



diritto & religioni

Semestrale
Anno X - n. 2-2015
luglio-dicembre

ISSN 1970-5301

20



LUIGI
PELLEGRINI
EDITORE

Diritto e Religioni

Semestrale
Anno X - n. 2-2015
Gruppo Periodici Pellegrini

Direttore responsabile
Walter Pellegrini

Direttore
Mario Tedeschi

Segretaria di redazione
Maria d'Arienzo

Comitato scientifico

F. Aznar Gil, A. Autiero, R. Balbi, G. Barberini, A. Bettetini, F. Bolognini, P. A. Bonnet, P. Colella, O. Condorelli, P. Consorti, G. Dammacco, P. Di Marzio, F. Falchi, M. C. Folliero, A. Fuccillo, M. Jasonni, G. J. Kaczyński, G. Leziroli, S. Lariccia, G. Lo Castro, M. F. Maternini, C. Mirabelli, M. Minicuci, L. Musselli (†), R. Navarro Valls, P. Pellegrino, F. Petroncelli Hübler, S. Prisco, A. M. Punzi Nicolò, M. Ricca, A. Talamanca, P. Valdrini, M. Ventura, A. Zanotti, F. Zanchini di Castiglionchio

Struttura della rivista:

Parte I

SEZIONI

Antropologia culturale
Diritto canonico
Diritti confessionali

Diritto ecclesiastico
Sociologia delle religioni e teologia
Storia delle istituzioni religiose

DIRETTORI SCIENTIFICI

M. Minicuci
A. Bettetini, G. Lo Castro
M. d'Arienzo, V. Fronzoni,
A. Vincenzo
M. Jasonni, L. Musselli (†)
G.J. Kaczyński, M. Pascali
R. Balbi, O. Condorelli

Parte II

SETTORI

Giurisprudenza e legislazione amministrativa
Giurisprudenza e legislazione canonica
Giurisprudenza e legislazione civile

Giurisprudenza e legislazione costituzionale e comunitaria
Giurisprudenza e legislazione internazionale
Giurisprudenza e legislazione penale
Giurisprudenza e legislazione tributaria

RESPONSABILI

G. Bianco
P. Stefani
L. Barbieri, Raffaele Santoro,
Roberta Santoro

G. Chiara, R. Pascali
S. Testa Bappenheim
V. Maiello
A. Guarino

Parte III

SETTORI

Lettere, recensioni, schede,
segnalazioni bibliografiche

RESPONSABILI

M. Tedeschi

Comitato dei referees

Prof. Andrea Bettetini - Prof.ssa Geraldina Boni - Prof. Salvatore Bordonali - Prof. Orazio Condorelli - Prof. Pierluigi Consorti - Prof. Raffaele Coppola - Prof. Pasquale De Sena - Prof. Saverio Di Bella - Prof. Francesco Di Donato - Prof. Olivier Echappè - Prof. Nicola Fiorita - Prof. Antonio Fuccillo - Prof. Chiara Ghedini - Prof. Federico Aznar Gil - Prof. Ivàn Ibàn - Prof. Pietro Lo Iacono - Prof. Dario Luongo - Prof. Agustin Motilla - Prof. Salvatore Prisco - Prof. Patrick Valdrini - Prof. Gian Battista Varnier - Prof. Carmela Ventrella - Prof. Marco Ventura.

mirando, al contrario, ad un sistematico approfondimento delle numerose ricadute e problematiche giuridiche innescate dalla riforma in atto.

Fabio Balsamo

LORENZO DECLICH, *L'Islam nudo. Le spoglie di una civiltà nel mercato globale*, Jouvence, Milano, 2015, p. 147.

Economia e religione costituiscono un binomio estremamente redditizio, sia che si guardi all'influenza che le regole di mercato hanno esercitato sulla religione o, viceversa, all'incidenza dei precetti religiosi sul sistema economico.

Per quanto riguarda il primo punto, riprendendo il pensiero di Simonnot, si può affermare che le confessioni agiscono come un qualsiasi attore economico, sia sul versante interno che su quello esterno: competono tra loro per accaparrarsi il maggior numero di seguaci, fidelizzano la propria clientela attraverso la costruzione di santuari e la venerazione di beati e martiri – operazione tanto più necessaria se si pensa che nel mercato religioso esiste un elevato grado di asimmetria informativa –, si dotano di meccanismi attraverso cui attingere alla “parte benedetta”, ovvero a quelle somme di denaro che ogni individuo è disposto a donare per garantire la salvezza della propria anima. In un regime di libero mercato, per avere maggiori *chances* di riuscita, ogni religione deve presentarsi come nuova, offrendo elementi appetibili ai soggetti che si intende convertire, e autentica, operazione possibile soltanto attraverso una rielaborazione dei testi sacri esistenti che consente di porsi come continuatrice della tradizione e depositaria della Verità.

