

Osservatorio
sul senso civico in Italia
2001-2007

A cura di Paolo Natale



**Osservatorio
sulla cultura civica in Italia**
2001-2007
V rapporto nazionale

A cura di Paolo Natale



Indice

| | |
|---|-----------|
| Prefazioni | 5 |
| Gennaro Mola <i>Assessore alla Mobilità e alla N.U. Comune di Napoli</i> | |
| Carlo Montalbetti <i>Direttore Generale Comieco</i> | |
| Michele Buonomo <i>Presidente Legambiente Campania</i> | |
| Pasquale Losa <i>Presidente ASIA</i> | |
| Ciro Turiello <i>Amministratore delegato ASIA</i> | |
| | |
| Il barometro del “senso civico” | 13 |
| | |
| La metodologia utilizzata | 14 |
| | |
| 1 Familismo e società | 16 |
| 1.1 Gli italiani e gli aspetti importanti della vita | 16 |
| 1.2 Gli italiani e la famiglia | 18 |
| | |
| 2 Gli italiani e le istituzioni | 19 |
| 2.1 “Glocal” contro territorio nazionale: confronto tra le istituzioni politiche nazionali e quelle locali o sovra-nazionali | 21 |
| 2.2 I Partiti politici, come sempre, fanalino di coda nella fiducia degli italiani | 21 |
| 2.3 Gli esempi della classe dirigente | 22 |
| 2.4 Gli esempi di alcuni “testimonial” | 23 |
| | |
| 3 Individualismo e collettività | 24 |
| 3.1 Gli italiani e gli altri italiani | 24 |
| 3.2 Gli italiani e la qualità della vita | 26 |
| 3.3 Gli italiani e la collettività | 27 |
| 3.4 Gli italiani e la raccolta differenziata | 27 |
| | |
| 4 Le componenti della civiness: una tipologia degli italiani | 30 |
| 4.1 Tre modalità interpretative della “civiness” | 31 |
| 4.2 I tipi italiani: una cluster sulle modalità della civiness | 33 |

Comune di Napoli

L'amministrazione comunale di Napoli, come nell'anno precedente, ha promosso con Comieco, Legambiente e l'ASIA, azienda del Comune, la sesta edizione dell'*Osservatorio Nazionale Senso Civico*.

I sondaggi e le osservazioni già realizzate dimostrano che *qualcosa si muove e che gli italiani sembrano scoprirsi meno individualisti e un po' più "sociali" e legati al territorio*.

Questo vale certamente anche per la città di Napoli. I dati ci dicono, infatti, che nonostante le oggettive difficoltà vissute sul terreno dei rifiuti, dove l'emergenza che ha segnato l'intera regione Campania ha reso pesante sia l'azione delle istituzioni sia delle aziende preposte alla raccolta, offrendo oggettivamente, non sempre adeguate condizioni d'igiene urbana, non è venuto meno tra i napoletani il senso d'appartenenza al territorio e la fiducia verso le istituzioni.

Le stesse considerazioni possono valere per le condizioni della mobilità e della viabilità, dove la realizzazione della Metropolitana e di numerose opere strutturali di risanamento e di manutenzione urbana ha indotto i cittadini a convivere con numerosissimi cantieri in città. Anche in questo caso, sebbene messo a dura prova, il senso civico dei napoletani ha dato buona prova.

L'indagine ha infatti rilevato che tra i fattori più preoccupanti emergono: l'insicurezza urbana, il mancato rispetto delle regole e la minaccia a valori fondamentali come la solidarietà e l'attenzione verso i più deboli, in misure analoghe a quelle che si sono registrate nelle città metropolitane.

Detto monitoraggio del senso civico rappresenta uno spaccato utile alle istituzioni per meglio comprendere dove e come agire nell'azione di governo e quali vie percorrere per assicurare una città più vivibile e confortevole.

D'altra parte, già oggi, sono numerose le realtà positive presenti sul territorio che, spesso operando nell'ombra, rappresentano veri e propri modelli di virtù civica. A questi soggetti occorre certamente dare più spazio così come occorrerà promuovere iniziative e divulgare il *rapporto* dell'osservatorio, avendo una particolare attenzione alle nuove generazioni e, dunque, alle istituzioni che socialmente le ospitano e le educano.

Di ciò intendiamo farci carico! Siamo convinti che il contatto con i cittadini, la comunicazione e la partecipazione, favorisca quel circolo virtuoso indispensabile per contrastare ogni deriva individualistica e per incoraggiare e promuovere, invece, ogni azione tesa ad alimentare il senso civico nel nostro paese.

Un'occasione, dunque, di confronto utile ad individuare strategie e modelli tali da riportare al centro dell'interesse il bene pubblico.

Una sfida dalla quale non intendiamo sottrarci per rendere più efficace e qualificata la nostra azione amministrativa, nell'interesse dell'intera comunità.

Gennaro Mola

Assessore alla Mobilità e alla N.U.

Comieco

I risultati dell'annuale Osservatorio sul senso civico, che giunge alla sua Sesta edizione, fotografano un Paese che dopo le incertezze – evidenziate nel 2005 – cerca di recuperare fiducia e voglia di fare. Il barometro del senso civico è tornato ai livelli del 2003 (40), - *mentre nel 2004 era stato di 48* - dopo il crollo dello scorso anno (solo 32), così come tornano a crescere i non individualisti nella società (secondo valore di sempre). Dall'indagine appare un'Italia più matura e un po' meno cinica nel giudicare - sulle questioni del vivere comune - le responsabilità dei singoli (affianco a quelle delle istituzioni) e che continua a considerare i Paesi dell'area germanico-scandinava come quelli che esprimono la maggior civicità, seguiti dal Giappone e gli Stati anglofoni.

L'Italia che emerge dall'indagine 2007 si scopre attenta alle tematiche ambientali. Gli Italiani temono primariamente l'inquinamento derivante dall'uso di auto e moto private (il 57% del campione) e accanto all'attenzione per il risparmio idrico, il terzo comportamento che si considera pericoloso per l'ambiente è la mancata raccolta differenziata vista come una pratica in grado di diminuire l'inquinamento e di risparmiare risorse ed energia.

