

Sondaggio Censis. Un Paese che ama le contraddizioni

Italiani brava gente Onestà prima virtù I soldi? Meglio del tempo libero

L'onestà è la prima virtù per gli italiani. Che, però, un po' in contraddizione con se stessi poi dichiarano sette su dieci di preferire il diventar ricchi a l'aver più tempo libero. L'Italia fotografata dal Censis attraverso un corposo campione rappresentativo di 6.500 persone fornisce non poche novità. Quello che vien fuori è un Paese in via di cambiamento in cui molti hanno già pronta la valigia per uscire dalla foto di gruppo.

MARCELLA GIANNELLI

ROMA È una foto di famiglia con un bel po' di novità quella che il Censis ha scattato su un significativo campione (6.500 persone) di questa Italia che sta cambiando, pur tra molte contraddizioni. E sta assumendo, stando all'istituto di ricerca, sempre più l'aspetto di una palude di processi densi e viscosi in cui è bene chiedersi come gli italiani stiano vivendo questo stato di cose. Eccoli lì i nonni (senpre di più), gli adulti pieni di problemi, i giovani pieni di speranze che non si sa quanto potranno essere soddisfatte che il primo mito che fanno crollare è quello dell'ormai storico dualismo tra Nord e Sud. Ce n'è un altro, più complicato da delimitare, che è quello delle differenze tra le aspettative e le possibilità di chi abita in un piccolo comune piuttosto che in un uno di medie o grandi dimensioni. Passando alle altrettanto storiche diversità sessuali o generazionali scopre che si sono attivate enormemente fin quasi a rimanere l'immagine di una società talmente piatta, priva di picchi. Le generazioni sono mondiali, i mondi separati nei quali i comportamenti sono omogenei. È il lavoro il fattore vero di differenziazione. Non solo tra chi ce l'ha e chi no. Ma anche sulla base del livello più o meno alto che si è riusciti a raggiungere.

Guardiamo più nel dettaglio cosa hanno trovato i ricercatori del Censis lungo i tre percorsi che hanno scelto e cioè la distribuzione degli italiani per territorio, per generi e generazioni e per status professionale e non. Salta agli occhi che la virtù per eccellenza è l'onestà (62 per cento) e che se devono scegliere fra la ricchezza e il tempo libero nessun dubbio: scelgono su dieci dei nostri connazionali preferiscono il portafoglio gonfio ad una scampagnata. Trenta italiani su cento non si sentono rappresentati da nessuno e se proprio devono scegliere preferiscono di gran lunga le associazioni di volontariato (23,3 per cento). Il parlamento e il gover-

no non raccolgono che un magro 9 per cento. I media vanno meglio (11 per cento) specialmente nelle città del Sud, gli appartenenti agli status professionali medio-bassi e i giovani. La stampa è ritenuta più affidabile (ma di poco) rispetto alla televisione.

La disoccupazione (39 per cento) è vista come il peggior male del paese. Segue il malgoverno (26,6 per cento), la criminalità organizzata (24,8 per cento), l'instabilità politica (22,8 per cento). Incredibilmente va molto meglio del solito il giudizio sui servizi pubblici che vengono promossi dagli anziani (24,3 per cento) e da chi appartiene al livello socio-professionale basso e medio-basso (28,6 per cento). I più delusi sono gli ex agiati che, il sospetto è legittimo, fino a poco tempo fa non avevano avuto bisogno di frequentare un ospedale o salire su un mezzo pubblico. Insoddisfatti anche i giovani che ritengono sufficiente il sistema scolastico (47,3 per cento), i servizi assistenziali (36,6 per cento), quelli sportivi (34,7 per cento).

