che potremo definire passiva (o di supporto).

Sul versante attivo la Compagnia può sviluppare un'attività che va oltre i confini della propria nazione. Infatti, l'apertura di branch o di società assicurative controllate in paesi esteri consente e facilita, oltre alla tipica attività di business, lo scambio di idee, valori e tradizioni uniti ad altri aspetti culturali tipici della definizione moderna della Diplomazia Culturale. Ciò risulta particolarmente vero laddove il modello con cui si sviluppa non sia quello "di conquista", bensì quello di un arricchimento generato dalla diversità di cultura e di idee, unite dal fatto di aver condiviso a monte una serie di valori di partenza. Non a caso, il motto di Reale Mutua è: "together more".

Tali attività, tendendo a sviluppare e rafforzare interrelazioni sovranazionali finalizzate alla costruzione di cooperazioni socio-culturali, creano un valore aggiunto, contribuendo ad aumentare la conoscenza e la stima reciproca.

La seconda strada, quella che abbiamo definito passiva, si concretizza invece in quelle azioni, tipiche della compagnia assicurativa, che sono di supporto a chi propone attività propedeutiche allo sviluppo della Diplomazia Culturale che attua anche attraverso una forma di scambio culturale che può avvenire in svariati campi, quali l'arte, lo sport, la letteratura, la musica, la scienza, l'economia e oltre.

Tale attività, da un punto di vista pratico, non può che realizzarsi attraverso trasferimenti di persone e cose nel mondo, si pensi ad esempio alle competizioni sportive, alle esposizioni artistiche internazionali o ai concerti musicali. In queste occasioni, pur prescindendo dagli aspetti assicurativi legati alle persone, si riscontra, il più delle volte, anche un altissimo valore intrinseco dei beni materiali che si spostano e che sono normalmente esposti, in un dato periodo di tempo, ad

un rilevante numero di rischi. Si pensi al valore degli strumenti di un'orchestra sinfonica, oppure al valore di opere artistiche come quadri, sculture o libri antichi o comunque di qualsiasi opera dell'ingegno.

Ecco in questo contesto la Compagnia, con opportune coperture specifiche rilasciate nell'ambito di quel settore che viene definito "Fine art", va a coprire proprio quei rischi che in qualche modo renderebbero meno facile la disponibilità delle cose.

Con la definizione generica di beni culturali, si intendono le cose mobili che presentano interesse artistico, storico ed archeologico e quindi, a titolo esemplificativo, opere ed oggetti artistici, reperti archeologici, archivi, spartiti, fotografie e documenti aventi interesse storico, letterario, artistico, numismatico o culturale in genere. L'esposizione di opere d'arte è caratterizzata, il più delle volte, dalla presenza di valori artistici e commerciali particolarmente elevati.

La polizza Fine Art si rivolge a tutto il mondo dell'arte in genere e, in particolare a:

- Collezioni private e aziendali
- Collezioni pubbliche
- Gallerie e Case d'asta
- Restauratori
- Trasporto e logistica
- Mostre /Exhibition
- Strumenti musicali

La formula di copertura normalmente prestata è la cosiddetta AllRisks che è la più ampia esistente sul mercato perché copre qualsiasi possibile rischio, ad eccezione di quanto escluso.

Tra le esclusioni più significative si evidenziano: la manipolazione (contatto manuale) delle opere esposte da parte dei visitatori, eventuali danni preesistenti, vizio proprio e qualità insite delle opere assicurate, oltre agli eventuali danni cagionati a terzi.

La copertura può essere richiesta per un rischio statico (es. Museo), oppure per un rischio sia statico che dinamico, cioè quando il bene si sposta per essere esposto in un luogo diverso dal solito (cosiddetta nail to nail), in tal caso l'opera è assicurata durante il viaggio di andata e di ritorno, ma anche nel periodo dell'esposizione.

Una delle fasi più delicate è senza dubbio quella relativa al trasporto, che è consigliabile affidare a ditte specializzate, in quanto l'obiettivo primario per le spedizioni di opere d'arte è senz'altro quello di garantire la massima sicurezza delle stesse durante la movimentazione dalla sede originaria a quella di destinazione. L'uso di imballaggi personalizzati studiati ad hoc per ogni opera, insieme all'impiego di mezzi dedicati permettono di offrire un servizio assolutamente affidabile.

Tali ditte dispongono di collaboratori esperti nella movimentazione di opere d'arte nelle principali località del Mondo e possono inoltre gestire, per conto del committente, tutte le pratiche doganali e ministeriali connesse alla spedizione.

Altri due aspetti di cui dare nota sono:

- **STANDARD FACILITIES REPORT**: documento tecnico che descrive le caratteristiche di una sede espositiva.
- **CONDITION REPORT**: serve a definire lo stato di conservazione di un'opera d'arte in occasione di un prestito temporaneo. Prima dello spostamento dell'opera viene redatta un'apposita scheda sanitaria corredata da appropriata documentazione fotografica. Questo strumento di verifica è utilizzato durante l'esposizione e le movimentazioni del bene fino al momento della sua restituzione al proprietario. Esso garantisce, ai fini assicurativi e di responsabilità in caso di danneggiamento, l'organizzatore della mostra, il prestatore, la ditta di trasporto ed allestimento.

Reale Mutua nella sua esperienza di assicuratore, ha avuto l'opportunità di prestare la copertura assicurativa ad opere di grande rilevanza artistica durante le loro esposizioni.

Ricordiamo fra quelle più recenti:

- La mostra del dipinto di Caravaggio "La passione di Cristo" presso la Villa Reale di Monza con provenienza dal Museo di Capodimonte.

- La temporanea esposizione a Sassari dello scudo con testa di Medusa di Caravaggio.
- L'assicurazione degli strumenti di orchestra del Teatro Massimo di Palermo.
- La partecipazione alla mostra “Expresionismo abstracto” al Museo Guggenheim di Bilbao in Spagna.
- L'esposizione a Firenze delle Lettere di Michelangelo Buonarroti e Giorgio Vasari.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Intervento di Mauro Gentini, Presidente di Reale Mutua, durante la Conferenza del 29/03/2019:” la Diplomazia Culturale nell’era della globalizzazione”

## **2.7 La Diplomazia Culturale e le buone prassi: Michelangelo Pistoletto**

L'arte assolve a molteplici funzioni, tra queste vi è sicuramente la capacità di vedere chi ci sta di fronte, di sentirlo integrato e non in tensione. L'arte non serve a dividere, ma bensì a unire. La diplomazia culturale a prescindere dai soggetti che la mettono in atto, potrebbe rivestire la stessa funzione: mettere insieme arte e società, elementi diversi e situazioni inconciliabili per creare al centro una situazione nuova, che è la forma diplomatica.

A tal proposito, emblematica è la realizzazione da parte di Michelangelo Pistoletto, del simbolo del terzo paradiso, fatto di tre cerchi allineati che, incrociandosi due volte, producono tre cerchi.

“È la riconfigurazione del segno matematico dell'infinito, composto da tre cerchi consecutivi: i due cerchi esterni rappresentano tutte le diversità e le antinomie, tra cui natura e artificio. Quello centrale è la compenetrazione fra i cerchi opposti e rappresenta il grembo generativo della nuova umanità. Ciò è il frutto di un'intesa ricerca interiore nata a partire dagli anni 90 e basata sullo studio dell'autoritratto: attraverso la fusione dello specchio con la tela, è stato possibile notare come dentro l'autoritratto, l'identità diviene un noi, non un io, confermando il concetto secondo cui “io e te” formiamo un noi.

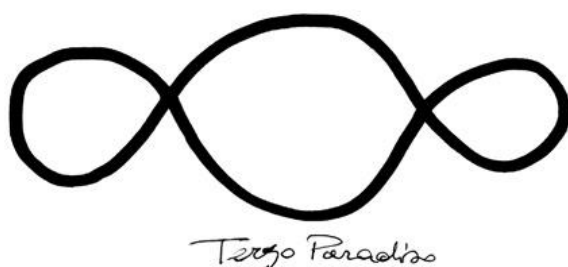
Tuttavia, ciò non basta, bisogna saper calcolare questi due elementi contrastanti che possono rappresentare situazioni negative e al contempo positive. È necessario dunque trovare equilibrio tra gli opposti, ovvero la pace.

È un simbolo di la fusione fra il primo e il secondo paradiso. Il primo è quello in cui gli esseri umani erano totalmente integrati nella natura. Il secondo è il paradiso artificiale, sviluppato dall'intelligenza umana, fino alle dimensioni globali raggiunte oggi con la scienza e la tecnologia. Tale paradiso è fatto di bisogni, di prodotti di comodità, di piaceri artificiali e di ogni altro genere di artificio. Si è formato un vero e proprio mondo artificiale che, con progressione esponenziale, ingenera, parallelamente agli effetti benefici, processi irreversibili di degrado e consunzione del mondo naturale.

Il Terzo Paradiso è la terza fase dell'umanità, che si realizza nella connessione equilibrata tra l'artificio e la natura implicando il passaggio a uno stadio inedito della civiltà planetaria, indispensabile per assicurare al genere umano la propria

sopravvivenza. Il Terzo Paradiso è il grande mito che porta ognuno ad assumere una personale responsabilità nella visione globale; deriva dall'antica lingua persiana e significa "giardino protetto". Noi siamo i giardinieri che devono proteggere questo pianeta e curare la società umana che lo abita".<sup>68</sup>

Qual è pertanto la connessione con la diplomazia culturale? Tale simbolo può essere definito il simbolo della diplomazia in quanto i due cerchi esterni rappresentano gli elementi opposti inerenti a tutte quelle condizioni che molto spesso nella vita arrivano a scontrarsi. Nel cerchio centrale invece si crea equilibrio, la dimensione della creazione comune. È infatti un simbolo comune, in quanto la creazione avviene attraverso la connessione di elementi diversi tra loro: la diplomazia non è altro che un movimento continuo di connessione di elementi diversi e allo stesso tempo creazione in tal senso. C'è dell'arte nella diplomazia, così come è necessaria una diplomazia dell'arte.<sup>69</sup>



Terzo Paradiso, Michelangelo Pistoletto, Arena di Verona (2003)

“Proprio all'interno dell'ambasciata di Buenos Aires il 22 giugno 2019, Michelangelo Pistoletto è stato l'ospite d'onore dell'inaugurazione del capitolo di “Buenos Aires della Bienal Sur 2019”, mostrando al pubblico nella residenza dell'Ambasciata d'Italia, la sua installazione 'Il tondo delle otto porte', prima tappa di un circuito di opere da lui ideato nel centro della capitale argentina.

Il 'Circuito Pistoletto' creato dall'esponente dell'Arte Povera, è un percorso urbano attraverso i suoi lavori più emblematici, con installazioni ed interventi sul territorio in diversi spazi: il Museo delle Arti decorative, il Museo di Belle Arti, il 'Museo Tres de Febrero nell'antico Hotel degli Immigranti e il Museo Benito Quinquela

---

<sup>68</sup><http://www.terzoparadiso.org/>

<sup>69</sup> Intervento di Michelangelo Pistoletto durante la Conferenza del 29/03/2019: “il ruolo della Diplomazia Culturale nell'era della globalizzazione”

Martìn della Boca. E proprio nel giardino della residenza dell'Ambasciata d'Italia, l'artista biellese è passato all'azione distruggendo a colpi di martello uno degli specchi della sua installazione affermando: "Quando realizzo questo intervento sullo specchio, mi ricordo la prima volta che l'ho fatto scoprendo che rompendolo non lo eliminavo, ma semplicemente lo moltiplicavo".



Buenos Aires, 22 giugno 2019, Ambasciata d'Italia, Tondo a otto porte, Michelangelo Pistoletto

La sua più grande preoccupazione, è quella relativa all' "evoluzione etica".  
Afferma: "Sono convinto che sia necessario un contributo artistico per rigenerare il mondo. Non voglio più usare la parola rivoluzione, perché una rivoluzione senza una capacità di proposta, non ha più molto senso. Bisogna lavorare sulla proposta avendo una capacità critica, senza però che essa diventi la finalità, ma una spinta per trovare una soluzione". L'etica vuol dire significati reali che coinvolgono la realtà nei suoi aspetti pratici. Per questo l'arte deve diventare il motore che unisce tutti i pezzi della macchina sociale. L'arte è libertà ma anche responsabilità, senza una delle due non riusciamo a fare la società"<sup>70</sup>. "La arte es una forma de pensar y de vivir": l'arte, così come la diplomazia culturale, non è altro che una forma di creare e di innovare. Il tondo a otto porte è un simbolo di unione, di creazione e di connessione. In prossimità delle porte, composte dagli otto colori primari, è presente un'iscrizione in otto lingue diverse: "amare le

---

<sup>70</sup> Intervento di Michelangelo Pistoletto durante l'evento: "Buenos Aires de la Bienal Sur 2019" (Ambasciata Italiana a Buenos Aires 22 giugno 2019)

differenze”. Simbolo di come un attore di diplomazia culturale quale l’Ambasciata italiana di Buenos Aires, può servirsi dell’arte per diffondere un messaggio di unione, uguaglianza e di pace. Attraverso l’arte è possibile fare diplomazia Culturale”.<sup>71</sup>



Buenos Aires, 22 maggio 2019, Ambasciata Italiana, “Tondo a otto porte“, Michelangelo Pistoletto

---

<sup>71</sup> <https://ambbuenosaires.esteri.it/>



## **2.8 La Diplomazia Culturale e le buone prassi: la Società Dante Alighieri**

Tra gli strumenti indiretti di Diplomazia Culturale, la Società Dante Alighieri rientra sicuramente tra quelli più importanti, in quanto ha lo scopo di «tutelare e diffondere la lingua e la cultura italiane nel mondo, ravvivando i legami spirituali dei connazionali all'estero con la madre patria e alimentando tra gli stranieri l'amore e il culto per la civiltà italiana».

“La Società Dante Alighieri, fu fondata nel 1889 da un gruppo di intellettuali guidati da Giosuè Carducci. Per conseguire le sue finalità, istituisce e sussidia scuole, biblioteche, circoli e corsi di lingua e cultura italiane, diffonde libri e pubblicazioni, promuove conferenze, escursioni culturali e manifestazioni artistiche e musicali, assegna premi e borse di studio. Invece, per mezzo dei Comitati in Italia partecipa alle attività intese ad accrescere ed ampliare la cultura della nazione e promuove ogni manifestazione rivolta ad illustrare l'importanza della diffusione della lingua, della cultura e delle creazioni del genio e del lavoro italiani.

In Italia sono presenti 81 Comitati, distribuiti in quasi tutte le province oltre 130 corsi di lingua e cultura italiane, frequentati da più di seimila studenti stranieri, e promuovono concorsi a premi riservati agli studenti gemellati con i Comitati operanti negli altri Paesi.

Tuttavia, è soprattutto all'estero che le iniziative della Società Dante Alighieri apportano risultati positivi contribuendo alla diffusione della cultura e della lingua italiana in tutto il mondo. I Comitati sparsi nel mondo sono 401, diffusi in circa ottanta paesi e curano l'attività di circa 8.700 corsi di lingua e cultura italiane, con più di 122.000 soci e studenti. La “Dante” assicura poi la presenza del libro italiano attraverso 300 biblioteche disseminate in ogni parte del pianeta e dotate di oltre cinquecentomila volumi. Quali sono i risultati conseguiti nel corso degli ultimi anni?

Nel 2003 la Società Dante Alighieri ha realizzato, in collaborazione con la Soprintendenza Speciale per il Polo Museale Fiorentino, con Firenze Musei e con l'Ente Cassa di Risparmio di Firenze, la prima grande mostra sulla storia della lingua italiana, “Dove il sì suona. Gli Italiani e la loro lingua”, inaugurata alla Galleria degli Uffizi dal Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi. La mostra è stata visitata da oltre 1.300.000 persone e ha poi fatto tappa presso il

prestigioso Museo Nazionale Svizzero di Zurigo. L'esposizione, curata dal professor Luca Serianni, ha voluto e vuole illustrare, nei suoi diversi aspetti, l'evoluzione della nostra lingua nei secoli, dalle origini fino a oggi, attraverso una vera e propria visita guidata nell'affascinante mondo dell'idioma di Dante, osservandone i principali fenomeni da un nuovo punto di vista, in modo da poter apprezzare le differenze legate alle diverse epoche, alle diverse aree geografiche e ai diversi usi dell'italiano, il suo stretto legame con la cultura nazionale e i fecondi scambi con le tradizioni delle altre grandi lingue di cultura. Dato il grande successo, la mostra si è poi trasferita a Tirana, Berlino, Bolzano, Savona, Varsavia e Foggia.