Cresce dunque la consapevolezza dell'importanza del contributo di ciascuno alla raccolta differenziata e della centralità del cittadino in questo processo: è ai massimi livelli la disapprovazione verso il poco impegno dei cittadini nella raccolta differenziata (45% vs 38% del 2006); i critici verso la qualità dei servizi resi dai Comuni nella gestione dei rifiuti invece sono al minimo storico (31% vs 40%) e cresce il giudizio positivo (70% vs 64%) sull'azione degli enti locali, con l'esclusione di importanti aree del sud, nell'organizzare i servizi di raccolta differenziata.

Aldilà delle percezioni dei cittadini raccolte dal sondaggio, i dati di raccolta di carta e cartone confermano che sempre più sono diffusi tra gli italiani sia comportamenti più sostenibili come quelli di effettuare la raccolta differenziata sia la consapevolezza dell'utilità e importanza di tale pratica.

La raccolta differenziata, da sempre considerata da Comieco – il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica - come uno degli indicatori del senso civico degli italiani conferma la propria validità e consente di riflettere su come la percezione di questo aspetto – ma direi della questione del civismo in genere – sia diversamente vissuta nelle varie macro aree d'Italia.

Nel 2006 sono state oltre 2 milioni le tonnellate di carta e cartone raccolte, con un incremento di oltre il 7% rispetto all'anno precedente: un risultato che colloca il nostro Paese nel gruppo dei più "ricicloni" del mondo. Il sud prosegue la rincorsa (con un incremento del 15%) ma sicuramente sono ancora molte le realtà territoriali che possono migliorare.

Questo conferma anche la validità della decisione del Consorzio di continuare a sostenere l'Osservatorio del Senso civico che con l'intervento del Comune di Napoli ha ormai da due anni sede proprio nel capoluogo partenopeo.

Napoli e il Mezzogiorno, con i loro problemi irrisolti e con le loro immense potenzialità di sviluppo costituiscono – l'esito dell'indagine lo conferma – uno dei maggiori bacini di prova per la crescita di una vera civicità in questo Paese. Non è un caso, del resto, che proprio sul Mezzogiorno Comieco stia concentrando la gran parte delle proprie risorse, collaborando da vicino con gli enti locali e le forze del volontariato.

Carlo Montalbetti
Direttore Generale

Legambiente Campania

Fin dall'inizio, come Legambiente, abbiamo inteso il ruolo dell'Osservatorio sulla virtù civica, come dinamico, propositivo.

Uno strumento in grado, non solo di monitorare e studiare un fenomeno di grande importanza sociale ma anche, e direi soprattutto, di stimolarlo, ponendolo costantemente all'attenzione dei cittadini e dei decisori politici.

Compito particolarmente difficile, ma non più differibile, in un Paese che, storicamente, come dimostra una ricca ed attendibile letteratura sociologica ed antropologica, non si è mai distinto per radicamento e diffusione del senso civico.

Anzi. Ancora oggi, e quasi sempre a ragione, il nostro Paese viene additato come esempio negativo del prevalere degli interessi localistici, o addirittura familistici (il familismo amorale), su quelli pubblici, e per lo scarso rispetto della legge, della "cosa pubblica" e, più in generale, delle sue istituzioni.

Uno strumento che si affiancasse a quelli -"ormai classici"- della nostra azione associativa, le grandi campagne nazionali: Treno e Goletta verde, Cento strade per giocare, Puliamo il mondo, e più di recente, Voler bene all'Italia, la festa dei piccoli Comuni che, anche nel nome, sintetizza il nostro modo di intendere l'ambientalismo del terzo millennio, capace di coniugare la salvaguardia dell'ambiente, locale e globale, con la necessità di allargare la partecipazione, attiva e consapevole, dei cittadini.

Per questo, forti della convinzione che "un capitale sociale" adeguato, rappresenti non solo un elemento di consolidamento della democrazia, ma anche un potente fattore di sviluppo, come ormai da tempo affermano sociologi ed economisti, d'accordo con Comieco e Amministrazione Comunale di Napoli, abbiamo accettato la sfida di offrire all'Osservatorio sulla Virtù civica una sede permanente nella grande città del Mezzogiorno, territorio che più di altri necessita di un profondo cambiamento, per poter contribuire in maniera determinante allo sviluppo del nostro Paese.

Una scommessa difficile, di non breve durata, basti guardare ai drammatici fatti delle scorse settimane, con il loro carico di morte e distruzione: i devastanti incendi estivi, gli effetti dell'abusivismo edilizio, e ancor prima e irrisolti: l'emergenza rifiuti e il bullismo che avanza con danni umani e materiali.

Tutti problemi che devono essere affrontati urgentemente, con grande determinazione e severità, ma che potranno essere risolti definitivamente solo con il coinvolgimento e la partecipazione dei cittadini, che ne pagano il costo più alto.

In definitiva, una sfida, quella dell'Osservatorio, che vale senz'altro la pena continuare ad affrontare. Raccogliendo i segnali positivi: individuali, come quelli che raccontiamo anche quest'anno, in occasione della presentazione del rapporto sulla virtù civica ("I Giusti" di Borges, che spesso senza saperlo, stanno salvando il mondo), e collettivi, come le centinaia di Comuni che hanno raggiunto buoni risultati nella raccolta differenziata o le decine che hanno avviato programmi di risparmio idrico ed energetico, o i tanti giovani che chiedono di "esserci", di poter partecipare alla stimolante avventura del cambiamento.

Michele Buonomo
Presidente

ASIA Napoli

La presentazione del nuovo rapporto sul senso civico in Italia e a Napoli in particolare, promosso da Comune di Napoli, Comieco, ASIA e Legambiente, predisposto da IPSOS è un'occasione per analizzare i dati, riflettere sulle indicazioni che emergono e, credo, ipotizzare linee di intervento e comportamenti che possano aiutare a far crescere sempre più da una parte il senso civico nei cittadini e dall'altra costruire sempre più "Buone Pratiche" da parte delle istituzioni in generale e della vasta rete del sistema delle aziende che erogano servizi di pubblica utilità.

L'ASIA Napoli S.p.A. ha partecipato con convinzione fin dall'inizio all'Osservatorio sulla Cultura Civica in quanto, a nostro giudizio, rappresenta un "luogo" di testimonianza di comportamenti ed azioni che rispondono alle nuove esigenze di una società ed un modo di fare impresa in continua e rapida evoluzione.