Tra i monoteismi tradizionali, l'Islam è sicuramente quello che è riuscito a far proprie queste regole in tempi brevi, divenendo appetibile per una parte consistente della popolazione mondiale e, di conseguenza, degli attori economici. È

in questo secondo filone che si inserisce il libro di Lorenzo Declich. L'Autore riflette su una realtà nuova e ancora in evoluzione, quella dell'*islamic market*, anche alla luce dei mutamenti del religioso nelle società secolari.

Originariamente nato per soddisfare le esigenze dei migranti stabilmente insediatisi in Paesi a maggioranza non musulmana, il mercato islamico *primigenio* si identifica con l'apertura di esercizi commerciali, perlopiù macellerie, gestite da musulmani e destinate quasi esclusivamente ai correligionari. La nascita di un mercato con queste caratteristiche può essere compresa solo se si pensa che l'Islam, al pari delle altre religioni, considera il cibo come un dono divino, per cui il gesto di portare il cibo alla bocca cessa di essere un modo attraverso cui soddisfare i propri bisogni fisiologici, per divenire uno strumento di elevazione spirituale. Da ciò deriva l'obbligo per i fedeli di rispettare talune prescrizioni, riassumibili nel divieto di assunzione di alcuni (pochi) alimenti, nell'astensione dal consumo di cibo in determinati periodi e nella macellazione degli animali leciti secondo specifiche ritualità. L'alimentazione, al pari delle altre sfere dell'agire umano, ruota attorno ai due estremi *halal/haram*, tra cui si collocano tutta una serie di azioni intermedie, che il credente è invitato a compiere o meno, senza perciò incorrere in una condanna. Merita di essere ricordata la prescrizione coranica che consente ai musulmani che versano in stato di necessità di cibarsi di sostanze proibite. Tale previsione risulta particolarmente importante nei casi in cui un credente si trovi a vivere al di fuori di un paese musulmano, dal momento che si consente una rilettura delle norme alimentari rendendo leciti dei comportamenti proibiti. Se è vero, infatti, che durante la permanenza in territori non musulmani il fedele è tenuto a rispettare la legge del territorio in cui risiede salvo nel caso in cui questa sia in conflitto con la legge religiosa, è altrettanto vero che in

caso di necessità assoluta, è consentito il consumo di sostanze vietate. Il principio per cui la necessità rende leciti i comportamenti vietati, spesso utilizzato per derogare al rispetto dei precetti alimentari in situazioni di difficoltà, ben evidenzia il carattere elastico della religione islamica che consente di porre in essere un comportamento altrimenti proibito o di sottrarsi all'osservanza di un obbligo, per evitare un grave danno.

Il processo di globalizzazione in atto ha però consentito al mercato di entrare nel settore tradizionalmente riservato alla religione, quello della spiritualità, per orientarlo al raggiungimento dei fini che gli sono propri, producendo uno svuotamento di contenuto degli istituti religiosi che erano in grado di fornire una risposta di senso in un orizzonte oramai privo di punti di riferimento. Il mercato, quindi, avrebbe fagocitato la religione e, nel privarla dei suoi elementi spirituali, l'avrebbe rimpacchettata e venduta sotto forma di prodotto, trasformando il concetto di *halal* da "regola religiosa" in uno "stile di vita".

La proliferazione di certificazioni e di certificatori di dubbia natura pone anzitutto il problema dell'effettiva conformità dei prodotti alle prescrizioni religiose: l'assenza di una normativa specifica sull'utilizzo dei marchi religiosi ha favorito la diffusione di pratiche ingannevoli nei confronti dei consumatori e in particolare dei consumatori/fedeli costretti, più o meno inconsapevolmente, a contravvenire al loro credo. L'Autore nota come lo sviluppo incontrollato dell'etichettatura abbia agito in due sensi, deresponsabilizzando i musulmani che, al momento di fare acquisti, si affidano all'etichetta e si ritengono da questa autorizzati, e annullando il ruolo della comunità locale in favore dell'industria che diviene così l'unico soggetto legittimato a stabilire "l'islamicità" di un prodotto. Le potenzialità economiche del mercato *halal*, considerato il "next 1 billion

market", hanno spinto gli *stakeholders* a estendere la "strategia del bollino" dal settore agro-alimentare, a settori nuovi, come quello cosmetico o turistico che fino a non molto tempo addietro venivano considerati neutri. Si tratta dunque di vere e proprie invenzioni di mercato che poco o nulla hanno a che vedere con la religione, snaturando anzi quella capacità di adattamento a situazioni e contesti differenti da sempre cara all'Islam.