Nel corso del 77° Congresso Internazionale della Società Dante Alighieri, svoltosi a Malta nel settembre 2005, "Il Mare che unisce. L'italiano lingua franca del Mediterraneo", è stato presentato il primo Annuario della "Dante", Il Mondo in italiano, analisi e tendenze della diffusione della lingua e della cultura italiana, a cura di Paolo Peluffo e Luca Serianni. La seconda edizione è stata dedicata al tema L'italiano nell'Europa centro-orientale; la terza alla diffusione della lingua e della cultura italiana nel bacino del Mediterraneo.

Il 16 luglio 2007 è stato conferito alla Società Dante Alighieri il Diploma di I Classe con Medaglia d'Oro per i Benemeriti della Cultura e dell'Arte per i particolari servizi resi in favore della cultura italiana, riconoscimento consegnato dal Ministro per i Beni e le Attività Culturali, Francesco Rutelli.

Dal 2009, inoltre, la "Dante Alighieri", in seguito a un accordo stipulato con la Fondazione Maria e Goffredo Bellonci, è entrata a far parte della giuria del Premio Strega, il più prestigioso riconoscimento letterario italiano.

Sul piano della diffusione della lingua italiana, la Società Dante Alighieri rilascia, in base a una convenzione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e con il plauso scientifico della "Sapienza" Università di Roma, il certificato PLIDA (Progetto Lingua Italiana Dante Alighieri), un diploma che attesta la competenza in italiano come lingua straniera secondo una scala di sei livelli elaborati a partire da quelli definiti dal Consiglio d'Europa nell'ambito del quadro comune europeo di riferimento per le lingue. Dal 2012 la "Dante" fa parte dell'Associazione "CLIQ-Certificazione Lingua Italiana di Qualità", promossa dal MAECI, che vede riuniti gli enti certificatori (Società Dante Alighieri, Università per Stranieri di Siena, Università per Stranieri di

Perugia e Università Roma Tre) della conoscenza della lingua italiana per stranieri con l'obiettivo di fornire un sistema di certificazione unificato che consenta di superare il problema della frammentazione delle offerte di studio destinate agli studenti di italiano nel mondo.

Il primo giugno 2005 la Società Dante Alighieri, insieme agli altri grandi enti culturali europei, è stata insignita del più prestigioso riconoscimento spagnolo, il Premio Principe delle Asturie, per «l'apporto dato allo scopo comune di preservare e diffondere il patrimonio culturale europeo mediante l'insegnamento, a milioni di persone in tutti i continenti, delle rispettive lingue nazionali, così come delle tradizioni letterarie ed artistiche e dei valori etici e umanistici su cui si fonda la civiltà occidentale».

Per proseguire la condivisione di valori e buone pratiche con gli altri Istituti culturali europei, dal mese di luglio 2012, la "Dante" è entrata a far parte dell'EUNIC (European Union National Institutes for Culture), un'importante associazione che ha lo scopo di promuovere la diffusione delle culture europee attraverso la cooperazione culturale tra gli istituti che la compongono.

Iniziativa di successo, inaugurata nel 2011 e in rilancio nell'anno 2013-2014, "Adotta una parola", la campagna di adozione di lemmi dell'italiano che ha sensibilizzato il pubblico all'uso corretto e consapevole delle parole allo scopo di arginare l'impovertimento del lessico contemporaneo, soprattutto tra i più giovani. Hanno adottato e custodiscono ancora una parola del vocabolario italiano 23 personaggi celebri tra i quali Dario Fo, Matteo Renzi, Giorgia, Javier Zanetti, Aldo Cazzullo, Gianni Vattimo, Viola Di Grado e Giuliano Pisapia".<sup>72</sup>

Dal 18 al 20 luglio 2019, si è tenuto proprio a Buenos Aires, presso l'Universidad Católica Argentina, l'83 esimo Congresso Internazionale della Società Dante Alighieri dal titolo: "Italia Argentina mondo: l'Italiano ci unisce", primo congresso al di fuori dei confini Italiani, sotto l'alto patronato del Presidente della Repubblica Italiana Sergio Mattarella.

Nel suo messaggio rivolto ai partecipanti del Congresso, ha sottolineato come la Patria non debba esaurirsi nel suo territorio ideale, ma deve aver a che fare soprattutto con quel forte sentimento di appartenenza alla storia, alla cultura, ai valori e alle tradizioni: ci si può sentire Italiani anche lontano dal proprio

---

<sup>72</sup> <https://ladante.it/>

territorio, si può essere amici dell'Italia amando la sua cucina, la sua arte, e la sua cultura.

Molte delle autorità presenti come Marco Basti , Presidente del Comitato Dante , Alejandro Finocchiaro , Ministro de la Educaciòn y de la Cultura Argentina ,Riccardo Smimmo Console Generale dell'Italia , il Ministro Mazza , hanno evidenziato, l'importanza e il valore della lingua , considerata una vera e propria porta di accesso al patrimonio culturale italiano, nonché ai valori e alle tradizioni : il compito prestigioso di diffondere la lingua implica la responsabilità di esportare la cultura italiana all'estero, in particolare in Argentina il cui "pubblico " è composto perlopiù da due categorie : i Mayores (gli anziani) che hanno mantenuto il rapporto con l'Italia semplicemente per una questione affettiva , e i Menores ( i giovani) che vedono nella lingua italiana un elemento di forte arricchimento per la propria formazione . Ed è qui che la Dante Alighieri assolve al suo compito attraverso strategie nuove, di "ringiovanimento " , allontanandosi dai canoni accademici e classici di insegnamento, ma avvicinandosi ad una modalità "informale di apprendimento". Ovviamente ciò è possibile anche e soprattutto grazie alla collaborazione con il MAECI e il MIBAC e il Sistema Paese che prevede la realizzazione di alcuni progetti come il Piano Straordinario "Vivere all'Italiana", "la scuola adotta un movimento", "la notte solidale" (in collaborazione con l'università di Bologna), la notte di lettura italiana".

Non a caso tale Congresso si è svolto in un Paese con cui l'Italia ha avuto da sempre un forte legame storico culturale e che continua ad essere preservato non solo per la presenza di numerosi argentini che possiedono origini italiane uniti alla più grande comunità di italiani nel mondo ( quasi 900 mila) , ma anche per l'influenza culturale che l'Italia ha avuto sull'argentina : basti pensare che il Teatro Coliseo di Buenos Aires , unico teatro di proprietà italiana all'estero legato all'amore porteño per l'opera e la musica classica, la rete consolare italiana che è la più grande rete in tutta l'Argentina, la presenza di innumerevoli associazioni italiane volte alla promozione della cultura di una regione italiana in Argentina o al mantenimento dei legami con le proprie origini italiane (Associazione dei bellunesi nel mondo , Associazione dei pugliesi in argentina ) , o ancora Palacio Barolo realizzato dall'architetto Mario Palanti e gli Architetti Gesuiti Italiani Andrea Bianchi e Giovanni Primoli con le loro realizzazioni di architetture religiose per il Paese .

Di esempi ve ne sono innumerevoli , ma di particolare rilievo è stato l'intervento del Presidente , Andrea Riccardi, il quale ha definito il Congresso , una maratona di parole , espressione gioiosa dell'Italianità rappresentata da un'istituzione policentrica e fondata in principio per i migranti Italiani in Argentina , una sorta di luogo di maternità , di mutuo aiuto per i migranti in un'ottica di unità , responsabilità e solidarietà transnazionale , elementi che la contraddistinguono dalle altre associazioni . In Particolare egli ha puntato l'attenzione sul significato della parola nostalgia, parola compagna dei migranti e che, mentre in passato si riferiva ad uno stato d'animo doloroso, oggi è una parola del tutto moderna: essere di cultura italiana in Argentina, non è estraniamento, ma dinamica e risorsa in un Paese in cui l'italianità non è ghettizzata o frammentata, ma meticcica e ben integrata. Dopo aver fatto un excursus storico sul ruolo della lingua nel corso dei secoli, Riccardi ha definito, lo spietato nazionalismo del periodo fascista come un elemento che non si combina con la diffusione della lingua coniando due termini: da ital-nostalgia a ital-simpatia, ovvero la simpatia verso il vivere all'italiana che cela dietro di sé un umanesimo sottile sulla base del fatto che tra Argentina e Italia esiste un rapporto unico al mondo, intrinseco. L'Argentina, un paese dalla forte capacità di integrare, partner primario dell'Italia.

Nel corso del Congresso, innumerevoli sono stati gli interventi, tuttavia ai fini della promozione della lingua e della cultura italiana, sono stati presentati alcuni "strumenti indiretti" di fondamentale importanza che è necessario evidenziare come il PLIDA presentato da Silvia giugni - Responsabile del PLIDA all'interno della Società Dante Alighieri.

Il PLIDA è un settore strategico che si occupa di strumenti per promuovere e diffondere l'italiano nel mondo, con una logica di servizio. Il PLIDA oltre a essere ascolto servizio e collaborazione, si basa sulla collaborazione con la rete dei comitati i cui input rappresentano una grande ricchezza. Tali comitati sono composti da un osservatorio straordinario che ha il compito di verificare l'offerta e gli strumenti del PLIDA.

Anzitutto, si occupa di certificazione e competenza di italiano a tutti i livelli (Certificazione Plida, Plida Juniors e Plida bambini); detta le linee guida e fornisce consulenza in ambito glottodidattico; si occupa della formazione e

dell'aggiornamento dei docenti di italiano. Si fa portavoce della ricerca negli ambiti dei "language testing" e della glottodidattica, di progetti scientifici in collaborazione con Università italiane straniere uniti alla diffusione della ricerca in convegni nazionali e internazionali.

PLIDA è un vero e proprio laboratorio composto da un responsabile d'area, 14 risorse di cui due amministrativi e 12 risorse altamente specializzate, 20 collaboratori esterni, 6 rappresentanti nel mondo di cui 4 in Argentina uno in Francia e uno in Russia ed infine la presenza di un Comitato scientifico operativo e di supervisione preposti all'elaborazione di progetti con come PLIDA bambini o il progetto ADA il quale si basa sulla diffusione dell'italiano di qualità che non si studia quasi mai per necessità, ma per piacere: si tratta della diffusione di uno standard qualitativo utilizzando la consulenza per la programmazione didattica e l'elaborazione di offerte didattiche e formative. In Argentina la certificazione PLIDA, ha avuto seguito attraverso il PROGETTO CLUSTER ARGENTINA, un progetto PLIDA della Società Dante Alighieri nato nel 2016 che si basa su un'idea di raggruppamento, sul fare rete, unire forze e mettersi insieme.

Quali sono gli obiettivi? Anzitutto prendere contatti con comitati argentini per rafforzare la rete, diffondere l'italiano di qualità, l'Ital-simpatia e le buone pratiche in modo da rendere omogenea l'offerta didattica. Dunque la formazione dei docenti e la promozione della qualità dell'insegnamento, sono alla base del progetto. Dal 2016 sono state organizzate 27 riunioni di aree con i responsabili dei corsi e i docenti, sono stati creati questionari di indagine sulla formazione e il profilo degli insegnanti, con l'organizzazione di 21 corsi di insegnamento a quasi 1200 docenti.

Promozione dell'italiano e cultura rappresentano dunque i lati della medesima medaglia. Proprio questo è stato evidenziato nel corso del Convegno da Lucilla Pizzoli, Docente di Linguistica italiana all'Università degli studi internazionali di Roma. Come promuovere la cultura? Sicuramente lo strumento più efficace in tal senso, è il libro: la lettura in italiano significa contrastare il processo di deculturazione che si assiste a livello globale, facendo in modo che il libro diventi un mezzo di pace e integrazione.

La promozione della cultura passa quindi attraverso la presenza di veri e propri presidi letterali i quali possiedono un forte valore simbolico, rappresentano un

luogo di cura e di preservazione del libro per combattere l'analfabetismo. Quest'ultimo elemento, rientra tra i 5 punti dell'Unione Europea entro il 2020 il cui obiettivo è quello di innalzare il livello educazione e di istruzione: facilitare la cultura rafforza il pensiero critico, permette di recuperare il passato e la memoria. Tali presidi, possiedono il compito di occuparsi di cultura in modo stanziale e permanente, in modo da essere capaci di intercettare i bisogni culturali della sede in cui operano. Gli strumenti attraverso cui si occupano della promozione della cultura sono molteplici, tra cui biblioteche, libri digitali, la lettura di opere di letteratura italiana in paesi stranieri, drammatizzazione e lettura ad alta voce.<sup>73</sup>

La Dante Alighieri rappresenta pertanto uno dei più importanti strumenti indiretti di promozione della cultura e dell'italianità nel mondo il cui punto di forza consiste nel fatto che è, in modo naturale una rete, che elabora strategie comuni attraverso gli strumenti di integrazione e condivisione non solo tra i comitati e la sede centrale, ma soprattutto con le istituzioni centrali, quali MACI E MIBAC, attori principali di diplomazia culturale.

Il Kaleidoscopio della diplomazia culturale è vasto, comprende innumerevoli sfaccettature e non si limita al mero scambio diplomatico di accordi. Fa parte di un processo moderno e in continua evoluzione. È un concetto moderno e pratico.

Il quesito sorge spontaneo: Come si fa concretamente diplomazia culturale oggi?



Presidente Dante Alighieri, Andrea Riccardi

---

<sup>73</sup> Interventi dal 83° Congresso Società Dante Alighieri  
18 – 20 luglio 2019, Buenos Aires  
“Italia, Argentina, mondo: l’Italiano ci unisce”.

### **3. Una via “latina” alla Diplomazia Culturale:**

Come tradurre concretamente un’attività di diplomazia culturale? E soprattutto, oggi, sotto quali sembianze si presenta? Se in passato, durante i quasi cinquant’anni di guerra “non combattuta” tra due blocchi ideologici, la cultura rappresentava una chiave preziosa e uno strumento di penetrazione per aprire le porte ad un dialogo, generare collaborazioni politiche e abbattere le diffidenze tra i governi “lontani”, oggi, con la caduta dei muri, delle dittature e l’“apertura” del mondo, la diplomazia culturale ha necessariamente dovuto adeguarsi a nuove esigenze. Infatti attualmente, la funzione della cultura è quella di creare non una relazione politica ormai consolidata, ma bensì una economica e commerciale non esistente precedentemente: un mezzo di penetrazione commerciale del sistema Italia con l’obiettivo di “vendere” il prodotto italiano attraverso le eccellenze del nostro Paese legate non solo a diversi settori quali moda, cucina, design, arte, musica, ma anche e soprattutto ad un sistema di valori e di tradizioni. E’ stata altresì un’evoluzione naturale e necessaria allo stesso tempo, derivante da un inevitabile cambiamento del sistema politico internazionale.<sup>74</sup>

Perché una via latina alla diplomazia culturale? La diplomazia culturale oggi, nonostante sia caratterizzata da elementi del tutto nuovi e moderni, si potrebbe sicuramente ricollegare all’antico impero romano proprio in virtù del fatto che il fine ultimo alla base delle sue azioni, è quello di recuperare i “nostri” valori dell’essere latini.

I romani hanno abitato per secoli la “urbs”, la città composta da pietre, monumenti, strade e acquedotti che al contempo era definita “civica” in quanto al centro di essa vi erano i cittadini, coloro che la rendevano viva. Tuttavia, la costruzione di tali elementi, non avvenne in una logica di conquista, bensì di collegamento e connessione affinché le merci potessero essere scambiate. Allo stesso modo, La diplomazia culturale oggi, non è chiamata solo ad osservare, ma dietro il suo operato, vi deve essere una logica perlopiù antropologica volta a creare le condizioni affinché avvenga uno scambio, un confronto, una mutua comprensione. In questo modo emerge il suo lato “aristotelico” secondo cui l’insieme deve essere sempre superiore alla somma delle sue parti: è necessario produrre un valore aggiunto, una ricchezza economica, culturale sociale usando lo

---

<sup>74</sup>Intervista al Consigliere Diplomatico Francesco Capecchi



strumento della creatività e dell'immaginazione per valorizzare le "eccellenze". Proprio il termine cultura infatti, deriva dal latino *colere* che da un lato significa prendersi cura, ma dall'altro, abitare, stare in un luogo. L'abilità dei latini, è stata proprio quella di aver identificato all'interno di ogni luogo un "genius loci", un talento, partendo dal presupposto che all'interno di ognuno vi fosse una sorta di sensibilità toponomastica che rendesse ciascun luogo unico e diverso dall'altro. Allora perché oltre a identificarlo, non riconoscerlo e valorizzarlo? È proprio questo il compito a cui assolve la moderna diplomazia culturale: identificare il "genius loci", promuoverlo e valorizzarlo.