L'Azienda, in tutte le sue componenti, opera già da tempo nella convinzione che l'obiettivo strategico da perseguire non sta solo in una corretta e trasparente gestione dei conti, quanto piuttosto nel produrre "profitto sociale" ovvero qualità del servizio per conto della comunità dei propri utenti e nel territorio nel quale è chiamata ad operare. Per il Gruppo Dirigente di ASIA il perseguimento di tale obiettivo passa attraverso due momenti fondamentali che sono individuabili, rispettivamente, nella responsabilità sociale dell'impresa e nella promozione del senso civico dei cittadini.

Pasquale Losa
Presidente

Ciro Turiello
Amministratore delegato

Il barometro del “senso civico”

Il monitoraggio sulla cultura civica in Italia, che Comieco ha intrapreso unitamente a Legambiente, con la collaborazione di Ipsos P.A. e l'Università di Scienze Politiche di Milano, è giunto al suo sesto appuntamento. Mentre nei primi tre anni le rilevazioni erano state affidate a TNS, negli ultimi tre il barometro è stato realizzato dall'Istituto IPSOS P.A., composto per la maggior parte dagli stessi componenti lo staff impegnato nelle scorse indagini. L'indagine ha l'intento di costituire una base di conoscenza per valutare i comportamenti e gli atteggiamenti sulla “civicness” dei cittadini, oltretutto a rilevarne i mutamenti nel corso del tempo. L'obiettivo è infatti quello di fornire, con frequenza annuale, un sorta di “barometro del senso civico”.

Prima di presentare i principali risultati di questa sesta rilevazione, è opportuno richiamare brevemente che si intenda per civicness (traducibile in italiano con “cultura civica” o “senso civico”). Già di per sé è questo un compito abbastanza arduo: numerosi autori, commentatori e studiosi utilizzano il termine secondo modalità talvolta contrapposte, in conformità alla propria linea interpretativa. Possiamo utilizzare come definizione di base quella che ne ha dato Putnam nel suo “La tradizione civica nelle regioni italiane” (Mondadori, Milano, 1993), cioè “l'insieme del tessuto e delle regole civili esistenti in un determinato contesto territoriale ovvero all'interno del costruito della personalità individuale”. Tale provvisoria definizione si può articolare in diverse componenti.

La mancanza, nel nostro Paese, di una diffusa e radicata cultura civica è utilizzata da molti autori e commentatori per spiegare da un lato la permanenza di mali storici della nostra democrazia (come l'arretratezza socio-economica di alcune regioni e la presenza di significativi fenomeni di corruzione a diversi livelli), dall'altro l'emergere di nuove tendenze disgregatrici (come le aspirazioni separatiste di alcuni). Alla civicness come fattore di buon funzionamento e stabilità della democrazia si contrapporrebbe quella che è stata alternativamente definita come sindrome o cultura particolaristica, nelle sue diverse connotazioni quali il localismo, il familismo, ecc., che guarda alla propria ristretta sfera (familiare, economica, territoriale, ecc.) come unico orizzonte di riferimento valoriale e comportamentale (“L'isolamento dello spirito civico”, in N. Negri, L. Sciolla, Il Paese dei paradossi, Carocci, Roma 1996).

Si sostiene in definitiva come non sia sufficiente la presenza di un forte spirito civico di origine “individuale” per garantire la stabilità e la maturità del sistema: il punto focale è quello di rigenerare quella fiducia nelle istituzioni e quel senso di appartenenza territoriale (nazionale) in assenza dei quali la civicness resta una virtù privata, utile al mercato ma non alla politica, mentre la partecipazione tende ad essere sganciata dal tema della responsabilità collettiva.

L'approccio di Sciolla e Negri sembra particolarmente stimolante e convincente, proprio perché permette di evitare un'interpretazione riduttiva ed esclusivamente “culturalista”, tentando invece di considerare l'interazione tra atteggiamenti e comportamenti individuali e sfera pubblica in una dimensione più complessiva.

La metodologia utilizzata

Mentre nel primo anno sono state utilizzate due fasi distinte di analisi (la prima con scopi esplorativi, la seconda di approfondimento), dalla seconda rilevazione in poi -grazie all'esperienza maturata nel passato- è stata effettuata un'unica fase, svolta in tutte le occasioni nel secondo semestre dell'anno. A partire dal 2002, essa è stata realizzata mediante interviste postali auto-compilate da parte di un campione variabile tra i 1100 e 1300 individui circa, rappresentativo della popolazione italiana di 18 anni e oltre, per genere, fasce di età, area geografica e ampiezza del Comune di residenza.

A partire dallo scopo generale del progetto e tenendo conto delle premesse indicate, la ricerca ha inteso perseguire differenti obiettivi di analisi. È stata innanzitutto distinta la fase di *definizione* dei concetti che si intendevano analizzare (nel nostro caso la cultura civica o *civicness*) e quella di operazionalizzazione e quindi possibile *misurazione* presso il campione di intervistati ed eventuali suoi sottogruppi.

In secondo luogo, si è evidenziata una differenziazione tra elementi *oggettivi* utili per definire il grado di *civicness* o cultura civica presente nel nostro Paese, ed elementi *soggettivi* (come è vissuta, interpretata, valutata dai singoli). Sul piano individuale, poi, è stato necessario effettuare una distinta valutazione dei *comportamenti* effettivi (propri e altrui) e degli *atteggiamenti* (propri e altrui); nel nostro caso, la misurazione dei comportamenti è risultata particolarmente difficoltosa in quanto le risposte degli intervistati sono state viziate dalla mancata dichiarazione di comportamenti ritenuti riprovevoli o comunque non del tutto ammissibili.

L'indagine è stata quindi finalizzata a:

- isolare e analizzare le differenti componenti della *civicness*, quelle valoriali, fiduciarie, identitarie e comportamentali;
- analizzare i rapporti reciproci tra le diverse componenti e isolare uno o più "modelli di *civicness*";
- analizzare la diffusione e l'incidenza della *civicness* nei diversi contesti territoriali e socio-demografici;
- analizzare il rapporto tra la *civicness* e gli altri piani della vita individuale e collettiva.

