


IL PAESE DEI CAMPANILI

I friulani: «Gli italiani? Egoisti e furbi»

di DANIELE MARINI

Gli italiani, ovvero un caleidoscopio di stili, di modi di vivere. Difficili da com-prendere. Nel senso di “tenere assieme” come un tutt’uno omogeneo. Ma anche da “interpretare” mediante un unico filo rosso culturale. L’Italia è un paese lungo e diversificato, le cui differenze costituiscono esattamente un elemento di ricchezza.



Militanti di Sel in piazza

Egoisti e “furbetti”: così la gente friulana giudica i connazionali

L’Italia dei campanili conferma identità disomogenee
Sono soprattutto i giovani a bocciare chi vive altrove



Crisi economica,
scandali e

malcostume, segno di una
coscienza civica labile, e
un sistema politico
instabile non aiutano a
costruire una visione
italiana in cui specchiarsi

di DANIELE MARINI

Gli italiani, ovvero un caleidoscopio di stili, di modi di vivere. Difficili da com-prendere. Nel senso di “tenere assieme” come un tutt’uno omogeneo. Ma anche da “interpretare” mediante un unico filo rosso culturale. L’Italia è un paese lungo e diversificato, le cui differenze costituiscono esattamente un elemento di ricchezza. Lo specchio di tale molteplicità si materializza in diverse forme. Nei dialetti parlati che si stima siano circa una trentina, più d’uno per regione. Nel solo Nordest se ne contano circa una decina fra dialetti, gruppi linguistici e idiomi. Per non dire del cibo, nostra vetrina nel mondo.

Non c’è realtà regionale, vallata o territorio che non abbia una pietanza caratteristica. La varietà è il nostro tratto distintivo che ha pochi eguali altrove.

In fondo, la nostra storia affonda le radici nei piccoli comuni, nei campanili e nei localismi. Non c’è territorio regionale che, ancora oggi, non veda rivalità fra le province che la compongono. In diverse piccole località sono state riesumate le sfide fra le contrade, durante le feste paesane. Non c’è organizzazione associativa o politica che, quando si tratta di scegliere un futuro leader, non debba fare i conti (anche) con la provenienza territoriale di chi l’ha preceduto.

Così il “particolare” è il nostro “universo” e faticiamo a far combaciare fra loro i molti “particolari”, in modo tale da costruire un puzzle unitario e più complesso. La storia dell’Italia quale paese unito ha poco più di 150 anni, ciò non di meno ancora oggi si fatica ad affermare l’idea di un’identità in cui riconoscersi. Non sono mancati, infatti, nei decen-

ni scorsi le spinte secessionistiche e indipendentiste, che nei tempi più recenti hanno lasciato il passo a istanze autonomiste, in particolare di alcune regioni del Nord.

La crisi e le difficoltà economiche non ancora assorbite; un sistema politico e istituzionale instabile da molti anni e che ha di fronte a sé un passaggio delicato come quello della riforma costituzionale; gli scandali e il malcostume che di continuo segnalano l’esistenza di una coscienza civica assai labile: sono tutti fattori che non aiutano certamente a costruire un’identità nazionale in cui specchiarsi.

Tant’è che i nordestini (Community media research), quale primo carattere che definisce l’essere italiani, evidenziano la “disunità”, dove “ognuno va per sé” (28,6%), opinione particolarmente diffusa in Friuli Venezia Giulia (42%) e in Trentino Alto Adige (41,9%). Potrebbe essere diversamente in un paese dove ogni categoria professionale vanta - per sé, ovviamente - diritti e privilegi derivanti da peculiari-



tà specifiche senza il mantenimento dei quali l'intero paese cadrebbe in un declino irreversibile? Così tassisti, farmacisti, notai, avvocati, commercialisti, giornalisti, medici, camionisti, piloti (e l'elenco potrebbe continuare a lungo) non appena si cerchi anche solo di mettere mano alle regole o di aprire al mercato il loro perimetro professionale scattano in difesa della categoria.