L'Autore, acutamente, si chiede se l'*halalizzazione* del mondo sia una risposta ai reali bisogni dei musulmani o, piuttosto, una strategia degli attori economici avente come unico fine la massimizzazione del profitto. Dalle indagini riportate all'interno del testo emerge che i fedeli musulmani sono propensi ad acquistare gli stessi beni di chi musulmano non è, senza peraltro interrogarsi sulla loro liceità. Appare quindi chiaro che l'*islamic market* lungi dal rispondere alle esigenze dei consumatori rappresenti piuttosto una "invenzione", o un auspicio" appositamente "creata dal mondo del marketing per "vestire" i soliti brand di un dato religioso-culturale dietro cui si cela il "deserto reale".

L'esito paradossale dell'*halal business* è pienamente visibile nei Paesi musulmani, dove per partecipare alla spartizione del ricco bottino, le autorità statali si piegano alla logica dell'islamicamente corretto sovvertendo le consuetudini, mettendo in pericolo l'economia nazionale o stravolgendo il proprio essere. Emblematica è la "deculturazione gastronomica" pakistana: la liceità dei piatti tradizionali, fino a non molto tempo addietro regolarmente consumati da una popolazione a maggioranza musulmana, viene messa in discussione da una neonata organizzazione privata che si propone di certificare la conformità dei prodotti, alimentari e non, alla Legge, in Pakistan e all'estero.

In Malesia il marchio *halal* diventa "interruttore di inclusione/esclusione

fondamentale”, per cui solo coloro che si sono dotati di un certificato, rilasciato dagli enti governativi a ciò preposti, potranno tenere aperta la propria attività. Le condizioni per il rilascio sono piuttosto rigide: nel caso della ristorazione, il bollino *halal* deve essere apposto su tutti gli alimenti e bevande – acqua inclusa –, e deve essere rilasciato al ristorante, operazione possibile solo se il personale impiegato professa la religione islamica.

In Arabia Saudita il rigore wahabita non ha impedito ai regnanti di dotarsi di una “monocultura *saudi kingdom style*, piena di pomposa, stucchevole autocelebrazione orientata al mercato” in cui non soltanto il territorio, ma anche ciò che è considerato sacro finisce nel “tritacarne della globalizzazione”. Consapevoli della limitatezza delle risorse petrolifere, i re hanno deciso di trasformare La Mecca da luogo sacro dell’Islam a *business* del futuro, dove quel poco che resta della storia e della spiritualità diviene oggetto di mercificazione: è il caso dell’acqua sacra che i pellegrini bevono dopo aver compiuto il rito del *sa’i* e che viene oggi pompata in enormi cisterne prima di essere in parte distribuita ai fedeli e in parte venduta. La città è stata completamente stravolta anche sotto il profilo architettonico tanto che il suo simbolo non è più “il *Masjid al-Haram*, la Grande Moschea, ridotto a un “puntino”, bensì un orologio, il più grande del mondo, che assomiglia pericolosamente al *Big Ben* di Londra: al centro della *Abraj al-bayat* troneggia la *Royal Mecca Clock Tower*, la seconda torre più alta del mondo”.

La religione diviene dunque un potente strumento utilizzato da politici e attori di mercato per finalità prettamente economiche.

Ma quali sono i fattori che hanno reso possibile la creazione di un mercato islamico il cui successo, anche in tempi di crisi, non sembra destinato ad arrestarsi? Lorenzo Declich annovera tra le possibili cause il cambiamento della religione

nelle società secolarizzate. La teoria della secolarizzazione per cui allo sviluppo della modernità si accompagnerebbe un inevitabile declino del sacro viene ben presto messa in discussione sul finire degli anni ’70 quando le religioni iniziano a riproporsi come attori pubblici. L’Autore, riprendendo il pensiero di Olivier Roy, sostiene che la secolarizzazione ha prodotto un mutamento della religione: la mondializzazione in atto e il conseguente allentamento dei confini ha consentito alla religione di deterritorializzarsi, deculturarsi e di trovare nuovi marcatori attraverso cui veicolare il proprio messaggio. L’incontro/scontro delle religioni tradizionali con la modernità ha prodotto due risultati, da un lato il tentativo di resistere alla modernità ha ceduto, trasformandosi in quello che l’autore definisce “orientamento accomodazionista della religione”, vale a dire un adattamento *sic et simpliciter* delle pratiche religiose alla realtà corrente; dall’altro ha favorito la nascita del fondamentalismo. Prodotto della stessa modernità che tenta di combattere, il fondamentalismo islamico si propone come la risposta alla globalizzazione e all’occidentalizzazione dell’Islam. Ma per consentire la diffusione e il radicamento del proprio messaggio, il fondamentalismo fa uso delle strategie di comunicazioni occidentali e, rileva l’Autore, costruisce il proprio “corredo iconografico” attingendo “al serbatoio dei luoghi comuni occidentali sull’islam” piuttosto che “all’islam nella sua dimensione storica”, per cui può ben affermarsi che il purismo che si propugna come valore assoluto, è in realtà anch’esso costruito in base alle regole del mercato.

