

Neomobilità europea e management metropolitano. Alcune riflessioni.

scritto da Luciana Degano Kieser | 30 Marzo 2021



Il trend emerso dagli studi sulla recente mobilità intraeuropea conferma l'orientamento verso le grandi metropoli, come Berlino, icone di un lifestyle e di un'idea di modernità condivise ben prima della partenza dal luogo d'origine. Accanto alle esperienze personali e al diverso livello di qualificazione, la decisione di emigrare sembra influenzata dalla cultura globale del management e dal "brand image" che connota i singoli paesi, nella digitalizzazione della dimensione narrativa della migrazione.

I giovani protagonisti della mobilità intraeuropea sembrano costituire un gruppo sociale a parte, disomogeneo rispetto alla geografia tradizionale della migrazione italiana dell'ultimo secolo. Contrariamente alle rappresentazioni mediatiche che li vogliono "in fuga", il loro comportamento migratorio sembra associato ad una gamma complessa di considerazioni. Lontani dai bisogni primari dell'esistenza, i singoli individui decidono di dare seguito alle proprie aspirazioni e si recano nel luogo dove reputano che ciò sia realizzabile: nelle metropoli del nord del mondo. La spinta a muoversi appare solo in parte legata a motivi e calcoli razionali, specialmente per coloro che hanno un buon livello d'istruzione (Guetto, 2021). A Berlino, molti giovani italiani, anche laureati, sono di fatto occupati in settori caratterizzati da un precariato poco qualificato, in assenza di minime garanzie di sicurezza sociale (Pichler, 2020). Per giustificare empiricamente tale discrepanza ci si riferisce al livello d'istruzione, alle motivazioni, all'età anagrafica o alle esperienze transnazionali, mancando una spiegazione esaustiva del fenomeno. Ciò che accomuna questa schiera di nuovi migranti sembra in ogni caso essere la meta. Essi si dirigono verso realtà metropolitane, che immaginano collocate al crocevia di flussi di idee, tecnologie e denaro. Si avventurano nella contemporaneità di un mondo che sta cambiando velocemente e che ridisegna la propria geografia per adattarla a una società "fluida" e dinamica, tra "non-luoghi" e "infosfere". Navigando in rete tra le rappresentazioni correnti del mondo globale, essi inseguono l'utopia della "nuova modernità", come opportunità di riscatto personale e collettivo per la loro generazione.

Metropoli globale

Ben prima della partenza, i futuri migranti sentono dunque di appartenere a un universo urbano, localizzato nello spazio digitale e non fisico. Nella metropoli globale si vive *onlife*: ci si sposta seguendo i *trend*, si trova lavoro tramite piattaforme informatiche. Essa si raffigura in rete come *comunità isomorfa*, senza differenze e discontinuità. Omologazione questa, che consente l'accesso a bassa soglia a dati, informazioni e connessioni di portata inimmaginabile, fino a poco tempo fa. Nella sfera informatica dell'interazione sociale, le funzioni dominanti sono però organizzate in rete da player globali, secondo direttrici di significato "*metamediatico*" e sentieri di "*path dependence*", che tendono a disconnettere i gruppi sociali subordinati, i territori svalutati e a perpetuare le configurazioni sostenute da feedback positivi. Il "*brand image*" dell'Italia risulta specializzato in settori poco innovativi e non regge il confronto con quello tedesco (F.E.S, 2017). I futuri mobili non si sentono dunque tutelati nelle loro aspirazioni da quest'effigie di marginalità e si mettono in marcia dalla periferia, arretrata e tradizionalista, verso il centro dell'impero, come destinazione finale di civilizzazione, persuasi che "*la vera vita*" sia da un'altra parte. Ed è su questa rappresentazione della modernità, evocativa dell'apologia del futuro di stampo coloniale, che vale la pena soffermarsi.

Management metropolitano

Arrivati nella metropoli, i nuovi mobili vivono quindi all'interno di uno spazio urbano che sembra conosciuto, anche se virtuale, e a cui anelano di appartenere. Nei luoghi sociali dell'interazione economica non si sentono stranieri. Si collocano come parte di un divenire, aperto e flessibile, che non necessita di un'interazione con la città reale. Imprenditori di sé stessi, cercano di realizzare le proprie aspirazioni attraverso una nuova forma di gestione della mobilità. Il controllo e l'amministrazione delle proprie capacità, finalizzate allo sviluppo delle competenze richieste dal mercato, divengono obiettivi centrali del progetto migratorio. L'assimilazione della cultura del management consente ai nuovi venuti di accedere a una comunità sovranazionale, in cui il mercato, luogo di formazione della verità, non solo economica, è principio regolatore e organizzatore della modernità. All'interno di questo regime di auto-managerialità, i nuovi mobili si caratterizzano come capitale umano in un sistema altamente performante. Il successo personale si manifesta quindi come interfaccia tra le capacità prestazionali, le competenze del singolo individuo e le richieste del mercato. Viceversa, il fallimento del progetto migratorio si delinea come errore nella performance adattativa del migrante. Nel paese-azienda l'esclusione sociale si connota anche come buon governo del capitale umano disponibile.

Metropoli reale

L'impatto della migrazione sulla vita del singolo, nell'impossibilità di realizzare l'utopia della realizzazione di sé, si manifesta come sofferenza privata e solitudine metropolitana. I nuovi arrivati non interagiscono con la cultura originaria della città, a Berlino spesso ne ignorano la lingua. Si rivolgono allora allo psicologo, con la speranza di "*correggere*" il proprio portfolio performativo, come parte di un processo di normalizzazione funzionale.

La percezione identitaria di sé come essere performante ha invece un impatto sociale ed economico misurabile. È interessante notare che si intensificano le iniziative di enti pubblici e fondazioni private, volte a concepire nuove strategie per attirare giovani europei nel mercato del lavoro tedesco. Ed è proprio l'ambito della percezione soggettiva che ha assunto una importanza centrale in Germania, nell'ambito delle politiche di supporto all'economia tedesca.

Dimitriadis, G. Fullin e M. Fischer-Souan (2019). Great Expectations? Young Southern Europeans Emigrating in Times of Crisis. In *Mondi Migranti* 3: 127-151.

Per saperne di più

Degano Kieser, L. (2019). Dall'emigrazione alla mobilità: com'è cambiata la percezione soggettiva della discriminazione da parte degli italiani che vivono all'estero. In *"Rapporto Italiani nel mondo 2019"*. 157-163

Floridi, L. (2016) *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Raffaello Cortina Editore, Milano

Friedrich-Ebert-Stiftung (2017) *Fremde Freunde. Eine Meinungsumfrage über das italienisch-deutsches Verhältnis*. FES-Rom. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/rom/12989.pdf>. (02.03.2021)

Guetto R. (2021). La nuova emigrazione italiana, tra cause strutturali e grandi aspettative. *Neodemos*

Pichler E. (2020). Il covid colpisce tutti, ma alcuni di più. Considerazioni sul mercato del lavoro della Germania. *Neodemos*