Di qui, la propensione a pensare solo "agli interessi particolari" (16,4%) e l'essere protesi a "cercare di aggirare le leggi" (12,2%). In definitiva, l'auto-j'accuse si racchiude nel sottolineare che viviamo ispirati a "l'arte dell'arrangiarsi" (15,5%), in particolare fra i veneti (20,4%). In queste quattro definizioni si racchiudono i caratteri dominanti che gli stessi nordestini - a ben vedere - si attribuiscono. Certamente, non manca il riconoscimento di avere anche tratti positivi, ma questi sono evidenziati in

seconda battuta. "Creatività e inventiva" (12,8%), essere capaci di sviluppare "eccellenze professionali" (9,6%) o di compiere "azioni straordinarie" (4%) costituiscono aspetti caratterizzanti dei concittadini. Ma sono collocate più sullo sfondo, su un piano successivo: come seconda scelta. Al punto che praticamente nessuno fra i nordestini ritiene che gli italiani si sentano orgogliosi di esserlo (1,8%): ci guardiamo con scherno, non ci riconosciamo.


Sommando le risposte offerte dagli interpellati, emergono due profili generali dei caratteri in cui si riflettono i nordestini. Di gran lunga prevalente è quello che definisce i concittadini mossi da logiche ispirate al "fai-da-te" (72,9%), soprattutto in Friuli Venezia Giulia (87,7%), dove la dimensione particolaristica e individualista ha il sopravvento sulle altre. Sono le generazioni più

giovani a risaltare maggiormente quest'opinione. Per converso, poco più di un quarto degli intervistati (27,1%) pone l'accento maggiormente sulle caratteristiche positive e vede i conterranei soprattutto come "talentuosi", in particolare in Veneto (26,4%) e Trentino Alto Adige (21,9%), fra i più adulti.

I nordestini, e con loro gli italiani, hanno una molteplicità di caratteri, cangianti come le figure create dalle tessere di un caleidoscopio. Nel complesso prevalgono i colori più scuri, ma non mancano le tinte più luminose. Soprattutto manca un'identità accomunante cui riferirsi. Un'identità paradossale: in grado di far risaltare le specificità e le diversità che compongono il Nordest e l'Italia, all'interno però di una progettualità comune. Che renda il "particolare" il pezzo di un progetto "universale".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**A suo avviso, gli italiani...
(1° più importante; %)**



	Friuli Venezia Giulia	Trentino Alto Adige	Veneto	Nord Est	Italia
■ Sono disuniti, ognuno va per sé	42,0	41,9	26,5	28,6	23,7
■ Pensano solo agli interessi particolari	20,5	15,8	15,9	16,4	13,9
■ Vivono con l'arte dell'arrangiarsi	5,1	4,5	20,4	15,5	18,1
■ Hanno creatività, inventiva	2,2	13,8	12,3	12,8	10,3
■ Cercano sempre di aggirare le leggi	20,5	11,2	11,5	12,2	13,6
■ Hanno eccellenze professionali	7,7	2,2	7,5	9,6	9,7
■ Sono capaci di azioni straordinarie	0,5	1,5	4,4	4,0	8,9
■ Sono orgogliosi di essere italiani	1,5	9,1	1,5	0,9	1,8

Fonte: Community Media Research, 2016 (n. casi: 1.997)

Il sondaggio ha coinvolto 2 mila persone

Community media research ha realizzato l'indagine, coordinata dall'economista Daniele Marini, che si è svolta a livello nazionale dal 22 marzo al 4 aprile 2016 su un campione rappresentativo della popolazione residente in Italia, con età superiore ai 18 anni. Gli aspetti metodologici e la rilevazione sono stati curati dalla società Quantitas. I rispondenti totali sono stati mille 997 (su 13 mila 287 contatti).

L'analisi dei dati è stata riproporzionata sulla base del genere, del territorio, delle classi d'età, della condizione professionale e del titolo di studio. Il margine di errore è pari a +/-2,2 per cento. La rilevazione è avvenuta con una visual survey attraverso i principali social network e con un campione casuale raggiungibile con i sistemi Cawi e Cati. Il documento completo è stato pubblicato sui siti internet www.agcom.it e su quello dei curatori www.communitymediaresearch.it.