Tutti questi strumenti analitici sono, per il momento, da considerarsi per alcuni versi già paradigmatici per una corretta sistematizzazione delle tematiche considerate, per altri versi ancora "in progress": i risultati cui siamo pervenuti, attraverso il loro utilizzo, rivestono infatti connotazioni, su alcuni aspetti, ancora ambivalenti. Come vedremo, l'affinamento di un'indagine approfondita su questi temi richiede accurati test di validazione, da replicare secondo tempi e modalità almeno di medio periodo. Ciò che qui viene presentato è il compendio dell'attività svolta in questi primi cinque anni di rilevazione, che possono aiutarci a comprendere a fondo il cammino da percorrere nel prossimo futuro, per cercare di fornire elementi utili a migliorare il rapporto tra i cittadini e la loro storia presente.

Metodologia utilizzata

- *Universo di riferimento*
Individui residenti in Italia di 18 anni e oltre (circa 45 milioni).
- *Campione*
Stratificato e casuale, selezionato in base a quote per sesso, età, titolo di studio, area geografica di residenza e ampiezza del Comune di residenza; ponderato per le stesse variabili e per tasso di frequenza alle funzioni religiose.
- *Metodologia*
Interviste mediante questionario auto-compilato inviato per posta.
- *Numero di interviste eseguite*
1300 + 1350 + 1550 + 1250 + 1200 + 1100
- *Periodo di rilevazione*
gen. 2001, mag. 02, giu. 03, sett. 04, dic. 05, apr. 07
- *Margine di errore statistico*
compreso fra +/- 0.5% e +/- 2.7%

| Sesso | | | |
|--------|-----|-------|-----|
| uomini | 49% | donne | 51% |

Tabella 1.1
Composizione
del campione

| Condizione professionale | | | |
|--------------------------|-----|---------------------------|-----|
| impr./dirig./prof. | 3% | disoccupati | 7% |
| comm./artig./autonomi | 6% | studenti | 14% |
| impiegati/insegnanti | 17% | casalinghe | 19% |
| operai/esecutivi | 15% | pensionati/altro non occ. | 19% |

(Fonte: IPSOS P.A.)

| Classi di età | | | |
|---------------|-----|---------------|-----|
| 18-30 anni | 22% | 46-60 anni | 24% |
| 31-45 anni | 31% | oltre 60 anni | 23% |

| Titolo di studio | | | |
|------------------|-----|--------------------|-----|
| laurea | 8% | licenza media | 32% |
| diploma | 30% | elementare/nessuno | 30% |

| Area geografica | | | |
|-----------------|-----|-------------|-----|
| Nord Ovest | 26% | Centro Sud | 22% |
| Nord Est | 12% | Sud e Isole | 23% |
| Centro Nord | 17% | | |

| Ampiezza comune di residenza | | | |
|------------------------------|-----|-------------------|-----|
| fino a 10mila ab. | 32% | 30-100mila ab. | 21% |
| 10-30mila ab. | 23% | oltre 100mila ab. | 24% |

1. Familismo e società

Anche nell'ultima rilevazione, e ormai da tempo, la famiglia permane nella percezione degli italiani come il fulcro portante della vita quotidiana: le mura di casa racchiudono la cerchia ristretta degli affetti considerati sicuri. Una delle domande contenute nella ricerca (e più volte utilizzata anche in passato) è quella in cui si chiede agli intervistati quali siano gli aspetti e i valori più importanti della vita di ciascun individuo. La famiglia è di nuovo (e rimane costantemente) al primo posto di questa graduatoria.

Sede degli affetti e della solidarietà, istituzione primaria nella formazione dell'individuo, rete di sostegno nei periodi di difficoltà, luogo di permanenza dei figli ancora in attesa di definire il proprio futuro, patto di convivenza tra generazioni, garanzia di mantenimento del tenore di vita per tutti i suoi membri: la famiglia rimane per gli italiani il valore nettamente più importante. Le funzioni che essa assolve possono essere numerose e talvolta contrastanti tra loro, ma certamente la famiglia italiana dimostra una plasticità ed una capacità di trasformarsi, rimanendo sempre centrale nella vita di ciascuno, sconosciuta in altri Paesi. L'importanza che gli intervistati le riconoscono è costantemente assai elevata, senza differenze significative tra le diverse aree del Paese, tra le professioni o i gruppi sociali o le classi di età.

1.1 Gli italiani e gli aspetti importanti della vita

Restano sempre le aree del privato ad occupare le prime posizioni e bisogna arrivare proprio alla fine delle "top ten" per trovare una dimensione (la solidarietà) che tenga conto dei legami alla collettività. Occorre inoltre sottolineare come tutte le opzioni legate all'impegno (politico, ovviamente, ma anche religioso, sociale e ambientale) siano il fanalino di coda di tutte le graduatorie dal 2001 ad oggi. Risultato, anche questo, assai omogeneo tra tutti i gruppi. Benché, nelle ultime rilevazioni, fatto salvo l'impegno più specificamente legato alla politica, il gap tra gli altri "impegni" e gli aspetti immediatamente precedenti nella classifica si sia parzialmente ridotto rispetto ai primi anni di vita di questo osservatorio. Insomma: un minimo di considerazione per fattori e comportamenti virtuosi pare essere rimasto nelle coscienze degli italiani.

Nei grafici viene riportata l'importanza attribuita ai diversi aspetti della vita valutati singolarmente. È quindi comprensibile che quasi tutte le aree proposte abbiano ottenuto un voto medio piuttosto elevato. Per conoscere quali siano i valori irrinunciabili, quelli che nella vita di ciascuno occupano un posto di netta preminenza rispetto agli altri, abbiamo chiesto agli intervistati di scegliere, dall'elenco delle venti aree valoriali, le tre che giudica più importanti delle altre.

Tra gli otto aspetti più citati, ancora una volta è la famiglia ad occupare la posizione di rilievo: anche quest'anno, e con ancora più forza, oltre l'85% del campione la giudica una componente essenziale della propria vita. Negli ultimi anni, viene a mancare anche l'unico elemento proiettato verso l'esterno, la solidarietà, "sostituita" dal denaro.

