



Cross Generation: figli di immigrati hanno qualcosa in più

Da una ricerca dell'Università Bocconi ed Etnica-network - di Roberto Bonzio

MILANO martedì, 27 gennaio 2009 (Reuters) - Sottoposti precocemente a prove che i loro coetanei italiani affrontano molto più tardi, nel definire la propria identità e risolvere problemi concreti della vita quotidiana, i figli degli immigrati manifestano talvolta forme di disagio sociale. Ma spesso escono rafforzati e con qualcosa in più da questo impegno, più aperti alle sfide multi culturali del mondo globalizzato, determinati al punto da essere più predisposti allo spirito d'impresa. E' quanto ha rilevato una ricerca svolta dall'Università Bocconi e da Etnica-network per l'economia interculturale, presentata in questi giorni, che ha esaminato la situazione degli oltre 767.000 giovani di origine straniera in Italia, una componente quasi raddoppiata negli ultimi cinque anni e in forte crescita (più 117,2% dal 2002, pari al 18% del totale di stranieri). "Nascere in Italia da genitori stranieri o arrivarci da piccoli, mette questi figli di immigrati in una condizione particolare: spesso si sentono italiani ma non sono percepiti come tali dai media, dalle istituzioni e persino dalla scuola, oltre ai problemi di accesso alla cittadinanza", dice a Reuters Luca Massimiliano Visconti, docente dell'Istituto di Marketing dell'Università Bocconi, dov'è direttore del Master in Marketing e Comunicazione, che ha coordinato e firmato "Cross generation marketing" (Egea) assieme a Enzo Mario Napolitano, presidente di Etnica. Questa contraddizione, spiega Visconti, pone questi ragazzi, in anticipo rispetto ai coetanei italiani, di fronte a domande sulla propria identità e a dure prove, come farsi carico di incombenze familiari, spese, cucina, accudire i fratelli più piccoli, mentre i genitori sono spesso assenti e impegnati nel lavoro per 12 ore al giorno. **Sforzo di integrazione fa maturare in fretta** - A farli maturare è anche lo sforzo compiuto per conciliare la cultura del Paese d'origine con quella del Paese in cui stanno crescendo, spiega ancora lo studioso. Una combinazione che pone su un piano diverso chi è arrivato in Italia già in età scolare, quindi dopo aver sviluppato una propria personalità nel Paese d'origine. E sono i figli di famiglie provenienti da Paesi islamici o dalla Cina quelli che sentono più forte i legami con i precetti culturali e la comunità di provenienza, rispetto a sudamericani o europei dell'Est. I problemi di inserimento in Italia provocano forme di disagio sociale, se la personalità del ragazzo o il suo ambiente familiare si rivelano troppo deboli per sostenere la sfida. Anche perché chi arriva per ricongiungersi ai genitori che lavorano spesso deve adattarsi a un tenore di vita più modesto, in Italia, rispetto a quello che le rimesse dei genitori consentivano nel Paese d'origine. Ma spesso superare prove dure dà maggior sicurezza a questi ragazzi. Sentirsi italiani ma essere percepiti come diversi per le proprie origini, sui media come a scuola, costringe a porsi domande e definire la propria identità. Tra sentimenti contraddittori. Senso di colpa per i sacrifici compiuti dai genitori, che lavorano duramente, e sensazione di abbandono, da genitori prima migrati, poi troppo impegnati. Talvolta un capovolgimento dei ruoli, una "parentalizzazione" nei confronti dei propri genitori, quando i figli, che conoscono meglio l'italiano e il funzionamento delle istituzioni si trovano in qualche modo ad "accudire" in molte incombenze il padre e la madre. **Cittadini del mondo è la risposta** - L'incrocio di culture, ricorda lo studioso, ispira oggi prodotti di consumo internazionali, come i jeans Al Quds ideati per giovani musulmani, il latte fermentato Abit pensato per la comunità maghrebina. O progetti culturali, come il concorso per creativi di seconda

generazione www.crossmode.it o la rivista Yalla Italia, allegato al settimanale Vita e curato da figli di immigrati arabi. La cosa più sorprendente, osserva ancora il docente della Bocconi, è che al dilemma se sentirsi italiani o stranieri, i giovani della Cross Generation danno come risposta quella di sentirsi "cittadini del mondo", con un'identità forte, consapevole ma senza un'unica bandiera. Caratterizzata da un capitale culturale più ampio e integrato rispetto a quello dei coetanei autoctoni, grazie a più codici linguistici, valoriali e comportamentali. Nel consumo e anche nello spirito di impresa. "Posso fare affari con gli italiani, ma anche con il mondo arabo, perché parlo entrambe le lingue, conosco come ci si deve rapportare e come si stringono affari nelle due culture, mi ha detto un giovane imprenditore egiziano di seconda generazione", conclude Visconti.
