

L'INDAGINE. Il laboratorio Cmr del sociologo Marini: «Come ci sentiamo»

Nordest, uniti solo dal "fai da te" «Ma con talento»

Quasi nessuno indica l'orgoglio di essere italiani
«La prima caratteristica comune è... la "disunità"»

Manca un'identità che renda il 'particolare' un pezzo di un progetto universale

DANIELE MARINI
DIRETTORE SCIENTIFICO CMR

Piero Erle

L'orgoglio di essere italiani? Appena un veneto ogni 65-70 lo indica come la cosa più importante, la caratteristica che più ci definisce come popolazione: «Ci guardiamo con scherno, non ci riconosciamo», spiega il sociologo Daniele Marini, direttore scientifico del laboratorio Cmr-Community media research, autore di una nuova ricerca sul «come ci sentiamo» in Italia e a Nordest. La verità è che «praticamente nessuno degli abitanti del Nordest ritiene che gli italiani si sentano orgogliosi di esserlo»: l'1,8% dei nordestini, addirittura solo l'1,5% dei veneti. E la controprova che arriva dalla stessa ricerca è che «i nordestini, quale primo carattere che definisce l'essere italiani - spiega il sociologo vicentino - evidenziano la "disunità", dove "ognuno va per sé", caratteristica che supera il 40% in Trentino e Friuli ma che raggiunge il 26% anche tra i veneti, ben più numerosi dei loro vicini.

CI TIENE ASSIEME... LA DIVERSITÀ. Il nostro Paese e il nostro territorio sono «un caleidoscopio di stili - scrive Marini - di modi di vivere. Difficili

da comprendere. 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». La molteplicità, lo sappiamo bene, sta ad esempio nella trentina di diversi dialetti parlati in Italia: «Più di uno per regione. Nel solo Nordest si contano circa una decina fra dialetti, gruppi linguistici e idiomi». Oppure c'è il cibo: «Non c'è realtà regionale, vallata o territorio che non abbia una pietanza caratteristica». Ce lo siamo detti tante volte: siamo il Paese dei campanili, dei piccoli Comuni, delle piccole e medie imprese, dei localismi: «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».

GLI INTERESSI PARTICOLARI. I 150 anni di storia dell'unità d'Italia sono costellati in realtà anche da «spinte secessionistiche e indipendentiste, che nei tempi più recenti hanno lasciato il passo a istanze autonomiste, in particolare di alcune regioni del Nord». E poi la crisi economica non assorbita, il sistema politico instabile che ora si scontra sulla riforma costituzionale,

gli scandali e il malcostume (anche ieri arresti per tangenti): «Sono tutti fattori che non aiutano certamente a costruire un'identità nazionale in cui specchiarsi». E quindi prevale la disunità: «Potrebbe essere diversamente in un paese dove ogni categoria professionale vanta - per sé, ovviamente - diritti e privilegi derivanti da peculiarità specifiche senza il mantenimento dei quali l'intero paese cadrebbe in un declino irreversibile?», rimarca Marini citando «tassisti, farmacisti, notai, avvocati, commercialisti, giornalisti, medici, camionisti, piloti» e altri. Di qui «la propensione a pensare solo "agli interessi particolari" (16,4%)» e anche l'essere protesi a «cercare di aggirare le leggi» (12,2%). «In definitiva - sottolinea Marini - l'auto-accuse si racchiude nel sottolineare che viviamo ispirati a "l'arte dell'arrangiarsi" (15,5%)» e questo in particolare fra i veneti, tra i quali uno su cinque (20,4%) sceglie questa come caratteristica principale della nostra popolazione.

I DATI POSITIVI? SOLO IN SECONDA LINEA. Certo «non manca il riconoscimento di avere anche tratti positivi, ma questi - sottolinea il sociologo vicentino - 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