Anche se la struttura di fondo delle priorità non muta in maniera significativa tra i diversi segmenti della popolazione, vi sono differenze nel peso assegnato alle diverse aree valoriali. È principalmente tra le generazioni che tali differenze si manifestano in modo evidente. Gli aspetti relazionali (l'amore, gli affetti, l'amicizia, ma anche questa in straordinaria flessione) sono assai più importanti per i giovani che per le età più avanzate. I più giovani tornano ad essere preoccupati del problema del lavoro, ma sempre meno di quanto non lo siano i loro padri. Sono questi ultimi, invece, che manifestano il maggior investimento affettivo nella famiglia. La religione, infine, appare un elemento di scarsissimo riferimento per gli italiani adulti, tra i 18 e i 65 anni, mentre sembra maggiormente sentito tra gli anziani, che la collocano al quinto posto assoluto.

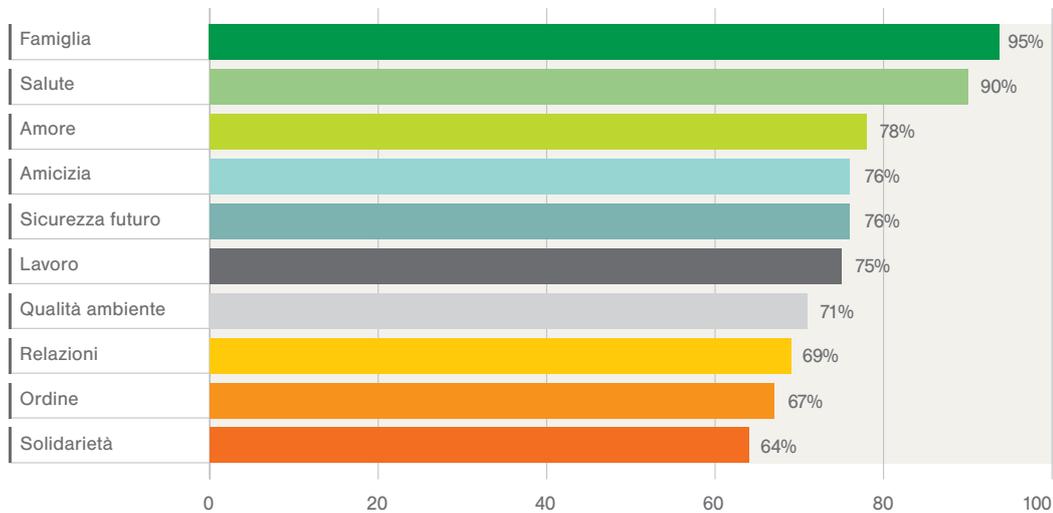


Grafico 1.1
Gli aspetti più importanti della vita

(Fonte: IPSOS P.A.)

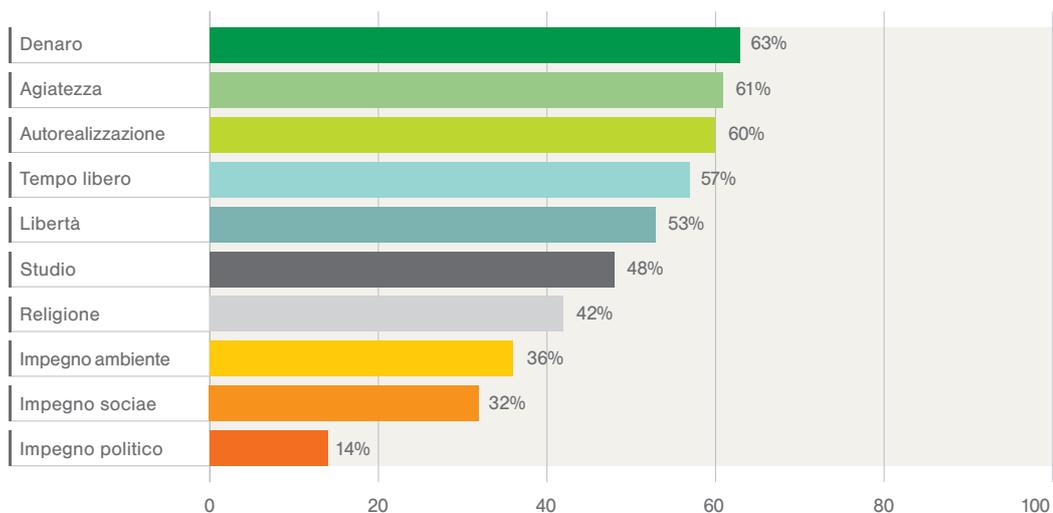


Grafico 1.2
Gli aspetti meno importanti della vita

(Fonte: IPSOS P.A.)

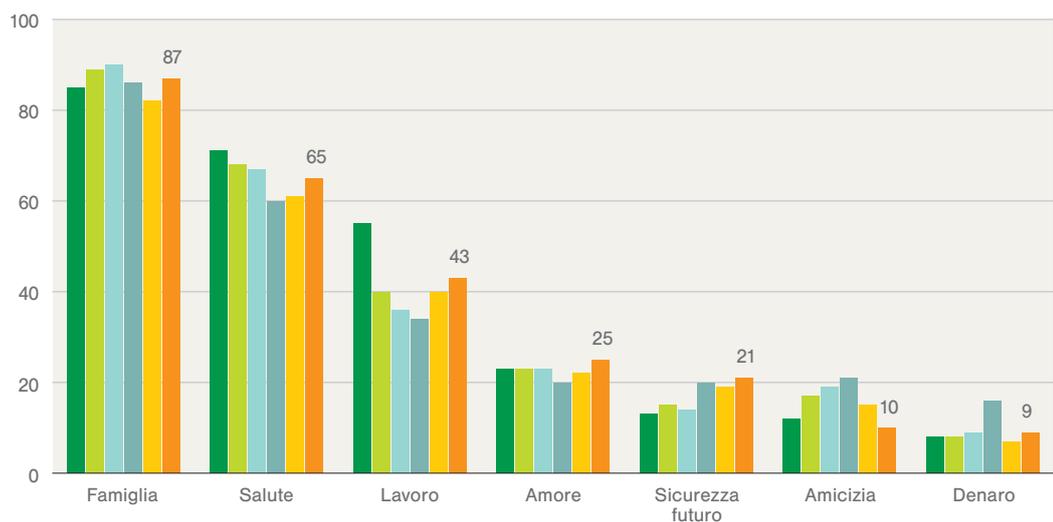


Grafico 1.3
I tre aspetti più importanti della vita (valori in percentuale)

■ 2001
■ 2002
■ 2003
■ 2004
■ 2005
■ 2006-07

(Fonte: IPSOS P.A.)

