

## L'Italia al tempo della crisi

Nando Pagnoncelli parla di famiglia, consumi, stereotipi e Chiesa



Qual è il ritratto dell'Italia dopo otto anni di crisi? Come si sono trasformate le abitudini di vita degli italiani? Che ruolo gioca la Chiesa in una società che si confronta con le sfide dei tempi? Nando Pagnoncelli è tra i sondaggisti più apprezzati e tra gli osservatori più acuti dei cambiamenti sociali. Presidente dell'Istituto di ricerche di mercato e sondaggi d'opinione "Ipsos" e docente all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, ha recentemente dato alle stampe un volume su "Le mutazioni del Signor Rossi" (Edb) nel quale, a partire dall'esperienza maturata in tanti anni di lavoro, offre una chiave di lettura originale per la comprensione degli italiani.

**Famiglia.** Dal 2008, anno che sancisce l'inizio conclamato della crisi, la famiglia ha continuato a essere l'elemento centrale per l'equilibrio sociale del Paese, sebbene abbia seguito un percorso di crescente chiusura in se stessa: "È evidente un atteggiamento di ripiegamento difensivo. Questo - spiega Pagnoncelli al Sir - riguarda la famiglia in quanto tale, che ha subito i contraccolpi della crisi economica ed è stata obbligata a ridefinire i paradigmi di consumo, ma anche i giovani. Non dimentichiamo che la percentuale di persone tra i 18 e i 35 che vive nella famiglia di origine è aumentata di 5 punti (66%) dall'inizio della crisi a oggi". La famiglia, dunque, rappresenta un riferimento essenziale per i giovani: "Per quelli che non hanno occupazione o percepiscono redditi bassi, ma anche per coloro che sono usciti e possono beneficiare di un'integrazione reddituale da parte della famiglia di origine".

**Paesaggio sociale.** Città degradate, periferie trascurate, negozi abbandonati. Anche il paesaggio sociale si è modificato in questi anni. Il cambiamento, precisa Pagnoncelli, non è tuttavia "omogeneo e uniforme": "Da un lato ha influito la diminuzione di risorse economiche a disposizione delle amministrazioni locali, che hanno pri-

vilegiato dunque i servizi alla persona. Dall'altro, si è andata affermando sul territorio la fioritura di organizzazioni di volontariato e di iniziative autonome da parte dei cittadini. Azioni che, partendo da istanze individuali, trovano uno sbocco pubblico. Pensiamo alla reazione dei milanesi all'indomani dell'attacco dei black bloc o alla mobilitazione per pulire i muri imbrattati di Venezia". Per l'esperto, si tratta di "situazioni non sporadiche e poco prevedibili che fanno riferimento a un senso civico 'fai-da-te' presente in Italia, che non è indice di fiducia nelle istituzioni o di coesione sociale, ma esito di un impulso positivo che i cittadini esprimono spontaneamente".

**Stereotipi.** Tanti i luoghi comuni diffusi tra gli italiani che, seguendo prevalentemente la dieta mediatica proposta dalla televisione, tendono ad avere una percezione distorta della realtà. "C'è stata una stagione in cui sembrava che fossimo accerchiati da violenti e che la nostra sicurezza fosse messa a repentaglio. In realtà - rivela Pagnoncelli -, studiando l'an-

damento dei reati si coglieva che l'unica relazione esistente era quella tra il senso di insicurezza e le notizie degli omicidi eccellenti, come l'assassinio della giovane studentessa Meredith Kercher. L'insistenza con cui i media trattavano questi temi produceva la convinzione nei cittadini che fossimo in presenza di un incremento significativo dei fatti di sangue. Dall'esame dei dati, però, gli omicidi in quel periodo erano un terzo di quelli commessi negli anni Novanta". Discorso analogo vale per la presenza degli stranieri in Italia che, se in base alle rilevazioni sono circa il 7% della popolazione, salgono al 30% nella percezione degli italiani. "Queste distorsioni - osserva Pagnoncelli - guidano le nostre opinioni e i nostri comportamenti".

**Fiducia.** Sul fronte della crisi economica, il clima sociale sembra invece migliorato. La fiducia dei consumatori, secondo i dati Istat, è ai massimi degli ultimi anni: "Probabil-

mente gli italiani credono che stiamo uscendo dalla crisi, o almeno lo desiderano. Le difficoltà economiche, però, hanno contribuito a ridefinire i paradigmi di consumo. Gli italiani oggi sono selettivi, razionali e attenti. Prima gli intervistatori ci dicevano di avere il frigorifero pieno di prodotti che buttavano. Era un acquisto più leggero ed emotivo". Una citazione a parte la merita la propensione al risparmio, che è cresciuta in questi anni: "Avere più fiducia nel futuro personale e del Paese - sottolinea Pagnoncelli - non si traduce automaticamente in

un incremento significativo dei consumi, che ci possa portare ai valori antecedenti alla crisi".

**Religione.** Alla Chiesa spetta il compito di leggere i tempi e individuare soluzioni possibili. In un momento in cui le grandi narrazioni e le appartenenze si sono fortemente indebolite, aggiunge il sondaggista, "talora si avverte un forte disorientamento dei cittadini di fronte alle grandi questioni": "La Chiesa, con uno stile assai diverso da quello di qualche anno fa, privilegia l'empatia, il dialogo e la comprensione. Questo non significa che i non credenti si convertano, ma che la Chiesa, nel vuoto del dibattito pubblico italiano, marca una posizione importante". I rischi, però, sono dietro l'angolo: "Il ruolo nuovo della Chiesa e, in particolare, di

Papa Francesco possono suscitare grande consenso esteriore senza modificare le coscienze. La religione 'fai-da-te' è figlia della multi-appartenenza delle persone: la fede è una parte dell'identità ma non è quella che conforma i comportamenti. Anzi, permane la tendenza ad accettare del messaggio evangelico quello che è in sintonia con il proprio stile di vita. I più favorevoli ai respingimenti degli immigrati, ad esempio, sono i credenti. E questo non perché siano più cattivi ma perché sono più impauriti. Dunque, l'invito all'accoglienza fa breccia a livello teorico, suscita entusiasmo vedere un Papa andare a Lampedusa, ma nella vita quotidiana si teme che gli immigrati arrivino in casa nostra".

Riccardo Benotti

Presidente dell'Istituto di ricerche di mercato e sondaggi d'opinione "Ipsos", a partire dall'esperienza maturata in tanti anni di lavoro offre una chiave di lettura originale per la comprensione degli italiani