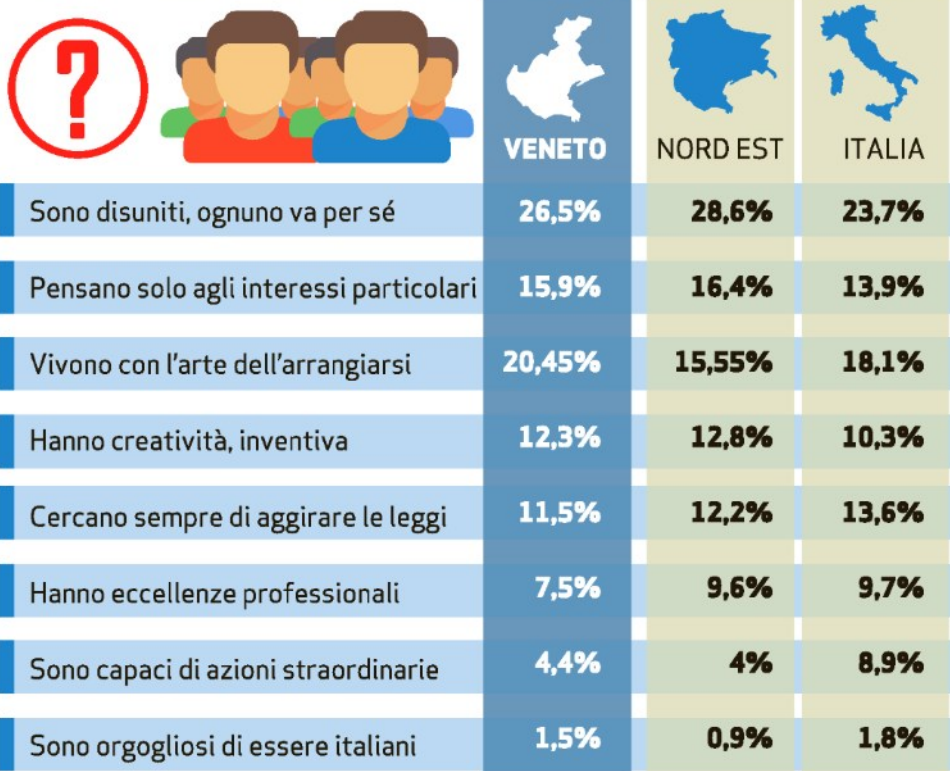


sono collocate più sullo sfondo, su un piano successivo: come seconda scelta». Marini, come al solito, traccia quindi i profili generali che emergono dall'indagine, e sono due: i nordestini "fai da te" e quelli "talentuosi". «Di gran lunga prevalente è quello che definisce i concittadini mossi da logiche ispirate al "fai-da-te", dove la dimensione particolaristica e individualista ha il sopravvento sulle altre: 72,9%». Sono i più giovani a far pesare di più questa opinione. Viceversa,

solo poco più di un quarto degli intervistati (27,1%) pone l'accento di più sulle caratteristiche positive e vede i conterranei soprattutto come "talentuosi": in Veneto (26,4%) sono soprattutto gli adulti. Ai nordestini e agli italiani - conclude Marini - manca soprattutto un'identità «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"». •

I veneti: ognuno per conto suo, basta arrangiarsi

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

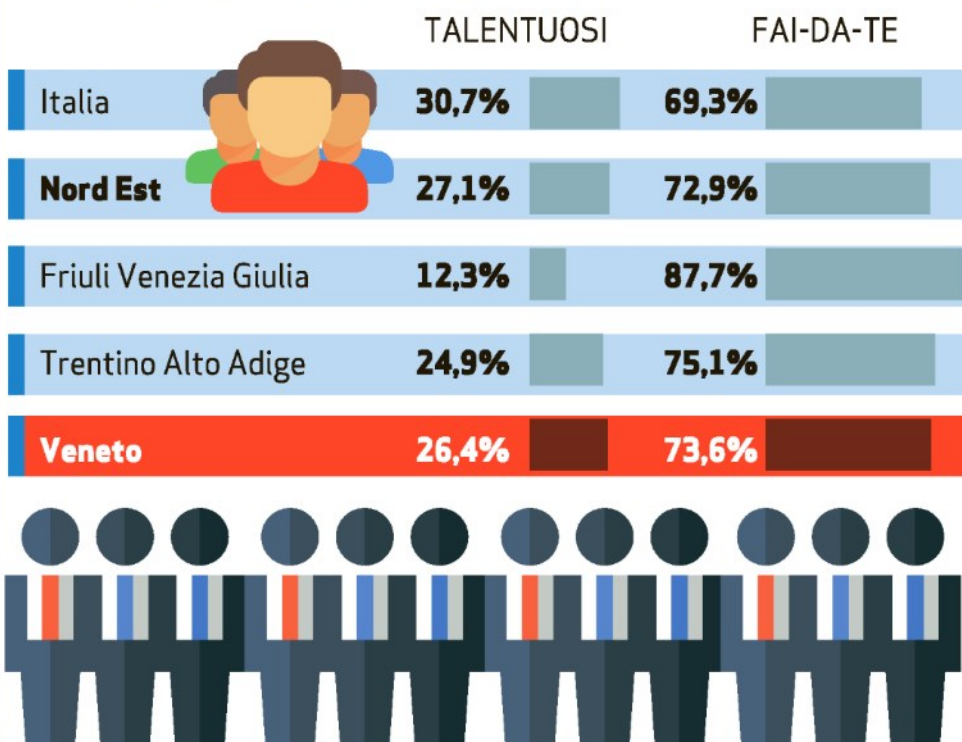


Pa&G

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

Nordest: talento o no, primeggia il fai-da te

Profili dei caratteri dei nordestini (%)



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

La ricerca

UN CAMPIONE DI 2 MILA INTERVISTATI

Community Media Research ha realizzato l'indagine 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 1.997 (su 13.287 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%.

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 consultabile su www.agcom.it e www.communitymediaresearch.it.