Nelle grandi e piccole realtà è più evidente la necessità di giustizia (22,5 per cento contro il 9,6 per cento dei grandi centri). C'è anche molta voglia di civiltà dove si vive in pochi. Nei grandi centri urbani, invece, il bisogno prevalente è quello di una maggiore responsabilità ma soprattutto di solidarietà. C'è un 23 per cento che dell'anonimato della metropoli proprio non ne può più. Il Sud conserva l'annosa aspettativa di veder migliorare il proprio reddito (80,5 per cento) contro chi preferisce un aumento del tempo libero (19,5 per cento). Inoltre, pur tenendo presente che la maggioranza del campione ritiene sostanzialmente ingiusta la diversità del livello di benessere, sono i giovani a manifestare maggiore comprensione per le differenziazioni sociali: il 66 per cento contro il 74 per cento degli adulti e il 70 per cento degli anziani. Segno che nelle nuove generazioni «sta emergendo una lucida consapevolezza della fine del ciclo culturale dell'egualitarismo».

Lo spot del jeans non piace ai non vedenti

Quello spot non piace ai non vedenti. «Uno spot sgradevole e offensivo. A confronto il provocatorio Ray Charles che guidava l'auto sorridente e glorioso nella libertà di un deserto appare un capolavoro». Con queste parole l'Unione Italiana Ciechi ha denunciato la nuova pubblicità dei jeans Levi's, sottolineando come sia ormai doveroso «ribellarsi con fermezza all'uso strumentale del non vedente». Nella reclame televisiva la figura del cieco sottolinea la presidenza nazionale dell'Unione: «per la verità marginale e dovrebbe sottolineare l'ironia del messaggio», che però si rivelerebbe estremamente ingiurioso. Al centro del filmato c'è una ragazza bianca che si spoglia in un bagno pubblico davanti a un ragazzo che lei crede non vedente, fino a quando da un gabinetto esce un anziano, il vero cieco. «Il cieco vero scrive nella denuncia pubblica l'associazione dei non vedenti: è penalizzato in tutti i sensi: escluso da quanto accade, confinato in una squallida latrina e per moltiplicare la sua diversità, è nero di pelle».



I PROTAGONISTI DI CUI GLI ITALIANI SI FIDANO	Status sociale acquisito				Totale
	Basso	Medio basso	Medio	Medio alto	
Nessuno	25,0	23,0	24,1	23,6	23,9
Associazione di volontariato	20,7	20,7	24,6	22,4	23,2
Chiesa	17,8	15,5	13,5	16,7	15,0
Forze dell'ordine	11,0	10,8	12,7	12,1	12,2
Magistratura	4,8	4,9	8,6	16,3	10,5
Non sa / non risponde	10,8	12,5	10,0	7,2	9,5
Sindacati	14,2	8,7	8,7	9,4	9,1
Associazioni di categoria	3,9	6,2	6,3	7,5	6,6
Stampa	2,0	3,7	5,7	7,5	5,9
Parlamento	0,0	1,3	4,9	8,4	5,4
Televisione	7,0	7,1	4,8	4,5	5,1
Partiti politici	0,5	2,2	4,8	5,7	4,8
Governo	1,3	3,1	3,4	5,0	3,8

I totali percentuali sono superiori a 100 perché la domanda prevedeva 3 possibilità di risposta

Fonte: Indagine Censis 1996 (Val. %)

Lei preferirebbe avere?	Genere			Sesso		Totale
	Giovani	Adulti	Anziani	Maschio	Femmina	
Più tempo libero	27,5	25,5	14,7	24,9	21,5	23,2
Miglioramento del reddito	72,5	73,5	85,3	75,1	78,5	76,8
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Le diversità nel livello di benessere sono:						
Giusta	16,6	13,2	12,8	16,5	11,6	13,9
Ingiusta	66,2	74,0	70,9	69,7	72,5	71,2
Non sa / non risponde	17,2	12,8	16,2	13,8	15,9	14,9
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Lei si sente più distante da una persona:						
Di un'altra generazione	33,1	25,3	35,7	32,6	28,0	30,3
Di un'altra etnia	17,4	22,7	19,9	20,0	21,2	20,6
Dell'altro sesso	4,7	4,9	5,7	5,0	5,2	5,1
Di un'altra classe sociale	25,7	28,8	26,6	26,1	28,6	27,4
Non sa / non risponde	19,1	18,3	12,2	16,2	17,0	16,8
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine Censis 1996 (Val. %)

I risultati di una ricerca: il 70% soffre di «allucinante dipendenza»

Videogame, droga per bimbi

ROMA. Occhi sbarrati sul video, mano serrata sul joy-stick, concentrazione massima sull'astronave che bombardata la terra, sul carrarmato che li insegue, sul mostro che cerca di afferrarli. I frequentatori di sale da gioco aumentano. In un monitoraggio fatto dallo studio di ricerca e sperimentazione Centro Punto Uno sulla realtà giovanile romana, emerge che il 70% dei ragazzi dagli 11 ai 18 anni trascorre almeno una buona parte della giornata giocando con i video-games.