Ai romani è stato attribuito anche il merito di aver dato vita ad un sistema di regole, codificate e proposte come linguaggio universale all'interno di un territorio, pur rispettando usi culture e tradizioni dei popoli presenti e dando delle regole funzionali a creare integrazione e non separazione. Ciò è un elemento di grande novità, pur nella logica di riferimento storico: la cultura non è sinonimo di violenta imposizione e colonialismo, ma possiede un'accezione molto più profonda che va aldilà di quella propriamente politica: è una vera e propria "contaminatio" economica, commerciale, ma ancor di più etica morale rispetto al riconoscimento di una serie di valori. Una contaminatio positiva il cui punto di partenza è anzitutto il rispetto dell'altro, depositario di diritti e doveri.<sup>75</sup>

Un esempio emblematico di quanto "il fare diplomazia culturale" sia radicato anche e soprattutto ad un sistema di valori, è rappresentato da una concreta esperienza del Consigliere Diplomatico Francesco Capecchi, durante lo svolgimento del suo mandato in qualità di Console Generale a Brisbane in Australia.

All'interno delle scuole pubbliche australiane è obbligatorio l'insegnamento di una lingua straniera, la cui possibilità è lasciata all'autonomia scolastica. Proprio in una scuola a Mareeba nel nord del Queensland, era presente una forte comunità aborigena ed una legge chiamata *Families as First Teachers (FaFT)* che permetteva alle famiglie aborigene di partecipare alle decisioni scolastiche in quanto la loro tendenza era quella di mandare i loro figli a scuola sostenendo che l'apprendimento deve essere collettivo, il figlio appartiene alla collettività ed è pertanto educato dalla stessa ai valori e alle tradizioni aborigene.

---

<sup>75</sup> Intervista al Prof. Francesco Schianchi

Al fine di evitare la diffusione dell'analfabetismo, il governo australiano propose alle famiglie di partecipare alle decisioni rispetto a cosa insegnare ai figli in maniera tale da preservare la cultura aborigena dentro la scuola attraverso la condivisione di programmi di insegnamento. La lingua scelta fu proprio l'italiano in riferimento non tanto ad un'utilità, quanto ad una "comunanza": la lingua italiana, legata ad un sistema di valori come il rispetto di diversità e di culture, l'hanno fatta preferire ad altri. Iniziativa di grande successo fortemente voluta, appoggiata e finanziata dal nostro Governo.<sup>76</sup>



Mareeba 2007, Comunità aborigena, Console d'Italia Francesco Capecci

È paradossale quanto un concetto dalle origini così antiche sia più moderno che mai, coinvolto in un processo in rapida e continua evoluzione: mezzo di contaminazione economico commerciale, di confronto, di scambio, di arricchimento, di condivisione di principi e al contempo di valorizzazione delle eccellenze. La teoria sostenuta nel corso di tutto l'elaborato consiste proprio nella dimostrazione della modernità della diplomazia culturale la cui l'evoluzione in chiave attuale, è riconducibile al concetto di promozione integrata. Tuttavia, ancor prima di analizzare cosa sia la promozione integrata e in che modo viene messa in atto, è necessario fare un passo indietro, attraverso la spiegazione del concetto di Sistema Paese.

---

<sup>76</sup> Intervista al Consigliere Diplomatico Francesco Capecci

### **3.1 Il Sistema Paese: uno strumento per l'internazionalizzazione e la promozione del "made in Italy"**

Il sistema paese potrebbe definirsi una vera e propria "macchina" che percorre la strada rivolta all'internazionalizzazione, la promozione culturale e al made in Italy. Si compone di tutti gli attori protagonisti dell'attuazione delle strategie commerciali e culturali del nostro Paese: Ambasciate, Consolati, Istituti di Cultura e alcuni profili come l'ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) e le Camere di Commercio all'estero che, pur essendo delle istituzioni private e non pubbliche, possono avere una funzione "pubblicistica" e quindi assistere all'attuazione delle politiche del Paese.<sup>77</sup>

Uno degli elementi qualificanti del nuovo assetto del Ministero degli Affari esteri, è rappresentato dalla promozione del Paese nel suo insieme all'estero, compito affidato alla nuova Direzione Generale per la promozione del Sistema paese.

"Perché una Direzione Generale per le Promozioni del Sistema Paese?"

Sicuramente le nuove sfide derivanti dai mercati globalizzati, unite alla urgente necessità di affrontare adeguatamente la competizione internazionale, hanno favorito l'implementazione di tale approccio di "sistema" per la promozione. In particolare si è cercato di evitare l'approccio frammentato, di posizionare il sistema paese nel suo insieme nel mondo fortemente globalizzato. Inoltre l'esistenza di una stretta relazione tra economia e cultura dipende in larga parte per un paese come l'Italia, da risorse intellettuali e patrimonio culturale, creatività, innovazione e ricerca che danno vita ad un'instabile capacità di generare.

La Direzione assicura la coerenza complessiva delle attività di promozione con:

- la collaborazione delle altre Direzioni Generali Competenti;
- d'intesa con le altre Amministrazioni e istituzioni interessate;
- attraverso la rete degli uffici all'estero;

Dunque al fine di disporre di un quadro chiaro in merito al funzionamento e l'efficacia della DGSP, è necessario definire gli obiettivi, gli attori in

---

<sup>77</sup>Intervista al Consigliere Diplomatico Francesco Capecchi

particolare il direttore centrale e generale con le rispettive funzioni e competenze, le unità e le attività.

Tra gli obiettivi rientrano:

- La promozione della cooperazione Economico Commerciale con le economie emergenti; un maggiore potenziale di sviluppo economico attraverso le esportazioni ed investimenti all'estero unite alle importazioni e investimenti in Italia (in particolare approvvigionamento di energia, materie prime ed altri prodotti essenziali). In questo modo sarà possibile rafforzare la proiezione del sistema imprenditoriale italiano all'estero.
- Il consolidamento e il rafforzamento della diffusione della lingua e della cultura italiana nel mondo attraverso la rete degli istituti di cultura, le scuole italiane all'estero ed altre istituzioni italiane e straniere.

La DGSP si compone di una serie di attori, tuttavia è rilevante citare le funzioni e i ruoli del Direttore Generale per la promozione del Sistema Paese, il Direttore centrale per l'internazionalizzazione del sistema paese e le autonomie territoriali e il Direttore centrale per la promozione della cultura e della lingua italiana. Il Direttore Generale per la promozione del Sistema Paese possiede una competenza primaria in merito alla trattazione delle questioni tematiche e geografiche inerenti la promozione di tutte le componenti del Sistema Paese nel loro insieme e il sostegno alle loro esigenze complessive.

Il Direttore Centrale per l'Internazionalizzazione del Sistema Paese e le autonomie territoriali, oltre a promuovere l'internazionalizzazione del sistema produttivo del Paese e lo sviluppo di iniziative dirette a sostenere l'attività all'estero delle imprese italiane favorendo l'attrazione degli investimenti esteri in Italia, è tenuto a consolidare i rapporti con le realtà produttive italiane e le relative associazioni di categoria, nonché con le Regioni e le altre autonomie locali, partecipando attivamente alle attività con gli enti ed organismi italiani competenti in materia di credito e di investimenti italiani all'estero.

Il Direttore Centrale per la promozione della cultura e della lingua italiana invece, fa ruotare il suo operato attorno alla diffusione della lingua, della cultura e della creatività italiane all'estero; alla gestione della rete degli istituti di cultura, lettori e scuole; alla programmazione, organizzazione e circuitazione di eventi culturali; all'internazionalizzazione del sistema universitario; alle attività

relative alle borse di studio e agli scambi giovanili ; alla partecipazione dell'Italia alle Organizzazioni Internazionali in campo culturale e alla promozione delle Collezioni d'arte della Farnesina.

Inoltre, Il Ministero degli Affari Esteri è attivamente impegnato nell'azione di sostegno della proiezione internazionale dell'Italia. La forza della Diplomazia Economica e Culturale Italiana risiede infatti nella sua capacità di porsi come facilitatore di processi e gestore di reti, in grado di contribuire alla coerenza ed alla unitarietà d'azione sullo scenario internazionale, condotta assieme alle altre amministrazioni attive nei settori considerati ; tra questi , il mondo dell'imprenditoria, delle università, della ricerca, dei soggetti espressione dell'incomparabile patrimonio culturale italiano che costituisce un fattore essenziale della proiezione internazionale dell'Italia e della sua ricchezza complessiva.

Si tratta di un'azione che è, tra l'altro, diretta ad affiancare e indirizzare le aziende italiane verso una più marcata internazionalizzazione e una maggiore competitività, intese non solo come export, ma anche come radicamento all'estero e capacità di attrarre investimenti e favorire ricadute positive sul sistema produttivo e sull'occupazione in Italia. In tale contesto, la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese svolge un ruolo cruciale sul piano del coordinamento di soggetti che operano in favore dell'internazionalizzazione, mettendo a disposizione le competenze, le capacità e i servizi della struttura centrale e della rete diplomatico-consolare. Difatti tra le varie unità amministrative rientrano:

- Unità per le autorizzazioni di materiale di armamento, un Organismo interministeriale che, sotto la guida del Ministero degli Esteri, autorizza e controlla la movimentazione dei materiali di armamento da e verso l'estero; coordina le amministrazioni dello Stato interessate ai procedimenti autorizzativi e alle attività connesse alle trattative contrattuali, alle esportazioni, alle importazioni e ai transiti dei prodotti e materiali per la difesa.
- Unità per la cooperazione scientifica e tecnologica diretta alla diffusione della scienza e della tecnologia italiane all'estero; alla trattazione delle questioni scientifico-tecnologiche in relazione a enti e organizzazioni

internazionali mediante vari strumenti tra i quali programmi esecutivi di cooperazione bilaterale scientifici e tecnologici, progetti di mobilità e banche dati.

- Incarichi ad hoc tra cui rientrano la promozione della collaborazione internazionale e bilaterale nel settore dello sport, questioni attinenti alla politica di esportazione e importazione dei prodotti per la difesa e dei materiali a doppio uso e coordinamento su questioni ed attività specifiche.

Sul piano del coordinamento, la DGSP svolge un'azione di raccordo con il mondo dell'imprenditoria, della cultura e di altre realtà della società civile, in collaborazione con gli altri Ministeri ed Enti, secondo una logica nuova di partnership pubblico/privato.

Numerosi sono gli strumenti, le attività e collaborazioni in atto.

- Cabina di regia per l'Italia Internazionale, riunisce i rappresentanti del Ministero degli Esteri, dello Sviluppo Economico, della Presidenza del Consiglio, dell'ICE, della Confindustria, dell'ABI ed all'occorrenza altre entità pubbliche/private per pianificare e gestire assieme le missioni di sistema all'estero riguardo il sistema imprenditoriale italiano.
- Il Comitato strategico per lo sviluppo e la tutela all'estero degli interessi nazionali in economia, composto da esperti di elevato profilo ed ha il compito di "advisor" del Governo sulla tematica dei Fondi Sovrani e sui fenomeni della globalizzazione economica e finanziaria.
- L'intesa tra il governo e le regioni per le attività internazionali, strumento di "multilevel governance" per lo sviluppo e l'internazionalizzazione dei territori e per la valorizzazione del ruolo delle Regioni nel quadro più vasto della politica estera del Governo.
- Promozione e attrazione di investimenti esteri attraverso diverse collaborazioni con partners pubblici e privati (Borsa Italiana, SACE,) al fine di incentivare l'attrazione di investimenti diretti e di portafoglio in Italia, nonché la promozione all'estero delle opportunità economiche del territorio nazionale.
- Promozione e attrazione dei flussi turistici in cui d'intesa con il Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo e l'ENIT, la Farnesina favorisce l'immagine del brand Italia e incentiva l'attrazione

degli investimenti esteri nel settore, promuovendo il territorio italiano come destinazione turistica.

- Promozione dell'innovazione e del capitale umano in cui la DGSP, d'intesa con il Ministero dello Sviluppo Economico e in collaborazione con l'Istituto per il Commercio Estero, Università, Camere di commercio italiane ed imprese, promuove il programma "Invest Your Talent in Italy" volto ad incentivare l'attrazione di talenti stranieri anche attraverso l'offerta formativa di tipo accademico e imprenditoriale. La finalità ultima è creare nuove risorse strategiche per accrescere la competitività del Paese.
- Valorizzazione dello sport, degli eventi e delle eccellenze italiane in questo campo, quali veicoli di promozione di immagine, di qualità e di opportunità in tutti i settori che a vario titolo ruotano attorno al mondo della pratica e delle competizioni sportive, e più in generale per la promozione del Paese nel suo insieme.
- Valorizzazione degli istituti di cultura, delle scuole, dei letterati, del sistema delle borse di studio, della circuitazione degli eventi culturali e del patrimonio artistico della Farnesina, quali strumenti di promozione complessiva dell'immagine del Paese e di tutte le sue risorse.
- Promozione e coordinamento delle sinergie tra le diverse componenti del Sistema Paese nell'ambito dei grandi programmi di proiezione dell'Italia all'estero in collaborazione con Paesi emergenti, al momento soprattutto dall'Asia e dal Medio Oriente, che intendono investire nella formazione in Italia di loro capitale umano".<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup>MAECI, *La nuova Farnesina per il sistema paese*, Roma, collaborazione editoriale a cura della Dott.ssa Micaela de Gennaro, 2015, pp.7-16

### **3.2 La Promozione Integrata e il “Vivere all’Italiana”**

Cosa si intende quando parliamo di promozione integrata? E come si realizza concretamente? Il concetto moderno di Promozione integrata è stato adottato recentemente in virtù del fatto che non è possibile immaginare una promozione esclusivamente culturale o commerciale: non esiste una promozione culturale senza una commerciale e viceversa, ciò implicherebbe l’investimento di risorse fine a sé stesse. Siamo in un’epoca in cui non ci si può permettere una cultura che non produca risultati apprezzabili da un punto di vista commerciale sfociando in questo modo in una visione sterile, purista e antistorica. Nel 2015 l’Ice e il Ministero degli Affari esteri, hanno dato vita ad un progetto chiamato “Italy, extraordinary common place” volto a evidenziare i punti di forza comuni sull’Italia, come quello del Made in Italy: se le cose nascono in un paese “comune”, sono banali, se nascono invece in un luogo “straordinariamente comune” sono straordinarie e originali.

Ovviamente vi sono strategie decise a livello centrale da attori politici, i cosiddetti “stakeholders”, tra cui il Ministero degli affari esteri che fissa alcuni obiettivi che ciascuna istituzione può interpretare e adattare al paese in cui si trova a rappresentare l’Italia. L’attuazione di tali politiche implica una certa flessibilità derivante dal fatto che anzitutto ci si trova in un paese straniero e che una cospicua parte dei fondi ricevuti provengono dal Ministero, altri risalgono a sponsorizzazioni private.

Dunque la promozione integrata è la somma di una serie di attività che il sistema paese realizza per promuovere e valorizzare l’immagine Italia nel mondo e il Made in Italy, ovvero ciò che è riconoscibile come prodotto italiano all’estero e che può essere un’opera immateriale, materiale, fisica, pubblica o un manufatto oggetto di design. La promozione integrata si serve del soft power per avvicinare due paesi sfruttando gli aspetti in comune tra questi e soprattutto tenendo in considerazione le tradizioni e le risorse dell’altro. Ad esempio la predisposizione positiva che l’Argentina ha verso l’Italia, rappresenta sicuramente una carta vincente che può innestare attività dirette alla diffusione dell’Ital-simpatia. Ormai la promozione culturale è legata al generare risorse da reinvestire nella promozione, valorizzazione e conservazione del patrimonio culturale. Ne è un esempio emblematico, l’opera de il Signor Lavallo che tramite Tods ha “adottato”



il Colosseo permettendone una ristrutturazione e utilizzandolo all'interno delle sue campagne pubblicitarie. Egli può essere considerato un "visionario" del tempo in quanto tenta con il suo operato, non di snaturarlo, ma bensì di renderlo eterno e vivo per le generazioni future. Inoltre, non si può ignorare il luogo e il contesto in cui nasce un determinato prodotto che è quello su cui, nel caso della promozione integrata, bisogna puntare: non si può sottovalutare che quel prodotto sia nato in un contesto particolare. Un prodotto italiano è infatti, il risultato di millenni di storia, di arte, di cultura e di bello. Se nascesse in un altro posto, non assumerebbe sicuramente la stessa connotazione.<sup>79</sup>

Pertanto, in una visione di promozione integrata appare possibile:

- Massimizzare l'impatto dei valori associati all'"essere italiano" e al concetto di "vivere all'italiana";
- Porre effettivamente il MAECI al centro dell'azione di diplomazia culturale italiana;
- Realizzare un'azione coerente e costante di coordinamento tra tutti gli attori, pubblici e privati, del Sistema Paese. In tale ottica sono state avviate le Piattaforme di sistema diplomazia culturale-diplomazia economica, che hanno registrato nel quadriennio 2014-2018 la visita ad oltre 8500 imprese.