I mutamenti del religioso e l’ingresso del mercato nel campo spirituale hanno prodotto uno snaturamento dell’Islam: le spinte provenienti da un lato e dall’altro hanno contribuito alla creazione di una presunta identità islamica, omogenea al suo interno – tanto da poter etichettare i suoi appartenenti anche come consuma-

tori islamici –, togliendo così all'islam la pluralità che sin dalle origini lo ha contraddistinto, come pure la flessibilità e quella capacità di adattamento che gli hanno consentito di diffondersi in tempi relativamente brevi in buona parte del mondo. La trasformazione dell'islam, in favore di un islam di mercato è resa possibile dagli stessi musulmani che sembrano interessati, oggi più che mai, al rispetto di precetti che pur mantenendo integra la forma si trovano snaturati nella sostanza. L'alternativa al vuoto formalismo, potrebbe essere data dall'avvio di una riflessione sull'etica islamica: soltanto attraverso un'attenta rilettura dei principi islamici, l'*halal* cesserebbe di essere un'etichetta, per trasformarsi in produttore di senso dell'agire umano.

Miriam Abu Salem

VALENTINA MARIA DONINI - DEBORAH SCOLART, *La shari'a e il mondo contemporaneo*, Carocci editore, Roma, 2015, pp. 1-359.

Questa opera traccia un ampio quadro dell'evoluzione storica della *shari'a* e la ricerca si concentra sulla vigenza, in epoca contemporanea, degli istituti politico-giuridici di diritto islamico nel vasto panorama del mondo arabo-islamico.

In particolare, la prima parte del testo "*La shari'a e il mondo contemporaneo*" riguarda l'islam arabo ed è a cura di Valentina Maria Donini, mentre la seconda parte, scritta da Deborah Scolart, descrive l'islam non arabo.

Apprezzabile, ancorché inconsueta, è stata la scelta metodologica delle autrici. Come sostenuto anche nella introduzione, difatti, non si è voluta focalizzare la ricerca sulla *shari'a*, accantonando quindi il complesso sistema degli *usul al-fiqh* e lo studio delle fonti di cognizione del diritto islamico (tra le quali trova collocazione la sistematica shari'atica). Anzi, prescindendone del tutto e fornendo unicamente

un rimando bibliografico, il testo si concentra sulla contemporaneità e sulla dicotomia *shari'a/qanun*, sondando ciò che risulta oggi in concreto applicabile nel variegato universo del Diritto dei Paesi islamici, analisi che il giurista di formazione occidentale non può certo tralasciare.

Opportunamente, in un testo che tratti di *shari'a*, è necessario fornirne una definizione precipua ed avulsa rispetto al *fiqh*. Ed infatti, le autrici effettivamente rilevano come la *shari'a*, che è la legge religiosa islamica, si riferisce essenzialmente al Corano ed alla sunna del Profeta, che sono le due fonti normative fondamentali per l'islam, che guidano il credente nelle sue relazioni con Allah e con gli altri uomini. Per essere buono e giusto, per promuovere il bene ed impedire il male, il musulmano deve impegnarsi nell'obbedire ad Allah e al suo Messaggero. Durante la vita del Profeta, tale sforzo era alquanto agevole, poiché bastava eseguire i suoi ordini, seguire il suo esempio e, in caso di dubbio, chiedere lumi direttamente al Profeta. Fu subito dopo la morte di Muhammad che la comunità dei credenti si trovò nella necessità di strutturare i suoi insegnamenti. Sulla *umma* ricadde dunque l'incombenza non solo di unificare e collazionare la fonte rivelata e quella ispirata, ma tra i credenti si sentì anche l'esigenza di creare un sistema giuridico specifico che potesse integrare il Corano e la pratica della *imitatio Muhammadi*. Questa elaborazione è avvenuta nei primi due secoli dell'islam ed ha catalizzato un libero aggregarsi attorno ad una particolare ermeneutica delle fonti, proposta e codificata da un giurista eminente e seguito, stabilizzatasi su di una specifica interpretazione di alcuni istituti, il cui indirizzo di pensiero ha codificato le scuole giuridiche e ha dato origine al *fiqh*, il diritto islamico.

Per quanto riguarda l'islam arabo, nel quale si è inserito il *maghreb*, degno di nota appare l'approfondimento tra-