Lo studio mette in evidenza un dato preoccupante: l'uso continuato di questi giochi elettronici porta ad una forma di «allucinante dipendenza».

La motivazione principale che porta a frequentare le sale da gioco è quella di «ritrovarsi di

fronte al video e trasformarsi in forzuti combattenti», «spericolati piloti», «temerari esploratori di meandri sotterranei». Le sale da gioco, rileva l'analisi, hanno assunto la funzione di luoghi di aggregazione giovanile. Qui si assiste alla formazione di gruppi che la ricerca definisce «informali» o «spontanei», in cui prevale la preoccupazione del semplice stare insieme, del «consumo del tempo», rispetto all'impegno di progettare qualcosa in comune.

Da questa sorta di «personalizzazione» non rimane immune il sistema nervoso e il cervello: i continui e velocissimi stimoli visivi e i danni da essi provocati, lamentano i ricercatori, non sono stati sufficientemente studiati dagli scienziati, ma nella maggioranza dei casi, si sostiene, si as-

siste ad un sovraccarico di impulsi che porta ad un azzerramento delle funzioni superiori cerebrali che determina un vero e proprio condizionamento.

Insomma, i videogames fanno male. Ma non saranno certo contenti i costruttori delle micidiali macchinette e i gestori dei locali dove i videogames la fanno da padrone. I giochi elettronici, infatti, sono il nuovo business dell'industria del divertimento.

E gli esperti, cosa consigliano per difendersi dalla nuova mania? La risposta è unanime: uscite, divertitevi, fate lunghe passeggiate, respirate all'aria aperta, organizzate sane partite di calcio con gli amici. Non vi farà male, e soprattutto non farà male ai vostri ragazzi.

Televenditore «senza complessi» su Rete A: «Sono razzista e poi devo incassare» «Extracomunitari? Facciamone sapone»

Un televenditore ligure, Giuseppe Danna, per catturare l'attenzione degli spettatori, la notte di Pasqua non ha esitato a proporre di fare saponette di gli immigrati da distribuire gratuitamente agli italiani. Solo una sparata di pessimo gusto? No, è marketing: quello di chi di chi le spara più grosse per farsi sentire in tivù. «Dico quello che i miei clienti, benestanti e conservatori, vogliono sentire. E poi, quel che conta è che si parli di me».

MARCO CREMONESI

MILANO. Televendita con soluzione finale: «Cosa ne facciamo di 'sti immigrati? Io ce l'avrei un'idea... per i tunisini, gli algerini, i marocchini... fabbriche di sapone! Aggirare un marocchino di qua, un po' di suda di là e distribuire gratuitamente sapone a tutti i cinquantasei milioni di italiani. 56 milioni di saponi gratis». Bardiera tricolore alle spalle, l'imprenditore di Genova Giuseppe Danna prende fiato e si congratula con se stesso: «Buona idea questa, almeno a qualcosa

voro continuano a diminuire... e via ricamando sul tema, era arrivata alla sua brillante «idea». Lanciata nell'etere e confermata ieri per telefono: «Non rinnego nulla, non sono libero di dire di essere razzista?».