Il "Piano Straordinario 2017-2020" è stato il primo strumento operativo basato sul concetto di promozione integrata a medio termine. I settori di riferimento del Piano, sono: lingua italiana, design, archeologia e tutela del patrimonio culturale, musei, arte contemporanea, sistema universitario, cucina, turismo culturale, industrie creative, ricerca scientifica e diplomazia economica. Ciò ha permesso nei primi tre anni del Piano, di realizzare i circa 9 mila eventi.

Il primo obiettivo del Piano Straordinario, ancorché non ancora completato, ossia utilizzare con efficacia e tempestività i fondi assegnati può dirsi, quindi, ampiamente raggiunto. Resta da conseguire il secondo: rendere ordinario, stabile e strutturale il finanziamento straordinario, che, allo stato attuale, terminerebbe alla fine dell'esercizio finanziario 2020, ormai alle porte.

Un aspetto suscettibile di apprezzabili e non sufficientemente sfruttati ritorni in termini di diplomazia culturale, è rappresentato dalla cospicua presenza in Italia di enti e istituti accademici e scientifici di carattere internazionale: dall'Istituto

---

<sup>79</sup> Intervista al Consigliere Diplomatico Francesco Capecci

Universitario Europeo di Firenze al Centro internazionale di formazione OIL di Torino. Siamo inoltre il Paese che ospita e finanzia sul proprio territorio il maggior numero di centri di eccellenza UNESCO, di cui due a Trieste (ICTP- Centro internazionale di fisica teorica, la TWAS- World Academy of Science, oltre all'ICGB, Centro internazionale di genetica e biotecnologia dell'UNIDO) uno a Venezia (Ufficio regionale per la scienza e la cultura in Europa) e uno a Perugia (WWAP- Programma per la valutazione delle risorse idriche mondiali). L'insieme di queste realtà, istituite con finalità proprie da trattati internazionali e accordi di sede, non può ovviamente rientrare in una diretta opera di diplomazia culturale italiana, ed esercita di per sé una benefica influenza sui territori, apprezzata dagli amministratori e dalle comunità locali. Nondimeno, l'esperienza dimostra che si potrebbe fare di più, al di là del modo con cui talvolta queste importanti istituzioni sono viste e gestite, sottovalutandone i risvolti di interesse nazionale, sia a livello di organi direttivi che dei programmi di attività.

Allo stesso modo, autorevoli organismi di ricerca, formazione e analisi, pubblici e privati, con o senza contributi ministeriali (ISPI, SIOI, IAI, ASPEN Institute Italia ecc.) nonché prestigiose organizzazioni internazionali come l'IILA, possono agire da cassa di risonanza e da qualificato interlocutore critico delle iniziative di diplomazia culturale dell'Italia. In parte già lo fanno; si potrebbe ottenere che lo facciano ancora di più, aprendo un tavolo informale di collaborazione, senza che ciò comporti in alcun modo una modifica del loro mandato".<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup>Mid - TermReview: Linee per il rafforzamento della Diplomazia Culturale dell'Italia (MAECI 12 luglio 2019), p.12

### **3.3. Esempi di promozione integrata: Aprirsi e vivere “all’italiana”**

“Al fine di predisporre concretamente di un esempio di promozione integrata, è bene richiamare il piano di promozione integrata “Vivere all’Italiana”, lanciato nel corso della conferenza dei direttori degli Istituti Italiani di Cultura del dicembre 2016, elaborato dal MAECI in collaborazione con MIBAC, MIUR, RAI, Società Dante Alighieri ed altri partner della diplomazia culturale.

Il Piano, parte dalla considerazione che l’Italia è riconosciuta all’estero come punto di riferimento in termini di patrimonio artistico-culturale, creatività, innovazione, stile di vita, e ha l’obiettivo di proporre una strategia istituzionale di tutto il Sistema-Paese in risposta alla “domanda di Italia” nel mondo, rafforzando così il nostro posizionamento nel contesto globale attraverso iniziative coordinate di promozione culturale, economica e scientifica. Inoltre, si colloca in un contesto internazionale che vede il nostro Paese come un punto di riferimento indiscusso in campo culturale, sia in ambito UNESCO sia nel contesto della dimensione culturale europea, promossa anche grazie alla rete EUNIC (l’associazione degli enti ufficiali di promozione dei Paesi membri), di cui l’Italia ne è un membro attivo.

Tale strategia, che si propone di rafforzare progressivamente l’aspetto di comunicazione, riguarda in via prioritaria: lingua, letteratura ed editoria; design; cucina; arti visive con particolare attenzione al contemporaneo; industrie culturali e creative, tra cui il cinema; spettacolo dal vivo; scienza, ricerca e innovazione; sistema universitario; archeologia e tutela del patrimonio; sistema museale; turismo e territori; diplomazia economica. Si tratta di 8.789 eventi in 250 città di 110 Nazioni, in aumento di circa il 10 % rispetto al 2017 e del 48,89% rispetto ai 5.886 eventi del 2016. Questo è stato possibile grazie all’impulso del “Piano per il potenziamento della promozione della cultura e della lingua italiane”, lanciato nel 2017 che ha adottato il concetto di promozione integrata istituzionale, capace di mettere a fattor comune tutti i vantaggi competitivi associati al “marchio Italia” e all’italianità come stile di vita, alla base di un valore aggiunto stimato di PIL in 350 miliardi di euro. Alcuni di questi settori, a loro volta, sono oggetto di rassegne periodiche, che si svolgono a date fisse contemporaneamente in tutto il mondo: design, ricerca, cinema, lingua, arte contemporanea, cucina. Di grande rilievo anche le rassegne geografiche, di durata annuale, volte a dare un segnale di attenzione ad aree prioritarie, dove vogliamo consolidare la nostra presenza interloquendo con le locali società civili mediante un approccio di dialogo inter-

culturale. Ad esempio, nel 2018 ha avuto luogo “Italia-Culture-Mediterraneo”, rivolta a tutta l’area MENA mediante 500 diverse iniziative. Il 2016 era stato dedicato all’America Latina, mentre il 2019 lo sarà all’Africa sub-sahariana. Grazie a tale piano, le diverse attività promozionali organizzate all’estero dalla rete diplomatico consolare e dagli istituti italiani di cultura, sono passate tra il 2016 e il 2018 da circa sei mila a nove mila in oltre 250 città e 110 paesi. Ha contribuito in maniera determinante:

- All’aumento del numero degli studenti di italiano nel mondo (pari a 2145.000, secondo l’ultimo censimento riferito al 2017);
- Al potenziamento delle rassegne tematiche periodiche dedicate al design, ricerca scientifica e tecnologica, cinema, lingua, cultura arte contemporanea e cucina, che a scadenze fisse mobilitano la rete degli uffici all’estero intorno ai settori prioritari di attività;
- All’elaborazione di programmi annuali di promozione e cooperazione culturale in aree geografiche prioritarie);
- Alla celebrazione anche sul piano internazionale di grandi anniversari;
- All’aumento di borse di studio a favore di studenti internazionali;
- Al sostegno di programmi internazionali di ricerca scientifica;
- All’incremento delle missioni archeologiche;
- Alla definizione di un’efficace strategia per la promozione all’estero del sistema universitario e della formazione superiore italiano.

La programmazione annuale di vivere all’Italiana 2020 sarà caratterizzata dall’articolazione di rassegne tematiche periodiche dedicati a specifici settori della promozione integrata: Italia Design Day, Giornata della ricerca italiana nel mondo, Fare cinema, Giornata del Contemporaneo, Settimana della Lingua Italiana nel mondo, settimana della cucina italiana nel mondo. Come focus geografico dopo la realizzazione di “Italia Culture e Mediterraneo “nel 2018 e di “Italia, Culture e Africa” nel 2019, sarà dedicata particolare attenzione alla Cina con l’anno della Cultura e del Turismo tra Italia e Cina e all’Expo di Dubai (che avrà inizio a ottobre 2020 per concludersi ad aprile 2021). Nel 2020 ricorrono inoltre gli anniversari di alcune figure illustri della cultura italiana come Raffaello ( V centenario dalla morte ) , Federico Fellini ( 100 anni dalla nascita ) , Gianni

Rodari ( 100 anni dalla nascita) , Amedeo Modigliani (centenario dalla morte ) e Pellegrino Artusi (200 anni dalla nascita )”.<sup>81</sup>

“In tal senso il ruolo di alcune istituzioni è fondamentale: le proposte di promozione culturale, secondo lo schema di gestione del Piano “Vivere all’Italiana”, vengono coordinate annualmente dalle ambasciate. Particolare cura, specie in Paesi extraeuropei e del cono Sud, dovrà essere rivolta all’individuazione di concrete iniziative (prestiti tra musei, borse universitarie e di ricerca, stages presso aziende e istituti di alta qualificazione, traduzioni, invio di materiale didattico e supporti tecnologici ecc.) diretti a realizzare una miglior conoscenza delle rispettive identità nazionali e di costituire un effettivo strumento di “Soft Power”.L’Ambasciata Italiana a Buenos Aires, al fine di dare attuazione alle strategie previste dal piano di promozione integrata “Vivere all’Italiana” nel corso del 2018, si è fatta promotrice di una serie di eventi tra cui “La forma della Bellezza”, con l’obiettivo di esaltare la bellezza del nostro Paese e l’originalità del Made in Italy in diversi ambiti, servendosi dell’immagine del Golfo di Napoli e di tutte le peculiarità che offre. Che cos’è la bellezza? La bellezza è gusto, per cui è stata oggetto di promozione la pasta artigianale del Pastificio Setaro di Torre Annunziata protagonista di un progetto di riutilizzo e riqualificazione urbana. La bellezza è moda: da qui la presentazione di un noto Atelier di moda con quasi 104 anni di storia. La bellezza è colore e quindi la capacità di saper tutelare una risorsa come il corallo e favorirne la promozione e lo sviluppo all’estero grazie all’Associazione Nazionale Produttori di Corallo, costituitasi a Torre del Greco nel 1977. La bellezza è arte in tutte le sue forme, dall’esposizione dell’Afrodite di Capua presso il Museo delle belle arti di Buenos Aires, al Gala di balletto presso il Teatro Coliseo avente come protagonista il corpo di ballo del Teatro di San Carlo. Un modo originale , ma al contempo efficace , di promuovere le bellezze italiane all’estero.<sup>82</sup>“Il ruolo delle ambasciate diviene altresì prezioso rispetto alla rendicontazione degli ostacoli pratici e psicologici che possono manifestarsi, caso per caso, nei confronti del sistema Italia, ossia dei pregiudizi (e dei luoghi comuni) che emergono localmente nei confronti del nostro Paese. Se, ad esempio, nell’Europa centro-settentrionale rimane diffusa l’idea di un ritardo italiano nel campo dell’innovazione scientifica, occorrerà programmare conferenze, simposi,

---

<sup>81</sup>[https://www.esteri.it/mae/it/politica\\_estera/promozione-integrata-del-sistema/vivere-all-italiana](https://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/promozione-integrata-del-sistema/vivere-all-italiana)

<sup>82</sup>[https://ambuenosaires.esteri.it/ambasciata\\_buenosaires/it/ambasciata/news/dall\\_ambasciata/2018/10/lancio-del-ciclo-culturale-la-forma.html](https://ambuenosaires.esteri.it/ambasciata_buenosaires/it/ambasciata/news/dall_ambasciata/2018/10/lancio-del-ciclo-culturale-la-forma.html)

workshop e piattaforme espositive in diversi settori quali l'astrofisica, la ricerca genetica e biomedica, la farmacologia, la biologia cellulare e neurobiologia, la chimica biomolecolare, la biotecnologia agraria, le scienze dell'alimentazione, le tecnologie del mare e numerosi altri perfino le scienze polari in cui, per riprendere il riuscito titolo della riunione dei 25 addetti scientifici tenutasi a Roma il 27-28 giugno 2019, "l'innovazione parla italiano", con elevate ricadute in termini di brevetti e di attrazione di investimenti. Il fatto che il CERN (Organizzazione Europea per la Ricerca Nucleare), il più importante laboratorio al mondo di fisica delle particelle, sia diretto, nei sessantacinque anni della sua storia, per la quarta volta da uno scienziato italiano (e prima donna in assoluto), Fabiola Gianotti, è forse oggi la più lampante dimostrazione dei traguardi raggiunti dalla scienza italiana. L'innovazione non è tuttavia una dea bendata: non presenta solo opportunità ma anche rischi di tenuta sociale. Dalla cosiddetta "culture of innovation", d'impostazione prettamente americana, diffusasi nel mondo imprenditoriale a partire dalla Silicon Valley, per massimizzare l'efficienza del lavoro e il profitto, occorre distinguere un modello italiano partecipativo, che nasce nell'immediato dopoguerra con l'esperienza di "Comunità" dell'azienda Olivetti di Ivrea, ripreso e perfezionato oggi da altre realtà nazionali. Da questo approccio "all'italiana" nel miglior senso del termine, solidaristico e umanistico, sono nate, estendendosi rapidamente ad altri centri di ricerca di imprese pubbliche e private (come IRI, ENI, ENEL, l'allora MONTEDISON ecc.) le ricerche pionieristiche sulla robotica, l'informatica, l'intelligenza artificiale, la cibernetica, l'analisi dei sistemi ecc., che l'Italia non ha solo importato, ma spesso esportato nel mondo, senza dimenticarne le applicazioni nei settori di punta dell'*intelligence* e del trattamento e protezione dei dati. Da lì sono derivati anche i primi esperimenti in materia di musei digitali, biblioteche virtuali, banche dati testuali, enciclopedie, librerie e dizionari on-line, e altri strumenti multimediali, che permettono di disseminare nel mondo la conoscenza dell'immenso patrimonio artistico, librario e archivistico di cui siamo portatori. Tutte le principali istituzioni culturali ne sono ormai dotate, con programmi spesso interattivi: Accademia dei Lincei, Enciclopedia Treccani, Accademia della Crusca. L'innovazione resta una grande sfida non solo per l'Italia in genere, ma soprattutto per la pubblica amministrazione, ivi compreso il Ministero, che pure ha ottenuto in questo campo risultati significativi".<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup>Mid - TermReview: Linee per il rafforzamento della Diplomazia Culturale dell'Italia

### **3.4 L'Ambasciata italiana a Buenos Aires : In-genio italiano.**

“I programmi di promozione integrata, come accennato precedentemente, ricomprendono e si alimentano anche delle celebrazioni per i centenari di speciale rilevanza, nella storia italiana sempre su proposta del Ministero: è il caso di Rossini nel 2018, di Leonardo nel 2019.

“In-genio italiano. L'arte italiana di innovare e costruire il futuro”, questo è il titolo del piano di promozione integrata promosso dall'Ambasciata d'Italia in Buenos Aires nel 2019 che ha deciso di celebrare in Argentina il Genio e l'Ingegno italiano che continua ad ispirare il mondo nel progresso dell'arte e dell'impresa, della tecnologia e della letteratura, della musica e dell'innovazione, dell'architettura e della scienza.

A 500 anni dalla morte di Leonardo Da Vinci, artista e scienziato, icona dell'umanesimo, uomo del futuro, l'Italia presenta in Argentina un programma di mostre, conferenze, seminari e spettacoli per illustrare il genio e la capacità creativa italiana, interpretati da artisti, imprenditori e protagonisti del “essere, pensare e vivere all'italiana”.

Disegno, architettura, scienza, letteratura, arti visive, musica, diventano elementi essenziali per guardare verso il futuro, reinventare e riscoprire nuovi orizzonti.

Leonardo, personaggio eclettico, pittore, scultore, inventore, ingegnere del presente e precursore del futuro. A testimonianza della sua genialità e al contempo modernità che rispecchia il “Made in Italy”, ad esempio, si è pensato, in occasione della celebrazione della Festa della Repubblica Italiana, di porre accanto alla riproduzione del modello di bicicletta da lui ideata, le biciclette elettriche dell'Enel. Accanto all'aereo con la vita che si alimenta attraverso un sistema a corda e un sistema di rotazione, sono stati affiancati i simulatori di volo dell'Alitalia.

Un genio senza tempo, nato in un contesto di genialità e creatività come quello italiano. Il percorso si è aperto con la celebrazione dell'innovazione applicata alla “città del futuro”, a cura dell'architetto e designer Francesco Schiavini, in occasione della Giornata del Disegno italiano nel mondo il 20 marzo 2019, e si concluderà in dicembre con la mostra “Da Vinci Experience”.

Concetti come arte motore dello sviluppo sociale e inclusivo sono espressi dal progetto artistico di Alejandro Marmo che, con il suo “Abbraccio”, raccoglie simbolicamente, le radici culturali italiane e argentine, unendo concetti quali amicizia, solidarietà e bellezza.