1.2 Gli italiani e la famiglia

Abbiamo sottolineato l'estrema importanza che la famiglia riveste nel vissuto sociale e valoriale degli italiani. Le preferenze degli italiani per valori o aspetti della vita ritenuti importanti cadono all'unanimità e costantemente sulla famiglia.

Ma quale modello di famiglia è quello immaginato o idealizzato dagli italiani? La famiglia, così come emerge dai nostri risultati, sembra essere demarcata dalla percezione che il suo bene non possa giustificare azioni dannose verso la collettività, ma persiste (ed è in grande e costante aumento rispetto al triennio precedente) l'idea che la principale responsabilità dell'individuo sia verso la famiglia e non verso la collettività: si passa dall'11% di accordo tra il 2001 e il 2003 al 22% di quest'anno, più di un italiano su cinque!

Da questa e da altre analisi svolte (si veda in particolare quella di Giuseppe A. Micheli in "Effetto generazione", Carocci, 1999 e di Roberto Cartocci in "Mappe del tesoro", Il mulino, 2007), emerge un dato particolarmente significativo, che per certi versi sembra andare in contro-tendenza con quanto l'opinione pubblica da una parte e alcuni riforme istituzionali stanno veicolando negli anni più recenti. Mentre cioè appare ormai da più parti accettata l'idea di una "parcellizzazione" del Paese, seguendo le tradizionali fratture territoriali, l'esame degli atteggiamenti degli intervistati, in particolare sui modelli familiari, mostra come queste valutazioni di fondo siano in parte fuorvianti.

Le differenziazioni più rilevanti riscontrabili nella popolazione italiana non appaiono infatti legate a variabili ambientali (o, almeno, non a quelle tra nord e sud) quanto ai caratteri personali degli intervistati, come l'istruzione o il ciclo di vita.

Grafico 1.4
Responsabilità verso
la famiglia e verso
la collettività

La principale responsabilità
di una persona è verso la propria
famiglia e i propri figli e non verso
la collettività

(Fonte: IPSOS P.A.)

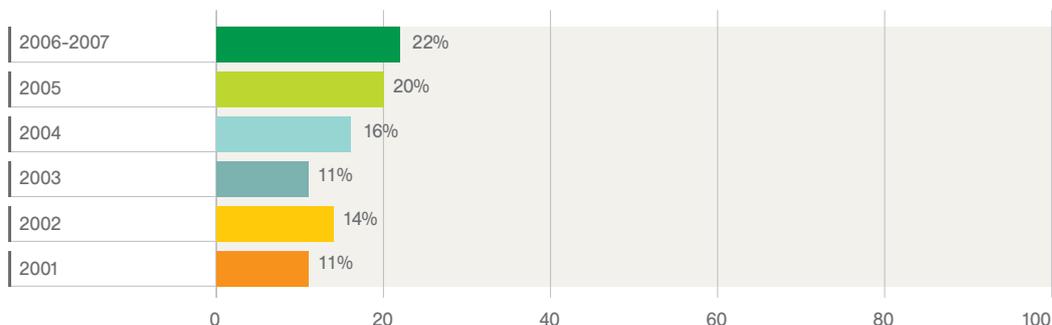
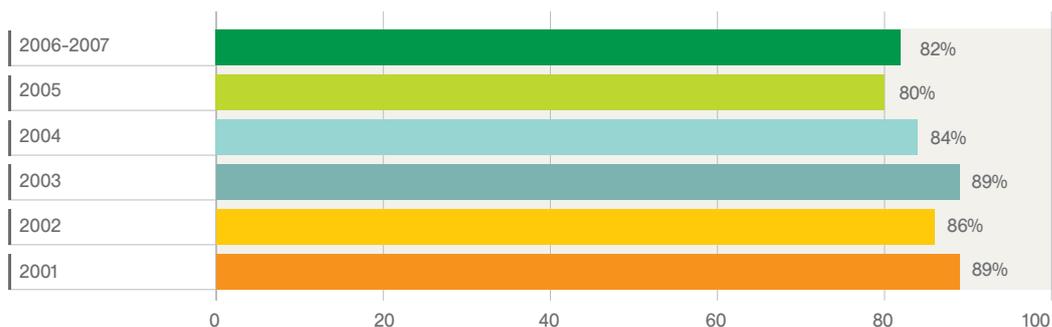


Grafico 1.5
Responsabilità verso
la famiglia e verso
la collettività

L'amore verso la famiglia
e i figli non giustifica
che si compiano azioni
dannose verso la collettività

(Fonte: IPSOS P.A.)



2. Gli italiani e le istituzioni

Un aspetto su cui la gerarchia dei giudizi degli intervistati appare stabile nel corso del tempo, è il livello di fiducia nelle principali istituzioni sociali e politiche. E questo risultato viene confermato anche da queste rilevazioni.

Massima fiducia è accordata alle organizzazioni del 'privato sociale' (da quelle di volontariato e di difesa dei cittadini all'ambientalismo e, benché in calo, alla Chiesa) e alle istituzioni statali non politiche e di garanzia (dalle forze dell'ordine alla scuola e, nonostante i ripetuti attacchi, alla magistratura): tali aree ottengono infatti valutazioni sufficienti da almeno il 60-65% della popolazione, con punte massime intorno all'80%.

Nell'area politica e della rappresentanza degli interessi, Comune (soprattutto), Unione Europea e Regione sono gli unici ad ottenere almeno la metà di giudizi positivi, mentre tutta l'area della rappresentanza politica conferma ed enfatizza il netto tracollo degli ultimi anni, risultando tra la meno credibili, con valutazioni sufficienti espresse da meno del 30% della popolazione. In stallo appare la fiducia nei media (Tv e giornali), tra il 40% ed il 50%, e le istituzioni finanziarie (Banche e Borsa), che non paiono "riprendersi" dopo il netto regresso degli scorsi anni e lottano con i partiti politici nel contendersi l'ambita ultima posizione.