Del resto non è la prima volta che per promuovere i gioielli venduti dalla sua azienda, la «Lombard», l'imprenditore se ne esce con affermazioni raccapriccianti. «Abbiamo già dovuto richiamarlo», racconta il direttore di Rete A Rosario Pancini - ora dovremo sbatterlo fuori o mandarlo in onda in differita per sorvegliare quel che dice, lo deciderà l'editore lunedì». Ma lui, il razzista non pentito, non si scompone, anzi, ostenta una tranquillità olimpica: «Basta accendere la televisione e se ne sentono di ogni colore, io ho solo ammesso di essere razzista. Non posso dirlo?». Veramente lei ha detto cose ben più pesanti... «Ma quella sulle saponette era una boutade, non capisco proprio il trabuscolo». In realtà, il «trabuscolo» Danna lo capisce, e pure be-

ne. Perché sotto alle farneticazioni televisive, a quanto pare, c'è una teoria. Anzi, a sentir lui, quasi un'etica: «Io ho trentaquattro dipendenti, il mio unico imperativo è vendere. Ripeto: basta accendere la Tv, non c'è niente di «leggero». Io, però, in mezzo a tutto questo, devo catturare l'attenzione, farmi sentire». O vendi o muori, insomma. Siamo in un brutto film sulla giungla della competizione? Sembra proprio di sì, tanto che neppure manca la prevedibile battuta sulla pubblicità: «Basta che si parli di noi, e per me va sempre bene. La pubblicità è sempre buona, anche quella cattiva». In effetti, a Rete A confermano che le trasmissioni di Danna sono sempre aperte dalle divagazioni «sociologiche» a effetto del missionario della vendita in salsa populista.

Secondo Danna il suo «stile» sarebbe anche una questione di marketing: «La mia clientela è formata all'ottanta per cento da persone in età, benestanti e conservatrici. Pen-

so di dire quello che a loro piace sentire, non credo che le mie frasi le abbiano disturbate». Tutto qui sentito fino alla nausea, certo, ma non basta ancora. Il venditore di gioielli scomoda la libertà di parola: «Vede? Io dico quel che penso in televisione e lei subito mi telefona...». Strano pensare che una telefonata limiti la libertà di espressione. «No, in effetti... almeno fino al 21 aprile siamo ancora in democrazia», concede l'imprenditore. E dopo? «Beh, se vincesse l'Ulivo tante cose cambierebbero... Non so, rispetto al fisco, rispetto a quello che si può dire e non dire... E se avesse la meglio il Polo delle libertà? Danna ci pensa un attimo: «Mah, se prendesse le redini Fini, vedo rischi simili a quelli di una vittoria dell'Ulivo. Ma se rimane in sella Berlusconi - che non ho votato e non voterò - credo che almeno per il lavoro sarebbe una cosa positiva». Ma insomma, si può sapere cosa voterà? «Lo direi a qualunque giornale, ma non a L'Unità». Tè.

Il padre ucciso in una sparatoria Bambina di due anni ferita da una pallottola mentre era con sua madre

Una bambina di due anni è stata ferita ad un piede da un proiettile vagante ad Ercolano, nel napoletano. Secondo quanto dichiarato alla polizia dalla madre, Nunzia Schiano, la bimba, Luisa C., si trovava insieme con lei a bordo di un motorino a corso Resina quando sarebbe cominciata una sparatoria tra gli occupanti di due autovetture. A colpire Luisa sarebbe stato un proiettile vagante. Luisa è stata portata, dalla madre e da una zia, all'ospedale Loreto Mare dove è stata medicata e giudicata guaribile in venti giorni. Successivamente la piccola è stata trasferita all'ospedale pediatrico «Santobono». Gli accertamenti svolti dalla polizia in corso Resina, dove, secondo il racconto della madre sarebbe avvenuta la sparatoria, non sono stati rinvenuti bossoli di proiettili né tracce di sangue. Inoltre nessuno

dei negozianti e degli abitanti di Corso Resina, una strada molto popolata e affollata soprattutto nelle ore serali, ha riferito di aver udito colpi d'arma da fuoco. Per questa ragione gli investigatori non escludono che il ferimento sia avvenuto in un luogo e in circostanze diverse da quelle indicate dalla madre di Luisa. La donna è stata interrogata in Questura fino a tarda sera in questura, alcune perquisizioni sono state effettuate nella sua abitazione. Il padre di Luisa C., che era un pregiudicato, fu ucciso nel maggio del '94 in un conflitto a fuoco con le forze dell'ordine. Un'altra vittima innocente della guerra fra bande della camorra che insanguina il napoletano. Una guerra senza esclusione di colpi, tanto che è la Campania a far salire il numero degli omicidi in Italia secondo le più recenti statistiche.