L’interazione tra arte e società, responsabilità sociale e sostenibilità ambientale, è rappresentata da uno dei principali esponenti dell’“avanguardista” Arte Povera”, Michelangelo Pistoletto, le cui opere saranno in mostra nella Bienal Sur 2019, tra giugno e ottobre, “trasformando” l’edificio dell’Ambasciata in Buenos Aires, recentemente riconosciuto come patrimonio storico e artistico argentino, in una delle tappe del “Segno Arte”.

La mostra “La bellezza della conoscenza” permetterà, a novembre, di rivivere lo straordinario contributo dell’Italia a favore della diffusione e dello sviluppo della tecnologia mondiale, attraverso un’esposizione interattiva e con un forte contenuto educativo.

Non potevano mancare incontri con prestigiosi giornalisti, quali Jorge Fontevecchia, Marcelo Bonelli, Roman Lejtman e Luis Novaresio, sul tema della informazione e comunicazione e un evento di profilo più commerciale: il Foro per la promozione e lo sviluppo delle PMI e imprese innovatrici che a giugno propone di “accompagnare” la creazione di nuove collaborazioni tra le aziende di entrambi i paesi, individuando nell’innovazione tecnologica il fattore unificante”.<sup>84</sup>

Dunque il programma di promozione integrata 2019 dell’Ambasciata di Buenos Aires, è stato così strutturato

### **“In-genio italiano. L'arte italiana di innovare e costruire il futuro”**



**In-genio e design:**  
Italian Design Day, “la città del futuro”

---

<sup>84</sup>[https://ambuenosaires.esteri.it/ambasciata\\_buenosaires/it](https://ambuenosaires.esteri.it/ambasciata_buenosaires/it)



**In-genio e arte:**

“Italia in Scena”, Occident Express con Ottavia Piccolo

**In-genio nel giornalismo:**

- Jorge Fontevicchia
- Marcelo Bonelli
- Roman Lejtman
- Luis Novaresio

**In-genio e inclusione:**

l’“Albergo Etico” in Argentina

**In-genio e arte:**

Bienalsur2019 Inaugurazione del "Tondo delle otto porte" di M. Pistoletto

**In-genio e arte:**

"Abbraccio" di Alejandro Marmo

**In-genio e cultura:**

Forum ICE - Dante Alighieri - "Cult &Tech

**In-genio e conoscenza:**

Mostra la “Bellezza della Conoscenza”

**In-genio e innovazione:**

Forum per la promozione e lo sviluppo di PMI e start up innovative

**In-genio e genialità:**

Mostra “Da Vinci Experience

**In-genio e innovazione:**

Italia en 24

Il programma di promozione integrata si è aperto con l’evento: “Italian Design Day”: la città del futuro”, volto a promuovere l’eccellenza italiana nel campo del design. L’obiettivo, attraverso una prima conferenza, tenuta dal Professor Francesco Schianchi in occasione del Design Day, è stato quello di identificare un linguaggio comune e condiviso, mettendo insieme moda e design due elementi

contrapposti in cui l'una diveniva l'ancella dell'altra, andando a creare un concetto unico e integrato. Attorno a ciò, è stata organizzata una sfilata con oggetti di design legati al mondo dell'illuminazione e dell'arredamento in cui la comunicazione umana e la gestualità fisica, sono stati dei paradigmi di riferimento in tale circostanza. Non si trattava di portare in scena gli oggetti, ma di interpretarli coinvolgendo gli spettatori, una sorta di interazione sistematica con il pubblico in cui i modelli sfilavano con un pacco di pasta artigianale, lanciandoli tra il pubblico e, una volta terminata la sfilata, gli oggetti sono stati posti in esposizione in modo da poter essere toccati, vissuti, sentiti e percepiti quasi a riappropriarsi della loro fisicità. La cultura del progetto da sempre ha teso ad attrezzare, arredare, abbellire il gesto, attraverso artefatti che ne supportassero lo sforzo, l'impegno, la precisione, la volontà espressiva: ne è emersa una produzione infinita di oggetti che rispondessero all'esigenze congiunte di praticità, di efficienza, di funzionalità, di bellezza, di sicurezza. Questa breve sfilata di oggetti, in grado di accompagnare le persone nella loro vita quotidiana, evidenzia il valore del design come disciplina progettuale che esprime un fine preciso: produrre la felicità dell'umanità attraverso il miglioramento della qualità della vita.

In questo modo, il design ha coinvolto e trasformato qualsiasi realtà dinamica e produttiva uscendo dai canoni "straordinari" dell'uomo contemporaneo.

Emblematico esempio di come la diplomazia culturale, ha creato elementi, fornito esperienze culturali e conoscenza sul design italiano che riguarda la vita globale delle persone. Il Professor Schianchi nel corso della Conferenza ha affermato: "È necessario umanizzare la tecnologia per porre al centro le persone e risolvere problemi individuali e collettivi delle città di oggi e di domani."<sup>85</sup>



"La ciudad del futuro"

---

<sup>85</sup> Intervista al Prof. Francesco Schianchi

"In-genio en el periodismo", è un ciclo di conferenze volto a celebrare le eccellenze nel giornalismo.

“Il primo dei quattro appuntamenti previsti nell'ambito di "In-genio en el periodismo" ha visto ospite il giornalista Jorge Fontevecchia, fondatore e direttore del quotidiano "Perfil" e dell'omonima casa editrice, che ha tenuto un discorso intitolato "Narcisismo e polarizzazione nella politica". Nell'occasione l'ambasciatore Giuseppe Manzo ha conferito a Fontevecchia l'onorificenza di Ufficiale dell'Ordine della Stella d'Italia, "per la sua determinazione e l'impegno nella sua professione".

Il secondo appuntamento ha avuto come protagonista Marcelo Bonelli, giornalista che ha tenuto una “charla” (chiacchierata informale) relativa al “Giornalismo in tempo di fake news”. La realtà giornalistica moderna si trova davanti a nuove sfide, prima fra tutte la disinformazione facilitata dai social networks contro la quale i giornalisti lottano costantemente per portare avanti una forma pura come quella che il giornalismo continua a rappresentare.

La "charla" di Román Lejtman, il terzo incontro, si è incentrata invece, su “l'influenza delle idee italiane nella politica argentina”, un'occasione per ricordare illustri pensatori, politici, letterati italiani che con il loro pensiero e la loro azione hanno esercitato una grande influenza anche in Argentina. Lejtman ha oltretutto sottolineato il ruolo del giornalismo nel divulgare le idee e il pensiero italiano attraverso un'azione di analisi, approfondimento e comunicazione.

Tra i nomi citati Machiavelli e il suo "Principe", Antonio Gramsci, Giovanni Sartori, così come Giovanni Falcone che a 27 anni dalla sua morte segna un esempio nella lotta alle mafie rispetto alla quale l'Ambasciatore Manzo ha voluto ricordare come "la mafia è un fatto umano e come tale va affrontato e superato".

È seguita la cerimonia attraverso la quale l'ambasciatore Giuseppe Manzo ha consegnato a Román Lejtman l'onorificenza di Cavaliere dell'Ordine della Stella d'Italia quale riconoscimento della dedizione, coerenza, professionalità e vicinanza all'Italia dimostrate nel corso della sua carriera.

Il quarto talk, ha visto la partecipazione del giornalista Luis Novaresio, il cui “discorso”, si intitolava "Essere italiani. Essere giornalista” ed è stata un'occasione per ricordare le origini italiane di Luis Novaresio e l'importanza che la letteratura italiana, in particolare la Divina Commedia, ha avuto durante lo sviluppo

professionale del giornalista di origini piemontesi. Un momento di storia e cultura, tradizione e giornalismo, italianità e fratellanza con l'Argentina.

Il discorso dell'ambasciatore Manzo è stato preceduto da un video con la consegna del premio “l'Ordine della Stella d'Italia” a Luis Novaresio durante la celebrazione del Partito Nazionale della Repubblica Italiana al Teatro Colosseo, il 1 ° giugno, concesso per il suo impegno, passione e impegno dimostrato durante la sua carriera professionale.



Charla con Luis Novaresio



Charla con Jorge Fontevecchia



Charla con Román Lejtman

Anche in occasione del festeggiamento del giorno della Repubblica Italiana, giorno che ricorda quel referendum del 1946 per mezzo del quale gli italiani scelsero la Repubblica, si sono celebrati i 500 anni dalla morte di Leonardo da Vinci, genio italiano, che ancora oggi continua ad essere una fonte di ispirazione con il suo ingegno applicato a tanti campi.

In suo onore, si è proposto agli invitati un viaggio nell'arte, nella tecnologia del *Made in Italy* e nella gastronomia, per celebrare il valore del "In-genio italiano". In questo modo, hanno potuto contemplare l'opera "Segno Arte" di Pistoletto, ispirata nell'uomo vitruviano di Leonardo; le riproduzioni delle macchine da volo di Leonardo realizzate dall'artigiano cordovese Juan Carlos Zampieri; i modelli della collezione Alberta Ferretti disegnati per Alitalia e l'itinerario in 3D dell'interno di un aereo contemporaneo; il prototipo leonardesco della bicicletta; un percorso in una galleria di immagini della mostra di Gino Bartali, "Giusto tra le Nazioni"; i modelli elettrici di Enel X e la esposizione di due modelli di auto del Gruppo FCA in onore dei 100 anni di presenza dell'azienda in Argentina.

Dopo l'inaugurazione ufficiale della Festa da parte dell'ambasciatore Manzo è stato proiettato, sul Palazzo Barolo, un pannello interattivo dedicato alla Divina Commedia di Dante Alighieri, disegnato dall'architetto italiano Mario Palanti.

Due sono stati gli omaggi all'amicizia fra Italia e Argentina: "L'Abbraccio" di Alessandro Marmo e le opere di Luciano Garbati, "Testimonio", "Vasiho", "Alterfero", a dimostrazione che l'in-genio italiano abita ancora nelle opere di artisti italo-argentini.

Inoltre, l'in-genio italiano si è manifestato anche con l'inclusione e l'integrazione sociale. Sono stati infatti assunti per aiutare durante l'evento, i ragazzi del primo "Albergo Etico" fuori dall'Italia, un progetto che ha come obiettivo quello di dare autonomia e indipendenza economica a persone con alcune disabilità. L'albergo, primo in Sudamerica per caratteristiche e secondo nel mondo dopo quello di Asti, accoglie al suo interno anche un ristorante ed è stato inaugurato dalla Fondazione Upis (Uniti per l'inclusione sociale) nell'aprile 2018 a Villa Carlos Paz (provincia di Cordoba), col fine di integrare e dare un certo grado di autonomia a giovani con la sindrome di Down e disabilità intellettive impiegandoli, come pionieri,

all'interno della struttura alberghiera.

"Sono fiero di rinnovare l'impegno e la promozione dei valori propri dell'italianità che questo progetto proietta", ha affermato l'ambasciatore Manzo durante l'incontro, ringraziando il fondatore dell'iniziativa Mauro Dagna, e confermando il forte impegno italiano a sostegno delle persone con disabilità.

I giovani di Albergo Etico , oltre ad aver preso parte alle celebrazioni della festa della Repubblica Italiana , come riconoscimento del loro impegno, sono stati inoltre invitati speciali del famoso programma presentato da Marcelo Tinelli "Ballando per un sogno" con la attrice e ballerina Silvina Escudero"<sup>86</sup>.



Opera "Segno" di Michelangelo Pistoletto Modello di aereo leonardesco



Prototipo di bicicletta realizzata da Leonardo e affiancata dai simulatori di voli di Enel X

<sup>86</sup>[https://ambuenosaires.esteri.it/ambasciata\\_buenosaires/it](https://ambuenosaires.esteri.it/ambasciata_buenosaires/it)



“El Abrazo” di Alessandro Marmo



Ragazzi di Albergo Etico Argentina

Riguardo il ciclo “In genio e arte”, oltre alla presentazione dell’opera di Michelangelo Pistoletto, “il tondo a otto porte”, prima tappa di un circuito di opere esposte nella capitale, il teatro Coliseo, Teatro di proprietà italiana a Buenos Aires, ha ospitato Ottavia Piccolo nella realizzazione di “Occident Express, la cronaca di un viaggio di fuga”.

Altrettanto significativo, è stato in genio e innovazione con l’organizzazione del ciclo “Italia en 24”: si tratta di un programma di promozione integrata nato in seguito a una Dichiarazione Congiunta Macri –Conte nel dicembre 2018.

All’interno della dichiarazione si evidenziavano i profondi legami tra i due Paesi e le comunità uniti dall’attuale collaborazione commerciale esistente, a cui si aggiungeva la volontà di rafforzare le relazioni economiche e commerciali al fine di promuovere il benessere dei rispettivi popoli e di raggiungere gli obiettivi comuni della crescita, dello sviluppo e della sostenibilità. Tutto ciò, in un quadro di piena consapevolezza del potenziale offerto da ciascuna delle Province argentine e dalle loro comunità ivi residenti. L’ evento ha previsto l’organizzazione di una serie di edizioni con l’obiettivo di accompagnare il rafforzamento dei legami economici e commerciali bilaterali valorizzando le caratteristiche tipiche di ciascuna provincia e dei territori e allo stesso tempo di

creare opportunità di collaborazione commerciale, industriale e investimenti attraverso la presentazione delle eccellenze imprenditoriali. La prima edizione ha riguardato la Provincia di Misiones , la seconda Santa Fe , la terza Buenos Aires , la quarta ed ultima Mendoza, in cui dai rispettivi interventi dell'Ambasciatore e del Governatore della provincia , sono emerse le motivazioni per cui l'Italia potrebbe investire e "fare affari" con Mendoza : non solo per una cospicua presenza di cittadini italiani che vivono nella provincia , ma anche per l'ottima posizione che occupa nell'ambito dell'economia Argentina , in qualità di primo esportatore di vino e quarto produttore di petrolio e gas contribuendo al 3% del Pil nazionale. Dall'altro lato, fare affari con l'Italia, significherebbe diversificarsi e favorire un'economia `provinciale aperta al mondo e soprattutto rendere il mercato dei cambi favorevole a progetti di investimenti da parte di imprese straniere.

Proprio quest'ultimo incontro, è coinciso con lo svolgimento del 'Forum bilaterale Italia-Argentina' per la promozione e lo sviluppo di PMI e start up innovative dal titolo : “ Come promuovere la collaborazione tra imprese italiane e argentine” organizzato dall'ambasciata d'Italia in Argentina e dall'Agenzia italiana per il Commercio estero (Ice) in collaborazione con i ministeri degli Esteri e quello della Produzione della Repubblica Argentina, dando seguito al vertice tenutosi a Buenos Aires tra il Ministri Moavero- Faurie lo scorso febbraio 2019.

Sicuramente tra gli obiettivi vi era quello di Favorire la creazione di collaborazioni industriali fra imprese italiane ed argentine, puntando non solo su innovazione tecnologica come fattore trainante, ma anche sulle PMI, colonna vertebrale della nostra economia che da sempre sono state in grado di rispondere alle sfide dell'innovazione e della competitività globale. Dall'altro, presentare il modello di “distretto” italiano e la sua “evoluzione” in “Rete d'impresa” e start up innovatrici, con particolare riguardo al regime normativo e agli strumenti finanziari disponibili (compresi quelli di MISE, SACE e SIMEST). Tra i vari partecipanti, oltre a SACE (Società per azioni del gruppo cassa Depositi e Prestiti), sono giunte più di 2000 start up innovative, associazioni e categoria di imprese argentine e 14 PMI, start up innovative, guidate da una rappresentanza di alto livello del MISE (Avvocato Marco Bellezza consigliere giuridico del Vice Presidente del Consiglio dei Ministri e Ministro dello Sviluppo Economico). Perlopiù imprese rappresentative di vari settori: meccanica, agroindustria, energie



rinnovabili, industria creativa, robotica industriale, Fintech (Tecnologie applicata alla finanza Life science), Cluster e centri tecnologici (agroindustria, meccanica agricola, software, cuoio, audiovisivo).

Nel forum sono stati illustrati casi di collaborazioni industriali di successo fra PMI italiane ed argentine e valorizzati due fra i recentissimi investimenti. Quello di FOMET che, in collaborazione con un partner argentino, sta creando en Baradero, Nord della Provincia di Buenos Aires, un investimento per la produzione di concimi biologici e quello di BTS biogas, che sta realizzando due impianti di produzione di biogas a partire da residui della lavorazione del mais, uno nella provincia di Buenos Aires e l'altro in quella di Santa Fe.