Sindacati e associazioni degli imprenditori tendono a mantenere, pur con diverse oscillazioni, un giudizio favorevole da quasi la metà degli italiani; essi paiono sensibili, a fronte di una congiuntura economica altalenante e da incertezza sul futuro, alle organizzazioni legate ad una certa salvaguardia per i cittadini lavoratori e pensionati.



Grafico 2.1
Trend di fiducia nelle istituzioni
(% voti positivi su totale intervistati)

- Polizia e CC
- Scuola
- Chiesa cattolica
- Magistratura

(Fonte: IPSOS P.A.)

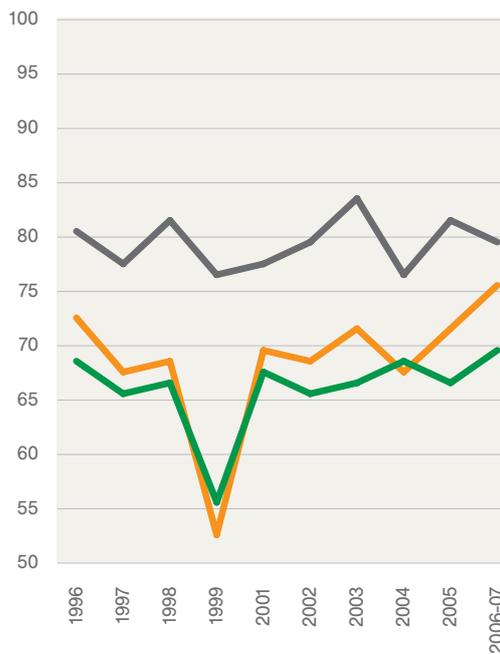


Grafico 2.2
Trend di fiducia nelle istituzioni
(% voti positivi su totale intervistati)

- Associazioni volontariato
- Associazioni in difesa dei cittadini
- Associazioni ambiente

(Fonte: IPSOS P.A.)

Grafico 2.3

Trend di fiducia nelle istituzioni
(% voti positivi su totale intervistati)

- Unione Europea
- Comune
- Regione
- Parlamento
- Governo
- Partiti politici

(Fonte: IPSOS P.A.)

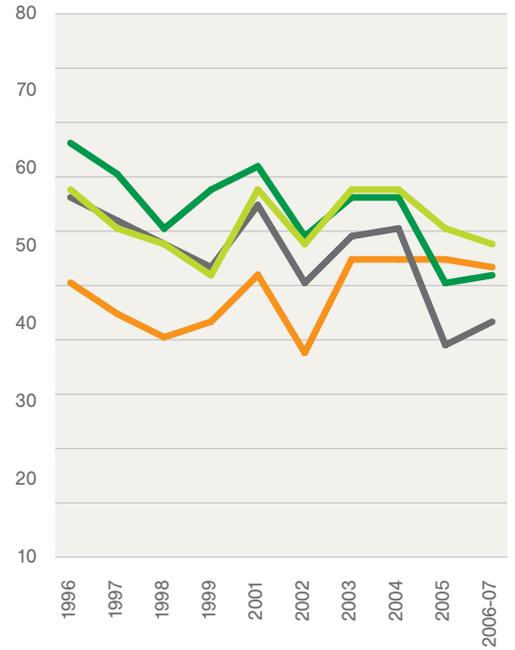
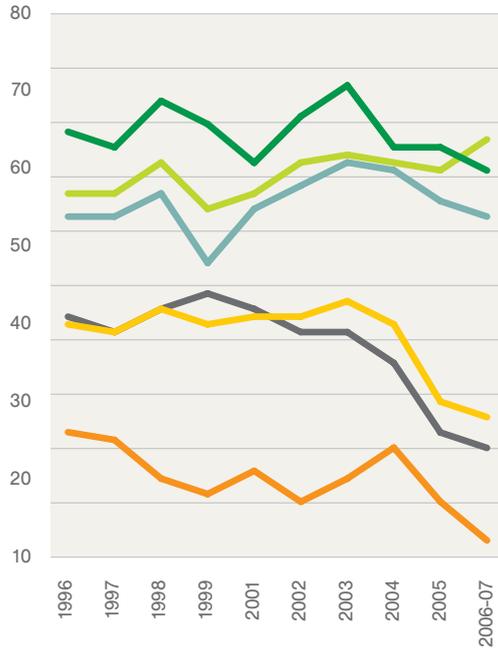


Grafico 2.4

Trend di fiducia nelle istituzioni
(% voti positivi su totale intervistati)

- Giornali
- Reti/Tg RAI
- Reti/Tg Mediaset
- Reti/Tg Tmc-La7

(Fonte: IPSOS P.A.)

Grafico 2.5

Trend di fiducia nelle istituzioni
(% voti positivi su totale intervistati)

- Banche
- Borsa

(Fonte: IPSOS P.A.)

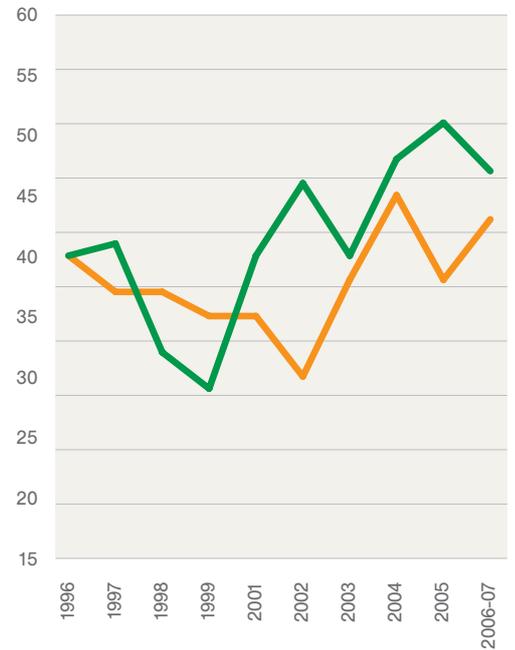
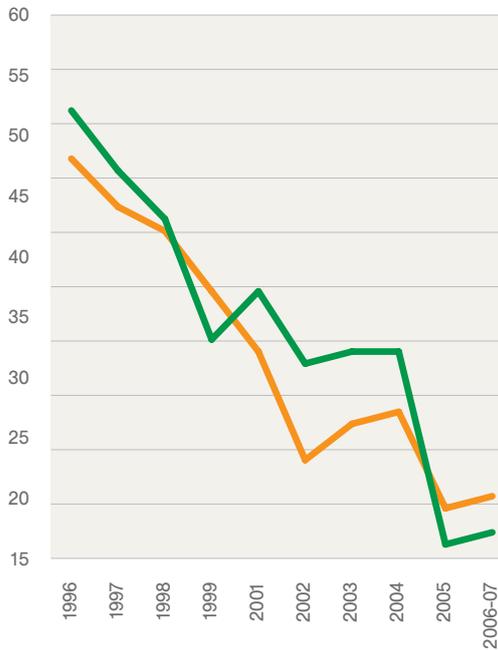


