

L'INTERVISTA

De Rita: l'italianità? La si protegge aprendosi

Il sociologo: i sacrifici li farei per Alitalia, che invece è un simbolo. E per la Roma

MILANO — Vedere sugli aerei dell'Alitalia la falce e martello (tuttora nel marchio di Aeroflot) un certo effetto lo farebbe a Giuseppe De Rita. Per il resto, però, a suo parere non c'è molto che giustifichi i discorsi di questi giorni sulla necessità di difendere l'italianità delle imprese. Secondo il sociologo del Censis, anzi, i muscoli del Paese stanno al contrario nella sua apertura, nella sua capacità di mischiarsi con altri. «Quella italiana è una società meticcica, ibridata: qui sta la sua forza».

Inutile, dunque, parlare di italianità delle imprese?

«Non mi sembra che questo sia vissuto come un vero problema dagli imprenditori e dalla gente comune. D'altra parte, noi italiani ci siamo talmente mischiati a turchi, celti, svevi, angioini e via dicendo che non viviamo l'identità in modo chiuso. In più, da quando andiamo fuori - dai poveri emigrati di inizio Novecento agli imprenditori in Cina di oggi - ci "meticciamo". Anche le imprese lo fanno. Per noi è quasi naturale».

Non pensa ci siano proprietà, ad esempio le reti, per le quali la questione della proprietà italiana si pone?

«Capisco che in alcuni casi ci sia un problema. Ma non sono di quel parere. Mi sembrerebbe piuttosto arretrato difendere l'italianità della rete ferroviaria. O di una rete di telecomunicazioni che è già vecchia: è più moderna quella dell'esercito, per dire. E che i discorsi sull'italianità scattano quando ci sono interessi economici in gioco».

Si può anche mettere la falce e martello sulla coda dell'Alitalia?

«Questo si potrebbe essere un problema. Ma per un fatto di prestigio: non si vende una bandiera, in tutto il mondo la gente preferisce volare con la compagnia di bandiera. Ecco, in questo caso non avrei problemi a fare sacrifici per l'Alitalia - beninteso se si dimostra che siamo capaci di gestirla - o per altri simboli».

Quali altri?

«Beh, per esempio la Roma. Io sono laziale, ma la Lazio la si potrebbe anche vendere a uno straniero. La Roma no, è un simbolo. Ma mi fermerei a quelli, ai simboli».

Nel complesso, dunque, lei dice che l'economia italiana, a cominciare dal Made in Italy, vince se gioca in modo aperto.

«Senza barriere e, al limite, anche senza la rete del Made in Italy. Certo, ci sono ricchi cinesi, russi, brasiliani che comprano la poltrona Frau, la Ferrari, le Tod's. Ma il grosso della ripresa di oggi viene dalle imprese di fascia alta non legate alla griffe: i jeans Daniel, la pasta Barilla, gli elettrodomestici Merloni. Lo stesso Santo Versace, pochi giorni fa, mi invitava a non guardare solo le griffe ma anche quelle imprese che riescono a entrare in tutti i buchi del formaggio anche se non hanno un grande marchio. L'imprenditore di Prato che ha dovuto smettere di produrre jeans ma ha aperto 15 negozi in Cina e ora vende jeans fatti in Corea cos'è? Un commerciante, un imprenditore, un italiano? Ha giocato aperto ed è diven-

tato meticcio».

Un De Rita liberale.

«Niente affatto. Non seguo l'ideologia. Mi interessa la fenomenologia del sistema. E noto che gli italiani fanno continuamente economia aperta. Non a caso si trovano a proprio agio in Cina, dove vince l'empirismo continuato».

Da dove nasce, allora, la retorica dell'italianità?

«Probabilmente dall'Iri. Guarda caso, la si applica a settori ex Iri: banche, autostrade, telecomunicazioni. Evidentemente, c'è una cultura politica nata lì. Vale anche per me: spesso mi viene la tentazione di non avere antipatia per iniziative come la Cassa Depositi e Prestiti, Terna, il Fondo per le Infrastrutture. E, come me, molti politici di oggi, dai cinquant'anni in su, hanno vissuto quel mondo e hanno la tentazione di dire "arridatece Pascale" (l'ultimo amministratore delegato della ex Stet, ndr), di coniugare italianità e proprietà pubblica».

Una cultura che sta svanendo?

«No. Una cultura che resiste parecchio, che si annida in molte iniziative ma non diventa mai esplicita. Sarebbe bello se si avesse il coraggio di porre all'attenzione del dibattito la ridefinizione dei confini tra pubblico e privato, se si ripensasse l'economia mista invece di dire che tutto si privatizza, tutto si liberalizza mentre non è vero. Sarebbe un fatto di chiarezza. Questo, però, è un altro discorso, l'italianità non c'entra».

Daniilo Taino

PAESE METICCIO

Ormai quella italiana è una società ibridata: qui risiede la sua forza

FALCE E MARTELLO

Sarebbe un problema se dovessimo metterlo sui nostri aerei