Quali risultati ottenuti? Anzitutto è stato firmato un importante memorandum di intesa tra ADI-Compasso d'oro e Ministero de Produccion-Sello del BuenDiseño argentino, al fine di dare vita a scambi formativi fra designer e potenzialmente istituire, in una fase successiva, un vero e proprio concorso congiunto che possa dare merito ed esaltare l'eccellenza dei migliori designer argentini ed italiani. Ed inoltre si è dato vita ad un tavolo tecnico di lavoro per disciplinare in Argentina il tema delle smartgrid, reti intelligenti. A fronte della pubblicazione di una risoluzione della "Secretaria de Tecnologias de la Informacion y las comunicaciones, Jefatura de Gabinete de Ministros", l'Argentina guarda infatti all'Italia, per la regolamentazione delle smartgrid- servizi Machine to Machine (Reti intelligenti che vanno dai contatori di elettricità e gas a sistemi di trasporto). In tale ottica e' stato creato un tavolo di lavoro tra MISE e Oscar M. González Subsecretario de Regulación Secretaría de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.<sup>87</sup>

---

<sup>87</sup> [https://ambbuenosaires.esteri.it/ambasciata\\_buenosaires/it](https://ambbuenosaires.esteri.it/ambasciata_buenosaires/it)



Forum PMI



“Italia en Mendoza”

“In ambito “in- genio e cultura” , in occasione del 83 esimo Congresso della Società Dante Alighieri , è stato proposto un forum dal titolo “ Cult and Tech” collegato con il senso del Congresso: l'evento ha rappresentato un trampolino, un ponte fra la lingua e la cultura italiana ed il Made in Italy che oltre ad accompagnare il concetto settoriale dell'editoria, molto vicina alla lingua italiana, unisce il concetto di cinema e di audiovisivi, in quanto il cinema e l'immagine sono un grande veicolo di trasferimento del nostro stile di vita, della nostra cultura, ed anche del nostro modo di produrre il 'Made in Italy'". L'obiettivo è quello di rendere note le potenzialità di alcuni settori, approfondendone le tematiche legate all'editoria, all'audiovisivo, al restauro e alle nuove tecnologie ad

essi collegate. L'Argentina è infatti tra i principali paesi partner dell'Italia nel settore dell'audiovisivo. Sono diversi gli accordi di co-produzione in corso tra le industrie italiane ed argentine del settore. Da sempre, i film italiani hanno riscosso enormi consensi tra il pubblico argentino e rilevanti sono le prospettive di ampliamento del mercato settoriale, oltre alle nuove opportunità di collaborazione e formazione nelle arti del “fare cinema”.

In tale contesto, con la finalità di presentare l'arte italiana del restauro, sono stati rappresentati i modelli italiani orientati ai nuovi metodi di “conservazione e restauro del patrimonio materiale” a servizio dello straordinario scenario architettonico dell'Argentina. La condivisione di prospettive ed esperienze sarà di stimolo per sviluppare sinergie tra imprese, istituzioni e ricerca.

Tra le tematiche del Forum sono state approfondite le nuove sfide di sostenibilità a cui sono chiamate a rispondere le principali realtà metropolitane internazionali. Una condivisione della ricerca e tecnologia italiana al fine di presentare nuove soluzioni legate allo spirito delle “smart cities” (città intelligenti). L'iniziativa ha consentito dunque di consolidare le opportunità economiche bilaterali nei settori suindicati, tenuto conto dello stretto legame tra arte, cultura e tecnologia. L'Argentina rappresenta infatti, un partner strategico e importante per l'Italia: ben inserita nel contesto politico ed economico internazionale, può essere considerata un'ottima piattaforma per le PMI italiane nello sviluppo di nuove forme di collaborazione industriale, trasferimento di know-how e tecnologia a supporto delle produzioni del Paese, al fine di accrescerne la competitività, le capacità produttive e l'integrazione economica regionale”.<sup>88</sup>Sono in programma altri eventi che chiuderanno definitivamente l'anno di promozione integrata dedicato all'immagine del genio italiano leonardesco, in particolare due mostre: “La bellezza della conoscenza”, “Da Vinci Experience”, esposizioni interattiva e con un forte contenuto educativo.

---

<sup>88</sup><https://www.congressoladante.org/cult-tech-forum.aspx>

### **3.5 La promozione integrata e la Dolce Vita Italiana**

Da uno strumento di pace, dialogo mediazione e distensione dei rapporti diplomatici tra stati, è divenuto un mezzo di promozione integrata economico commerciale diretto a valorizzare all'estero il prodotto italiano, il cosiddetto "Made In Italy".

Strumento messo in atto direttamente da attori di rilievo quali MAECI e il MIBAC che dopo aver deciso una serie di strategie, ne danno seguito attraverso strumenti diretti come ambasciate, consolati e istituti di cultura a cui si aggiungono strumenti indiretti che possono essere una semplice opera d'arte raffigurante tre cerchi, una residenza universitaria o ancora un istituto assicurativo.

Pertanto, l'evoluzione moderna della diplomazia culturale nei concetti di promozione integrata, non trascurava tuttavia le sue origini antichissime soprattutto in merito al rispetto e la condivisione di una serie di valori.

Dunque , a conclusione di tale lavoro di ricerca , è stato particolarmente significativo , l'elaborazione di un piano di promozione integrata sulla base di un messaggio proveniente direttamente dal Ministero del 07 / 04 / 2019 : “ Questa direzione ha condotto nei mesi scorsi una indagine per identificare e proporre alla rete , con anticipo , una serie di iniziative di alto profilo tali da rappresentare al pubblico estero le varie sfaccettature di due grandi figure : Raffaello Sanzio per il quinto centenario dalla sua morte e Federico Fellini per il primo centenario dalla sua nascita.

Il piano di promozione integrata 2019 sarà incentrato sui seguenti settori:

- Promozione della moda
- Archeologia e tutela del patrimonio artistico e dell'arte contemporanea (arti visive)
- Promozione della lingua, della letteratura italiana
- Turismo dei territori
- Cucina
- Scienza ricerca e innovazione
- Sistema Universitario italiano
- Spettacoli di teatro musica e danza

- Diffusione del cinema italiano
- Diffusione della diplomazia economica ( eventi informativi e promozionali sulla proprietà intellettuale ( nel corso della settimana della cucina italiana nel mondo per quanto riguarda le eccellenza agroalimentari) o attrazione di investimenti su tematiche relative ai settori di interesse governativo quali energia, infrastrutture , aerospazio e la difesa”.<sup>89</sup>Sulla base di ciò, avendo scelto l’emblematica figura di Fellini, è nato un programma di promozione integrata dal titolo: “La Dolce Vita ..Italiana” così strutturato :

### **LA DOLCE VITA...ITALIANA**



#### **La dolce vita en ...la moda:**

“Fellini e la moda”

#### **La dolce vita en ...la cocina:**

“A tavola con Fellini”

#### **La Dolce vita en el cine:**

Fellini e il sogno

#### **La dolce vita en el arte:**

“Fellini e le donne”

#### **La dolce vita en el diseño: / fotografia:**

“Fellini e Milo Manara”

---

<sup>89</sup> Ministero degli affari esteri e della Cooperazione Internazionale, Protocollo MAE, DGSP-Ufficio VIII

## LA DOLCE VITA...ITALIANA

*“Questa è proprio l'arte che preferisco, quella che penso servirà domani: un'arte chiara, netta, senza retorica, che non dica bugie, che non sia adulatrice.”*

*(F.Fellini)*

Quante volte la metafora della “bella vita Italiana” è stata associata ad un elegante Marcello Mastroianni e ad un'affascinante Anita Ekberg immersi nella Fontana di Trevi? Federico Fellini, regista, attore, sceneggiatore, fumettista, un'immagine di creatività, estro, genialità, testimonianza della sua abilità di saper raccontare una storia fatta di immagini e dinamiche in continua relazione tra loro, usando il cinema come principale mezzo. Vincitore di numerosi premi all'estero per miglior regista e sceneggiatura originale, Fellini, attraverso i suoi capolavori, ha esportato l'icona dell'Italia in tutto il mondo.

In particolare, tra le sue numerose produzioni, emerge la “Dolce vita” (1960) il cui protagonista è Marcello Rubini, un giornalista romano che si occupa di servizi scandalistici, ma che ha in realtà l'ambizione di diventare scrittore. Marcello, cinico e disincantato, è protagonista di sette episodi, che narrano la «dolce vita» della Roma a cavallo fra gli anni '50 e '60. In questo periodo, Roma è una città viva, ripresasi dalle sofferenze e dalle ristrettezze della Seconda guerra mondiale: sono gli anni del boom economico, esplode la voglia di vivere e di godersi la bellezza, il clima e i divertimenti di una delle città più belle del mondo. La parola "dolce vita" evoca dunque uno stile di vita in grado di saper assaporare e apprezzare le bellezze, accezione che si sposa perfettamente con lo stile di vita italiano: L'Italia è gusto, moda, voglia di vivere. Quale quadro migliore per poter promuovere l'italianità nel mondo? A cento anni dalla nascita di Federico Fellini, l'Ambasciata italiana in Buenos Aires diviene portavoce di un programma di promozione integrata con l'obiettivo di valorizzare il Made in Italy e le eccellenze del nostro Paese in diversi settori, mediante il supporto di un “Picasso del Cinema” i cui capolavori eclettici hanno segnato la tradizione culturale Italiana.

## LA DOLCE VITA EN...LA MODA

*Fellini non poneva mai la parola “fine” al termine dei suoi film. Affermava: “Il Cinema e i sogni non finiscono mai: entrano nella vita. Come la Moda” (Fellini).*

Quale peculiare legame esiste tra Fellini e la moda? Gianluca Lo Vetro, giornalista e docente di Attualità della Moda all’Università di Bologna, all’interno del suo libro, “Fellini e la moda”, racconta il legame che c’è tra il film Casanova e Lady Gaga, icona della *celebrity society* odierna, sostenendo che tutto il mondo della moda nasce da lì, dalla fantasia del riminese più famoso del mondo: “Fellini e la Moda” ci dimostra come Fellini abbia fatto, segnato e influenzato la Moda quale nuovo protagonista del Fashion System: da Gelsomina & Gradisca a Lady Gaga, passando per le sfilate di Dolce & Gabbana, Estro, Moschino.

Tra influenze dichiarate dallo stesso regista (l’abito a sacco di Balenciaga per La Dolce Vita) e curiosità magari dimenticate: il numero di Vogue Francia firmato Federico Fellini, con tanto di fotoromanzo a doc con Marcello Mastroianni nello smoking di Mandrake e un servizio su Fashion & Food.

E poi: le tre modelle che ne segnarono l’immaginario e il cinema (Capucine, Donyale Luna e Nico), il catalogo di guardaroba personale e costumi cinematografici, ma anche come Fellini ha influenzato l’immaginario e la creatività di Dolce & Gabbana, Estro, Moschino e Fendi.

L’idea dunque, è quella di realizzare un evento che possa unire l’ambito della moda con quello universitario, in cui la valorizzazione delle eccellenze tra i “neo-stilisti” emergenti dell’Università di moda di Bologna, da un lato, e la promozione dello stile alla “dolce vita italiana” nel settore della moda, dall’altro, passino attraverso il grande Maestro che, con il suo prezioso contributo, ha influenzato parte della moda italiana. Come realizzare ciò?

Un evento così strutturato: una prima parte potrebbe essere oggetto di una “charla” di Gianluca Lo Vetro e del suo libro “Fellini e la moda”, seguita dalla presentazione del corso di laurea Magistrale in Moda (Campus Rimini) appartenente alla Scuola di Lettere e Beni Culturali da parte del coordinatore del corso Roy Menarini.

La seconda parte invece, animata da una sfilata nella quale saranno protagonisti gli abiti tratti da alcuni film di Fellini ideati direttamente dagli studenti del Corso di Laurea in Moda sulla base di alcuni spunti forniti da grandi stilisti italiani che in passato hanno omaggiato Fellini (per esempio Moschino, Dolce e Gabbana):

Abito a sacco di Balenciaga



Omaggio di Moschino a Fellini: Omaggio di Dolce e Gabbana

I modelli realizzati dagli studenti potrebbero aprire il programma di promozione integrata dedicato alla dolce vita italo –Felliniana, dalla durata di due settimane e aperta al pubblico, attraverso un'esposizione denominata "Fellini e la moda". Oltre ai modelli di abiti ideati dagli studenti, saranno presenti i contenuti e le immagini tratte dal libro di Lo Vetro, tra cui: il numero della rivista di "Vogue Francia" dedicato a Fellini, lo schizzo di Fellini realizzato per "Roma la città delle Donne" e alcuni suoi "bozzetti intimi", a testimonianza di tale legame con il mondo della moda.



## LA DOLCE VITA EN...LA COCINA:

*“In famiglia Fellini, la sacralità del cibo è stata un vero e proprio motore familiare, elemento in grado di aumentare esponenzialmente l’amore per i propri cari e soprattutto per la propria terra” (Fellini).*

Così afferma Maria Maddalena Fellini nel suo libro di ricette “A tavola con Fellini”. Il cibo è famiglia, è amore, è stare insieme, è condivisione, è unione. Il film che più si avvicina alla sua esperienza di vita in fatto di cibo è *Amarcord*, in quanto Fellini amava i grandi pranzi di famiglia e tesseva spesso le lodi della cucina di sua madre.

In che maniera quindi promuovere la dolce vita italiana nella cucina attraverso l’immagine di Fellini? Nove cuochi provenienti dalle nove province dell’Emilia Romagna: (Bologna/Ferrara/Forlì/Cesena/Modena/Parma/Piacenza/Ravenna/Reggio Emilia/Rimini) potrebbero realizzare alcune delle ricette descritte dettagliatamente nel manuale, arricchite da ingredienti e specialità tipiche delle loro zone, in modo da presentare e al contempo promuovere i prodotti e le eccellenze culinarie di una terra la cui sacralità del cibo, è stata un valore fondamentale nella vita di Fellini.

In occasione della “Settimana della Cucina Italiana nel Mondo”, si potrebbe dar seguito alla proposta del Ministero: “il cibo nei disegni di Federico Fellini”, una mostra digitale bilingue composta da 20 pannelli che presentano 19 disegni realizzati da Fellini in diversi momenti della sua carriera, quasi tutti schizzati a tavola, fatti su carta o su tovaglioli di stoffa e provenienti in massima parte dal suo “Libro dei segni”, diario onirico tenuto per circa trent’anni.



Copertina del libro “A tavola con Fellini” di Maria Maddalena Fellini

## LA DOLCE VITA EN...EL CINE:

*“Non faccio un film per dibattere tesi o sostenere teorie. Faccio un film alla stessa maniera in cui vivo un sogno” (Fellini).*

Fellini si è imposto nella storia del cinema grazie a questa sua leggerezza con cui è stato in grado di saper immaginare la realtà piuttosto che raccontarla. La sua grandezza consiste proprio nelle innumerevoli diapositive create e fatte letteralmente danzare: una narrazione incalzante, un dinamismo della macchina da presa che, piuttosto che limitarsi a riprendere gli attori, segue i loro sguardi, si perde veloce, come in una visione surreale da proiettare sullo schermo.

Fellini amava dire che, alla vita, preferiva i sogni. Infatti sosteneva di filmare i propri sogni, come se la vera attività creativa, in lui, consistesse nel sognare. Era un genio in continua creazione tanto che spesso amava schizzare i suoi sogni in appunti disegnati, che poi entravano nei suoi film come sceneggiature vere e proprie.

L'eccellenza italiana nel cinema passa attraverso l'abilità felliniana di dare ai suoi film lo stesso sapore e la stessa essenza dei sogni. “Fellini e il sogno” potrebbe essere il titolo di un evento proprio in riferimento a questa sua particolare capacità. Un evento che abbia come protagonisti gli studenti dell'Istituto Luce di Roma e dell'Associazione ANICA, per i quali si prevede la presentazione di un cortometraggio ideato da loro stessi, relativo a tale argomento, al fine di partecipare all'iniziativa.

In occasione della Settimana del Cinema Italiano che rientra nell'ambito dell'evento “Fare Cinema”, si potrebbero proiettare alcuni Film Felliniani aderenti al concept scelto:

*La dolce vita (1960), Otto e ½ (1963) e Giulietta degli spiriti (1965)* dove, progressivamente, le parti sognate e quelle reali sfumano sempre più, quasi a confondere il sogno con la realtà. A seguire, *Fellini Satyricon (1969)*, ricostruzione magicamente felliniana di una Roma antica piena di esseri bizzarri e mostri marini che paiono usciti dalle fantasie grafiche del regista nel “Libro dei sogni”. *Roma (1972)* che contiene delle sequenze omologabili al sogno richiamate da alcuni elementi come le catacombe con i dipinti che, appena ritrovati, svaniscono e il raid notturno dei centauri. *Amarcord (1974)*, il film più

dichiaratamente autobiografico del regista: si pensi in particolare alla celeberrima sequenza notturna del transatlantico “Rex”, che appare come dal nulla alla vista dei trasognati, quasi addormentati riminesi venuti ad attenderlo a bordo di barche. A conclusione, si potrebbe dedicare l’ultimo giorno della Settimana del alla presentazione dei cortometraggi realizzati e presentati dagli studenti.

## LA DOLCE VITA EN ... EL DISEÑO / FOTOGRAFIA :

*“Comunque cinema e fumetto, anche se strettamente legati sono diversi: un film ti succhia dentro, ti impedisce di pensare, un fumetto è come un arresto di tempo, un po’ spettrale, da seduta spiritica Vuole un altro rapporto con il lettore, usa un altro modo d’incantamento che ha il fascino mortuario dell’immobilità” (F. Fellini).*

Il fumetto, secondo Fellini, ha rappresentato nella psicologia e nell’immaginazione di intere generazioni il contatto con la fantasia, il sorriso, l’allegria. Ma anche un aiuto, un conforto per quella vita piuttosto amara. Quindi una funzione straordinaria non solo per la formazione della fantasia, ma anche un aiuto psicologico come potevano darlo la letteratura, la poesia o l’arte. Il fumetto, tradotto nella dimensione dell’infanzia ha avuto il merito, dunque, di irrobustire l’immaginazione e di favorire un discorso critico verso gli adulti con l’aiuto dello scherzo e dell’ironia. *Amarcord*, per esempio, non è solo un omaggio all’infanzia, ma anche al mondo dei fumetti: è un film stilizzato, con inquadrature fisse, pochi movimenti di macchina: sta ad indicare un ricordo nostalgico del passato spesso ripreso in chiave ironica o sentimentale, a volte malinconico a volte ironico e scherzoso nel ricordare la sua amata Rimini.

Come dare valore allo strumento usato da Fellini per attribuire una dimensione alla fantasia e ai ricordi promuovendo al contempo l’eccellenza italiana in tale settore? L’evento potrebbe ruotare attorno alla presentazione de “Il viaggio di G. Mastorna detto Fernet” che è un fumetto illustrato da Milo Manara su soggetto e sceneggiatura di Federico Fellini: un fumetto con una trama sognante, inafferrabile quanto il film che Fellini non è mai riuscito a realizzare. In aggiunta una mostra che possa ritrarre alcuni fumetti realizzati da Fellini, il fumetto di Manara e foto scattate durante le riprese del Film *Amarcord* che. Potrebbe essere interessante la collaborazione con il produttore Antonio Cervi.



Copertina del Fumetto di Milo Manara: “Il viaggio di G.Mastorna detto Fernet

## LA DOLCE VITA EN...EL ARTE:

*“Più che bella era fosforescente. Giravo di notte, c’erano riflettori e parchi pieni di luci potenti, ma lei emanava più luce di tutte quelle luci”. (F. Fellini)*

La potenza che una donna è in grado di emanare è superiore a quella dei riflettori. La donna è luce, la donna è arte. L’arte è donna.

Che Federico Fellini amasse le donne non è un mistero. La consorte, Giulietta Masina, è stata per lui musa ispiratrice, oltre che superba attrice in molti suoi film, ma non era certo la sola nel cuore del regista. Non solo creò un suo universo, ma anche la sua donna: giunonica, procace, forte, determinata la protagonista assoluta, giocosamente femmina, prosperosa, formosa, seni e fianchi enormi, giunonica, a volte ridicola, grottesca, il tutto marcatamente felliniano.

“Nine” è un musical del 2009 diretto da Rob Marshall, regista di Chicago. La pellicola è ispirata all’omonimo musical di Broadway, tratto da un lavoro del commediografo aquilano residente a New York, Mario Fratti, scritto nel 1981 e liberamente ispirata dal film 8½ di Federico Fellini. Siamo in una Roma immersa nella dolce vita degli anni 60 avente come protagonista le ossessioni, le fantasie, il travaglio intellettuale e soprattutto il forte desiderio per le donne di un regista e artista, Guido Contini, una sorta di alter ego di Fellini. Il film, oltre ad aver ricevuto una serie di premi come miglior film del 2009, comprende un cast d’eccezione con una meravigliosa Sofia Loren, grande attrice del cinema italiano. È la dimostrazione di come sia possibile celebrare l’eccellenza felliniana cinematografica e la sua attenzione verso le donne attraverso una forma d’arte, quella del musical/teatro, diversa rispetto a quella del cinema puro.

Un evento di promozione integrata, quindi, diventa un efficace strumento volto a valorizzare le eccellenze italiane in ambito artistico teatrale attraverso la messa in scena di tale musical da parte di una compagnia teatrale italiana.



Prototipo di donna felliniana

## CONCLUSIONI

### LUCI OMBREE SFIDE

“In un mondo sempre più complesso, interdipendente e scosso dalle sfide derivanti da fenomeni nuovi e difficilmente prevedibili come la globalizzazione, la Diplomazia Culturale promossa da uno Stato può essere sia uno strumento di affermazione degli interessi nazionali, sia un mezzo diretto a contribuire al rafforzamento delle politiche internazionali multilaterali. In un'epoca caratterizzata dall'elevata competizione tra nazioni e territori, il profilo e l'immagine percepite da ciascun Paese, possiedono un forte valore impattante sull'azione della Diplomazia Culturale sarà determinante nell'ambito delle Relazioni internazionali”.<sup>90</sup>

“Alla Diplomazia Culturale viene attribuito un ruolo di fondamentale importanza: con il suo soft power, si pone come un'alternativa alle politiche di potenza tradizionali soprattutto in un'epoca di “iper comunicazione” la quale richiede risposte articolate unite a una capacità di networking di ogni ordine e grado. La concezione di una “Old Diplomacy”, arroccata nelle sue torri d'avorio e nei suoi ben oliati meccanismi, si potrà forse rimpiangere dal punto di vista dello stile e del metodo, ma appare ormai condannata dai tempi che stiamo vivendo. Rappresenta un esercizio che ha sempre accompagnato l'esperienza delle nazioni, anche se non può limitarsi ad esse, poiché, come dimostrato, sono rilevanti anche le attività non strettamente politiche, riguardanti gli scambi di idee ed espressioni culturali, che favoriscono la mutua e diretta comprensione tra popoli e persone di cui se ne occupano soggetti statuali che operano per procura degli Stati (associazioni, strutture multilaterali, ONG, centri studi e singoli attori)”.<sup>91</sup>

Infatti, l'obiettivo di tale elaborato è stato quello non solo di dimostrare la modernità di tale concetto che spesso appare teorico, sfatando il mito dell'antica Diplomazia Culturale, bensì di rendere noto “l'aggiornamento” di tale concetto attraverso l'elaborazione di politiche innovative e di successo in questo specifico

---

<sup>90</sup> Francesco Rutelli, *La Diplomazia culturale italiana*, Roma, Incontro di Civiltà, 2018, p.59

<sup>91</sup>Mid – Term Review: Linee per il rafforzamento della Diplomazia Culturale dell'Italia (MAECI 12 luglio 2019) p.12

campo, definendo al meglio il suo ruolo in considerazione dell'interesse che riveste per il nostro paese.

“La particolare attenzione rivolta alla Diplomazia Culturale scaturisce dall'importanza che hanno le politiche, i linguaggi, le industrie culturali e di conseguenza le radicali differenze tra i conflitti di oggi e quelli di ieri. È uno strumento efficace che dimostra a pieno come la cultura possa essere messa al servizio della pace diventando uno strumento essenziale della diplomazia, in grado di dare al paese una posizione egemone nello scenario internazionale. Le tematiche culturali sono, infatti, ampiamente “comunicabili”, spendibili e veicolabili, a differenza di quelle politiche ed economiche, spesso confidenziali o classificate”.<sup>92</sup>

“Non mancano tuttavia diversi punti di debolezza soprattutto in merito alle azioni di diplomazia culturale realizzate dalla Diplomazia Culturale italiana. Il primo riguarda la scarsa attenzione rivolta alla scienza e alla tecnologia, strumenti essenziali della Diplomazia Culturale. Tale assenza denota una sfiducia verso le nostre professionalità: dai grandissimi nomi come Leonardo, Meucci, Galvani, Rubia, Rita Levi di Montalcini fino ad arrivare ad oggi a Fabiola Gianotti del CERN Sono solo alcuni degli scienziati che hanno fatto e fanno grandi le scienze italiane. Inoltre tale approccio implica un'assenza di innovazione come risultato di una ricerca. Secondo un'indagine, l'Italia si colloca al sedicesimo posto in Europa per quanto concerne l'innovazione; è sicuramente una posizione di debolezza avente conseguenze sull'economia e sulla percezione del nostro paese all'estero.

Innovazione e scienza, rappresentano quindi elementi fondamentali su cui puntare per implementare l'efficacia dell'azione di Diplomazia Culturale: internazionalizzare è di per sé un processo delicato, ma internazionalizzare le imprese che fanno innovazione è più semplice. In tal senso, il Diplomatico aiuta le imprese altamente innovative assistendole e mettendole in contatto con realtà interessate a sviluppare progetti e join venture unendosi alle realtà locali. Il futuro deve essere quello di adattare i prodotti e servizi al mondo in continua evoluzione in cui il ruolo del diplomatico è quello di favorire il made in Italy di un paese altamente innovatore e rivoluzionario. È il caso, ad esempio, dell'industria 4.0

---

<sup>92</sup>Mid - Term Review: Linee per il rafforzamento della Diplomazia Culturale dell'Italia (MAECI 12 luglio 2019) p.14

che si riferisce alla quarta rivoluzione industriale dei cosiddetti “blockchain”. È uno dei temi particolarmente affrontati dalle aziende, quasi una sfida che la rivoluzione tecnologica sta affrontando che consente di tracciare le fasi della vita di un prodotto dal materiale che lo compone fino al prodotto finito. Ciò risulta fondamentale in quanto consente di tutelare diversi aspetti tra cui quello della salute.

Il secondo aspetto diretto a migliorare l’efficacia delle strategie diplomatiche italiane riguarda il discorso strettamente culturale: è infatti importante individuare nuove aree in cui sperimentare azioni culturali innovative, aggiornare il personale addetto alla promozione culturale italiana all’estero, creare nelle università percorsi formativi precisi senza lasciare mano libera ai docenti. Un’ulteriore sfida relativa alla Diplomazia Culturale, è la Diplomazia digitale strettamente connessa a due concetti chiave della digitalizzazione pubblica: l’e-governmeent e la democrazia elettronica. La possibilità di sfruttare il potenziale della tecnologia, rende oggi le istituzioni pubbliche più competitive, raggiungendo livelli di efficienza sempre maggiori. Inoltre, nell’attuale società dell’informazione, le nuove tecnologie della comunicazione, trovano un largo utilizzo anche nell’ambito dei processi di governo democratici che si sostanziano nella democrazia elettronica. Il fine ultimo, è quello di trasformare i processi comunicativi tradizionali e unidirezionali del settore pubblico, in un modello collettivo e partecipativo. Per perseguire una strategia di soft power infatti, il web offre vari strumenti che consentono sia di diffondere informazioni politiche, economiche, culturali di una nazione, sia contenuti interattivi volti a stimolare dibattiti, scambi di opinioni fra gli utenti su temi di attualità, favorendone il coinvolgimento attivo.

Inoltre ciò da un punto di vista amministrativo, implica la possibilità di migliorare i servizi pubblici, ridurre i costi e aumentare la trasparenza. Attraverso i social media, le istituzioni possono informare i cittadini sui servizi offerti e ottenere feedback funzionali a migliorarne la qualità. La possibilità di una comunicazione bidirezionale, senza confini nazionali, consente di svolgere direttamente online i compiti diplomatici consolari.<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> <http://consulenzalegale.altervista.org>



In ultimo, è utile rieducare ognuno di noi alla bellezza del nostro paese, alla necessità della sua tutela e all'orgoglio della nostra storia. È necessario rieducare alla bellezza del nostro Paese non sottovalutando il ruolo del diplomatico, colui il quale mette concretamente in atto le strategie elaborate dai Ministeri”<sup>94</sup>.

“Il quesito posto provocatoriamente, nel 1997, dal decano della diplomazia occidentale, George F. Kennan, non ha perso attualità nel passaggio al XXI° secolo, anzi ne ha guadagnata. Secondo l'autore, infatti, se continueranno a esservi in futuro decisori di politica estera (statisti e ministri) e loro ambasciatori, intesi come rappresentanti e fiduciari, ciò non implica che continuerà ad esistere una carriera diplomatica intesa come corpo specializzato e separato, e questo per tre ordini principali di motivi. Da un lato, in tutti i paesi occidentali, il Ministero degli Esteri non ha più l'esclusiva della condotta degli affari internazionali, anche se ne mantiene la competenza generale, ma viene sempre più affiancato da altri dicasteri, agenzie ed enti pubblici e para-pubblici o perfino privati. Il centro di gravità della politica estera tende inevitabilmente a spostarsi verso i vertici istituzionali (Presidente della Repubblica in Francia, Primo ministro nel Regno Unito, Cancelliere in Germania ecc.) e la loro cerchia di collaboratori e consiglieri di fiducia.

Dall'altro, se la diplomazia intesa quale strumento e indice dei rapporti internazionali rimane insostituibile, la nozione di “agente” coinvolge oggi una molteplicità di soggetti, pubblici e privati, che sono spesso portatori di competenze tecniche approfondite, ma raramente dotati di quella visione d'insieme, che caratterizza il diplomatico di carriera. Tuttavia questo vantaggio tradizionale è sempre più insidiato nel mondo “orizzontale”, in cui la professionalità tende ad essere vista come espressione di “casta” o di “corporazione”. A ciò si aggiunge la globalizzazione e la rivoluzione tecnologica le quali modificano radicalmente il “modus operandi” del diplomatico, il quale

---

<sup>94</sup>Cultura Italiana nel mondo- Diplomazia Culturale Rutelli:” Definire al meglio ruolo” –Puglisi (Unesco): riflettere debolezze ...innovazione “Peluffo (Dante): allarme lingua Italiana, Italian Network, 13/06/2013.

deve tener conto del fatto che gli avvenimenti principali sono noti a un vasto pubblico di non addetti e non esperti, spesso in forma sommaria e parziale”.<sup>95</sup>

“Pertanto da un lato, il diplomatico è un attore protagonista nel Sistema Italia promuovendo a 360 gradi il Made in Italy nel mondo, in cui promuovere, non è sinonimo di “propagandare”, le numerose, spesso misconosciute eccellenze italiane, né di elaborare una sorta di bollettino delle “buone notizie” culturali, ma bensì di offrire un’immagine obiettiva ed equilibrata dei risultati e delle finalità che l’Italia persegue al fine di rafforzare le vie del dialogo e della collaborazione in seno alla comunità internazionale.

Le principali sfide e opportunità a cui il MAECI e la rete diplomatico-consolare, si trovano confrontati per rafforzare la nostra diplomazia culturale nel mondo. Si tratta quindi di una situazione in costante evoluzione, che deve accompagnare la diplomazia tradizionale con i metodi, gli strumenti e le risorse dell’innovazione e della comunicazione. Non sarà necessario ripetere, in conclusione, il valore che ciò comporta sia per il fatturato del “Made in Italy” che per la capacità di “soft power” e dialogo politico dell’Italia, in Europa e nel mondo. A segnali incoraggianti, anche sul piano delle risorse, deve accompagnarsi la consapevolezza generalizzata che la diplomazia culturale rappresenti un’effettiva priorità per il Paese, e che l’azione essenziale che spetta al MAECI, nonché al MIBAC e al MIUR, sia sostenuta, almeno in prospettiva, dall’impegno di tutta la classe dirigente, in primo luogo i decisori politici, al governo o all’opposizione trattandosi di un obiettivo bi-partisan e di lungo corso, che va oltre la durata dei singoli esecutivi nonché dai media, dai “social”, dall’associazionismo e dalla società civile nel suo complesso”.<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup>Mid - TermReview: Linee per il rafforzamento della Diplomazia Culturale dell’Italia (MAECI 12 luglio 2019) pp.18-

<sup>96</sup>Mid - TermReview: Linee per il rafforzamento della Diplomazia Culturale dell’Italia (MAECI 12 luglio 2019) pp.22-24

## BIBLIOGRAFIA

(art. 21 della Legge n. 196/2009), Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale;

“La nuova strategia dell’Unione europea per le relazioni culturali internazionali: I confini concettuali e le nuove sfide per la rinascita del soft power europeo”;

Cfr. la ristampa curata nel 2017 dal Senato della Repubblica, con la prefazione dell’allora presidente Pietro Grasso;

Commissione europea, loc.;

Conferenza tenuta il 29 settembre 1953 all’Unione degli industriali tedeschi a Monaco e pubblicata con il titolo *Europäische Kultur und Europäische Völker*, Stoccarda, DVA, 1954;

Cultura Italiana nel mondo- Diplomazia Culturale Rutelli:” Definire al meglio ruolo” –Puglisi (Unesco): riflettere debolezze ...innovazione “Peluffo (Dante): allarme lingua Italiana, Italian Network, 13/06/2013;

CUMMINGS, Milton C., Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey, Periodico (articolo) all’interno della collana «Cultural Diplomacy Research Series», 26 giugno 2009,

Dante Alighieri, *Convivio*, (a cura di C. Vasoli e D. De Robertis) Milano –Napoli, Letteratura Italiana Einaudi, 1988, Trattato I Capitolo I;

Francesco Rutelli, *La Diplomazia culturale italiana*, Roma, Incontro di Civiltà, 2018;

Gallarotti G.M., *Cosmopolitan power in international politics: a synthesis of realism, neoliberalism and constructivism*, New York, Cambridge University Press, 2010;

Italo Cosentino, L’Italia restituisce al Messico centinaia di opere d’arte rubate, Sicurezza Internazionale, pubblicato in data (11 marzo 2019);

John Ikenberry, *Il Leviatano liberale: origini crisi e trasformazione dell’ordine mondiale americano*, Torino, Utet Università, 2013;

Joseph S. Nye, *the Future of Power*, New York, Public Affairs, 2011;

Joseph S. Nye, *the Powers to Lead*, Oxford-New York, Oxford University Press, 2008;

Joseph S. Nye, *Un nuovo futuro per l’America*, Torino, Einaudi, 2005,

KANG, Hyungseok, *Reframing Cultural Diplomacy International Cultural Politics of Soft Power and the Creative Economy*, Culturediplomacy.org, 2013.

KIM, Hwajung, *Cultural Diplomacy as the Means of Soft Power in an Information Age*,  
La Repubblica, Parte la "Diplomazia culturale" dell'Ue, soft power per promuovere crescita e dialogo, La Repubblica (Redazione), in collaborazione con Eunews, 07/06/2016;

MAECI, *La nuova Farnesina per il sistema paese*, Roma, collaborazione editoriale a cura della Dott.ssa Micaela de Gennaro, 2015;

MidTermReview: Linee per il rafforzamento della diplomazia culturale italiana (MAECI 12 luglio 2019);

Ministero degli affari esteri e della Cooperazione Internazionale, Protocollo MAE, DGSP-Ufficio VIII;

NOTA INTEGRATIVA A LEGGE DI BILANCIO per l'anno 2019 e per il triennio 2019 – 2021;

Peter Baumann e Gisela Cramer, *Sul soft power: alcune osservazioni*, "Impero seduttore". Il soft power nelle relazioni Stati Uniti-America Latina", n .8, 2015;

Regolamento (UE) n. 1295/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2013, che istituisce il programma Europa creativa (2014-2020).

Regolamento (UE) n. 230/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 marzo 2014, che istituisce uno strumento inteso a contribuire alla stabilità e alla pace.

Regolamento (UE) n. 234/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 marzo 2014, che istituisce uno strumento di partenariato per la cooperazione con i paesi terzi.

Regolamento (UE) n. 235/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 marzo 2014, che istituisce uno strumento finanziario per la promozione della democrazia e i diritti umani nel mondo.

Steven Lukes, *Power: A Radical View*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2004,

“Italia, Argentina, mondo: l’Italiano ci unisce”.

Interventi dal 83° Congresso Società Dante Alighieri 18 – 20 luglio 2019, Buenos Aires

Intervento del Dott. Marco Ricci, Consigliere diplomatico del Ministero per i beni e le attività culturali durante la Conferenza del 29/03/2019: “La Diplomazia Culturale nell’era della globalizzazione”

Intervento del Dott. Roberto Vellano (Direttore centrale per la promozione della cultura e della lingua italiana) durante la Conferenza del 29 / 03/19: “Il ruolo della Diplomazia Culturale nell’era della globalizzazione.”

Intervento del Dr. Roberto Giaccone, Direttore della Maison d’Italie, durante la Conferenza del 29/03/19: “La Diplomazia Culturale nell’era della globalizzazione”;

Intervento dell’Amb. Luigi Guidobono Cavalchini Garofoli durante la Conferenza del 29/03/2019: “La Diplomazia Culturale nell’era della globalizzazione.”

Intervento di Mauro Gentini, Presidente di Reale Mutua, durante la Conferenza del 29/03/2019:” la Diplomazia Culturale nell’era della globalizzazione”;

Intervento di Michelangelo Pistoletto durante l’evento: “Buenos Aires de la Bienal 2019” (Ambasciata Italiana a Buenos Aires 22 giugno 2019);

Intervento di Michelangelo Pistoletto durante la Conferenza del 29/03/2019: “il ruolo della Diplomazia Culturale nell’era della globalizzazione”;

Intervista al Consigliere Diplomatico Francesco Capecchi;

Intervista al Dr. Diego Santarelli della Segreteria organizzazione eventi culturali dell’Istituto Italiano di Cultura a Buenos Aires;

Intervista al Prof. Francesco Schianchi;

## SITOGRAFIA:

<http://documenti.camera.it/leg18/dossier/pdf/>

[http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en\\_culturaldiplomacy](http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy)

<http://www.italiannetwork.it/news.aspx?id=13975>

<http://www.rebelalliance.eu/glossary.html>

<http://www.rgs.mef.gov.it/>

<http://www.terzoparadiso.org/>

<https://ambbuenosaires.esteri.it/>

[https://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework\\_it](https://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework_it)

[https://iicbuenosaires.esteri.it/iic\\_buenosaires/es](https://iicbuenosaires.esteri.it/iic_buenosaires/es)

<https://ilmanifesto.it/la-violenza-invisibile-del-soft-power-per-una-critica-di-joseph-nye/>

<https://ladante.it/>

<https://www.congressoladante.org/cult-tech-forum.aspx>

<https://www.esteri.it/mae/it/>

[https://www.esteri.it/mae/it/politica\\_estera/cultura](https://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/cultura)

<https://www.ispionline.it/it/informarsi-per-il-mondo/diplomazia-ed-organizzazioni-internazionali>

<http://consulenzalegale.altervista.org>

[http://www.infomercatiesteri.it/relazioni\\_internazionali](http://www.infomercatiesteri.it/relazioni_internazionali)

<https://www.italianicomenoit.it/italia-argentina/>

## Ringraziamenti

Al termine di questo lungo e faticoso percorso, mi preme ringraziare tutte quelle persone che, in differenti modi, hanno arricchito il mio cammino.

Ringrazio anzitutto il Prof.re Umberto Morelli che, seppur a distanza, con grande attenzione, ha seguito le fasi di stesura della tesi fornendomi essenziali suggerimenti.

Altrettanto fondamentale è stato il contributo del Dott. re Federico Daneo, importante tramite per le interviste ai relatori della Conferenza del 29 / 03 /2019 e soprattutto guida paziente nell'ultima fase di realizzazione della tesi.

Grazie al Prof.re Marco Borraccetti che, nel corso di questi anni di Magistrale, attraverso i suoi preziosi e sinceri consigli, è stato per me una vera certezza su cui poter contare in qualsiasi momento.

Grazie al Dott. Francesco Capecci, Consigliere Diplomatico dell'Ambasciata italiana di Buenos Aires, mio tutor, amico, maestro, guida e costante punto di riferimento nel corso di tale esperienza estremamente faticosa, ma arricchente e gratificante sotto molteplici punti di vista.

Grazie per la disponibilità, la professionalità, e le stimolanti critiche di cui ho fatto tesoro e che hanno sicuramente contribuito alla mia crescita personale e professionale.

Un grazie particolare è rivolto ad alcuni compagni che, nel corso di quest'esperienza a Buenos Aires, hanno creduto in me: Antonela, amica e costante supporto; Dino, collega, amico, fratello e soprattutto complice con cui capirsi con uno sguardo; Giovanni, quasi un "secondo papà" che sin da subito ha fortemente sostenuto il mio progetto di tesi; Josefina e Andrea, sorelle maggiori, amiche e certezze inequivocabili.

Grazie a Giovanni Pischetta, responsabile del settore sviluppo competitività e internazionalizzazione della camera di commercio di Torino e a tutto il suo valido staff. Grazie per la disponibilità, la competenza e la cura con cui continuate a essere ancora oggi, un grande riferimento per il mio futuro lavorativo.

Il raggiungimento di tale traguardo, non sarebbe stato possibile senza il sostegno della mia famiglia.

A voi dedico questo momento, a voi devo tutto.

A mamma, la mia guerriera, il mio costante punto di riferimento senza la quale mi sento persa, il mio porto sicuro a cui quotidianamente guardo.

Grazie a te ho capito cosa significhi sacrificio, volontà, tenacia e determinazione.

Grazie per avermi insegnato che amare vuol dire lasciar andare, anche se spesso faticoso.

Grazie per avermi costantemente riempita di attenzioni, per avermi dedicato la tua pazienza, il tuo ascolto e il tuo amore incondizionato.

Grazie per aver creduto in me, per avermi spronata a credere in me stessa, e per aver sopportato e supportato le mie continue paure, trasformandole in entusiasmo e voglia di fare.

Ti chiedo perdono se a volte ti ho ferita non rendendoti orgogliosa di me. Sei la persona che un domani vorrei essere.

Grazie papà, per i tuoi silenziosi sguardi che valgono più di mille parole. Grazie per la tua capacità di ascoltarmi e capirmi con amore, per i sacrifici fatti e che continui a fare e per il tuo modo di farmi sentire unica e speciale. Grazie per avermi donato la sensibilità, la generosità, la correttezza e la bontà d'animo, che nonostante spesso siano fonte di sofferenza, ci rendono autentici e veri.

Grazie Daniele, per essere così diverso da me e per essere il mio complice, il mio riferimento. Grazie per la tua semplicità, la tua schiettezza, la tua grande maturità, la tua sensibilità e soprattutto per la tua capacità di planare con leggerezza sulle situazioni. Grazie per rendere "leggera" la mia vita.

A nonno, a te dedico il mio percorso di studi, i miei traguardi presenti e futuri. A te che hai creduto da sempre in me, anche quando nemmeno io ci credevo. A te che mi hai insegnato a guardare avanti con determinazione, senza temere gli altri. Tutto quello che farò in futuro, lo farò anche e soprattutto per te. A te devo tutto.

A nonna Maria e zia Tina, grazie per avermi accudita, amata gratuitamente e incondizionatamente come una figlia. Siete state e siete ancora oggi le mie seconde mamme. Se sono quella che sono, è anche grazie a voi.

A nonna Antonietta e nonno Peppe. In questi anni, dall'alto, avete vegliato su di me, avete pregato per me, siete stati con me in tutti i momenti importanti del mio cammino. Ho percepito quotidianamente la vostra presenza capendo che l'amore supera ogni limite: se ami puoi tutto, se ami nemmeno la morte può farti paura.



A Zio Marco e Zia Claudia più di due zii. Grazie perché in questi anni mi avete sempre supportata e consigliata in tutte le scelte universitarie e non, consapevole di poter contare sempre su di voi.

A Serena, così simili ma così diverse. Grazie per essere il mio sostegno, la mia sorella maggiore. Grazie per i tuoi amorevoli rimproveri e la tua incondizionata dolcezza.

A Gianluca. In questi anni hai avuto la pazienza di ascoltarmi e supportarmi quotidianamente. Grazie per aver sempre creduto in me, per avermi insegnato che la forza di volontà, unita alla positività e alla voglia di fare, sono le nostre armi vincenti.

A Giuliana e Ido, la mia seconda famiglia, gli zii che tutti vorrebbero avere. Grazie per accogliermi sempre come una figlia. Grazie per la vostra presenza e il vostro amore che continuano ad esserci oltre lo spazio e il tempo.

Alle amiche di sempre: Madda, Ale, Vale, Sara, Simo e Anto. Grazie per colorare la mia vita con la vostra "rumorosa" complicità, accettandomi così come sono.

A Madda, vera certezza, continuo supporto. Grazie per la tua pazienza infinita e la tua immensa dolcezza. Grazie per avermi dedicato, in questi anni, attenzioni, parole e tempo che solo noi sappiamo. Grazie per riempire la mia quotidianità con la tua presenza che non è mai scontata.

A Alessia, l'amica uragano. Grazie per avermi insegnato a ridere e ironizzare sulla vita trascinandomi nel tuo vortice di simpatia. Grazie per aver condiviso parte del tuo percorso di vita con il mio. Grazie perché ci sei.

A Sara, grazie per aver riempito le mie giornate con la solarità e la positività che ti appartengo e che, unite alla tua dolcezza, fanno di te una persona autentica.

A Valentina, grazie per avermi silenziosamente ascoltata, supportata e dolcemente "rimproverata". Grazie per essere cresciuta con me e per essere il mio punto di riferimento in qualsiasi circostanza.

A Irene Ilenia e Antonella, le coinquiline perfette, le mie sorelle, con cui il tempo non sembra mai trascorrere.

A te Antonella, dico grazie per avermi insegnato "a volare", per avermi fatto capire quanto sia importante vivere a pieno ogni singolo momento della vita.

A Irene, la sorella che non ho mai avuto. A te dico grazie per aver camminato con me, per avermi presa per mano non abbandonandomi mai. La nostra fede in Dio è stato, ed è, il collante autentico del nostro legame.

A Ilenia, grazie per i tuoi sorrisi, la tua silenziosa presenza e continua disponibilità. Grazie per i tuoi saggi consigli, la tua inconfondibile ironia, il tuo essere sorella, il tuo volermi proteggere.

A Lara, l'amica di una vita. Grazie per esser cresciuta con me e per continuare a farlo. Grazie perché ancora oggi sei la mia "complice", la mia certezza, a dimostrazione di quanto l'amicizia superi il tempo e lo spazio.

A Elena, Giuliana, Arianna, Benni e Lucia, le mie "cammelle". A voi che state per spiccare il volo con me, dico grazie per aver portato allegria, colore, sapore, spensieratezza e positività nelle tristi e uggiose giornate torinesi. Avete reso questi due anni, unici e irripetibili.

Ad Arianna, più di una coinquilina, più di un'amica. A te riservo il mio grazie per esser cresciuta con me, per aver condiviso momenti di fatica, di divertente disagio, per avermi sempre spronata, facendo della diversità, il punto di forza della nostra amicizia, che oltrepassa le distanze.

A Noemi, senza la quale questi due anni a Torino non sarebbero stati gli stessi. Grazie per avermi accolta, accettata, ascoltata, e per aver raccolto sempre i mille pezzettini del mio cuore, riponendoli al posto giusto nel momento giusto. Grazie per essere stata la mia roccia.

Ai miei ragazzi, Matte, Flavia, Moreno, Cecilia, Matteo, Giorgia, Francesca, Letizia, Francesca, Giammarco e i miei Co Edu Meri e Giovanni: grazie perché due anni fa, avete accettato di iniziare con me un cammino di fede. Mi avete accolta con entusiasmo, gioia e amore in un momento di grande buio e scoramento. Siete la prova vivente di quanto sia bello donarsi gratuitamente agli altri.

Ringrazio Dio per questo traguardo, per avermi fatto dono della mia famiglia e di tutte quelle relazioni che hanno reso unico e prezioso il mio percorso in salita.

Sono stati anni faticosi, durante i quali non sono mancati momenti di grande sconforto. Un grande grazie lo devo anche a me stessa, a quella che sono oggi.

Nel corso di questi anni ho imparato a confrontarmi, a mettermi continuamente in discussione e ad accettare con umiltà, i consigli e critiche da parte di chi, dall'alto della sua esperienza, è stato in grado di stimolarmi e mettermi quotidianamente alla prova.

Ho riscoperto una Beatrice più sicura di sé stessa, delle proprie scelte e del suo percorso di vita.

Ho riscoperto una Beatrice che vuole puntare sempre più' in alto perché' le capacità, unite alla forza di volontà, all'impegno e alla tenacia, ripagano sempre.

Ho riscoperto una Beatrice più decisa e consapevole di quelle che sono le vere priorità, attribuendo con maturità il giusto peso alle persone e alle relazioni.

Ho riscoperto una Beatrice che si ama, che si vuole bene e soprattutto che si rispetta. Non si può pretendere dagli altri rispetto se tu non sei la prima a farlo.

Ho riscoperto una Beatrice creativa, carica di solarità', positività', entusiasmo e spirito di iniziativa.

Ho imparato l'arte del saper aspettare, del saper ascoltare e del saper cogliere positivamente e con leggerezza le critiche.

Ho imparato con fatica a crescere e a prendere piena consapevolezza dei limiti e delle capacità', punto da cui ripartire all'interno del mio percorso di vita professionale ancora lungo e in salita.

Ho ancora tanto da imparare, da fare, da vedere, da costruire, da apprendere, ma sicuramente oggi sono diversa rispetto al giorno in cui ho varcato la soglia del campus di Forlì, intemorita e indifesa.

Oggi non si conclude un percorso, ma continua quello che ho iniziato cinque anni fa. È un giorno importante per me perché dopo milioni di prove, cadute e riassetamenti, sono pronta, come il gabbiano Jonathan, a spiccare il volo e ad assaporare ciò che mi circonda con gli occhi del cuore e dell'intelletto.