Grafico 2.6

Trend di fiducia nelle istituzioni
(% voti positivi su totale intervistati)

- Sindacati
- Associazioni imprenditori

(Fonte: IPSOS P.A.)

2.1 “Glocal” contro territorio nazionale: confronto tra le istituzioni politiche nazionali e quelle locali o sovra-nazionali

Uno dei temi certamente più rilevanti nel dibattito politico degli ultimi anni è quello relativo alla fiducia che gli italiani accordano ai propri politici “nazionali” ed alla tendenza al decentramento amministrativo e fiscale; nell’ambito della discussione sulla riforma dello stato sociale, molta importanza ha avuto infatti la questione dei diversi livelli amministrativi cui delegare la gestione dei servizi. Il primo gruppo di Istituzioni che quindi abbiamo scelto per la nostra analisi è costituito dagli ambiti legislativi e di governo, a livello locale e nazionale, cui abbiamo affiancato anche l’Unione Europea.

Dall’analisi dei livelli di fiducia, emerge negli anni una distinzione abbastanza netta tra Unione Europea (voti sufficienti compresi tra il 60 e il 70% degli intervistati), Comune e Regione (voti sufficienti intorno al 55-60% degli intervistati), Governo e Parlamento (voti sufficienti inferiori al 30% degli intervistati, e in costante calo).

Come si è sottolineato, la fiducia nell’Unione Europea, da una parte, e nelle Amministrazioni comunali (soprattutto) e regionali, dall’altra, restano nettamente distanziate dalle altre strutture di Governo: questo dato costituisce un’ulteriore conferma dell’importanza della dimensione sovra-nazionale e di quella locale (“glocal”). La fiducia, viceversa, nel Governo e Parlamento mostrano una tendenza nettamente decrescente.

2.2 I Partiti politici, come sempre, fanalino di coda nella fiducia degli italiani

I Partiti politici sono l’organizzazione che, insieme alla Borsa e alle Banche, ottiene i voti di fiducia più bassi da parte degli intervistati: la percentuale di voti sufficienti varia infatti negli ultimi anni tra il 10 e il 20%, mentre il voto medio si aggira attorno al 4-4,1%. La quota complessiva di chi manifesta fiducia nei Partiti appare peraltro in netta decrescita anche in quest’ultima rilevazione, come già nella precedente, dopo la positiva dinamica che li aveva contrassegnati negli anni precedenti, facendo intravedere un possibile mutamento di tendenza. La conferma di un decremento dovrebbe costituire un nuovo importante campanello d’allarme sulla effettiva capacità, da parte dei raggruppamenti politici, di risultare credibili all’interno dei relativi elettorati.

Anche in questo caso, abbiamo effettuato alcune analisi presso differenti sottogruppi di popolazione. Imprenditori, commercianti e artigiani esprimono livelli di fiducia nei Partiti particolarmente bassi, e costantemente al di sotto della media generale della popolazione; sono invece casalinghe, pensionati e, forse sorprendentemente, gli studenti a nutrire un livello di fiducia nei Partiti leggermente sopra la media, che rimane comunque, anche tra questi settori più “favorevoli”, il più basso rispetto a tutte le altre Istituzioni testate.

Il centro-nord (Emilia Romagna, Marche, Toscana, Umbria) si conferma l’unica area del Paese ove i Partiti sembrano avere ancora qualche appeal, mentre in tutte le altre zone, ed in particolare al nord, i Partiti non ottengono mai percentuali di voti sufficienti superiori ai 20 punti. La suddivisione dei giudizi in base all’età mostra tre situazioni distinte: gli ultra 55enni esprimono livelli di fiducia più elevati rispetto alla media, al contrario delle fasce di età centrali (da 25 a 44 anni), mentre i giovanissimi e i 45-54enni non si esprimono in modo costante.

2.3 Gli esempi della classe dirigente

Un aspetto specifico che è stato affrontato nelle ultime edizioni del monitoraggio, accanto ad ulteriori approfondimenti sui temi della scuola e dell'educazione, riguarda il rapporto tra gli italiani e la classe dirigente. Le risultanze sono a dir poco negative: solamente una quota pari al 3% degli intervistati la ritiene "molto" di esempio per il senso civico degli italiani, il 20% la ritiene "abbastanza" di esempio, mentre il restante 77% la ritiene "poco" o "per nulla" di esempio. Ed è inutile ricordare qui come la fiducia nei Partiti e nella classe politica sia in Italia particolarmente poco elevata: mentre soltanto il 12% dei cittadini intervistati formula infatti nei loro confronti un giudizio positivo, ancora meno (poco più dell'8%) ritiene che i Partiti politici siano di stimolo per la crescita del senso civico degli italiani.

Il percorso affrontato in queste prime sei puntate del barometro ha lo scopo di tenere costantemente aggiornato lo stato della situazione nel nostro Paese, con la speranza che mutino sostanzialmente i rapporti di forza oggi esistenti. Si è visto come già nel passaggio 2001-2007 alcuni elementi si siano modificati: riappare significativa l'idea di una maggiore rilevanza della propria appartenenza, della collettività (micro e macro) nella definizione del rapporto tra individuo e società.

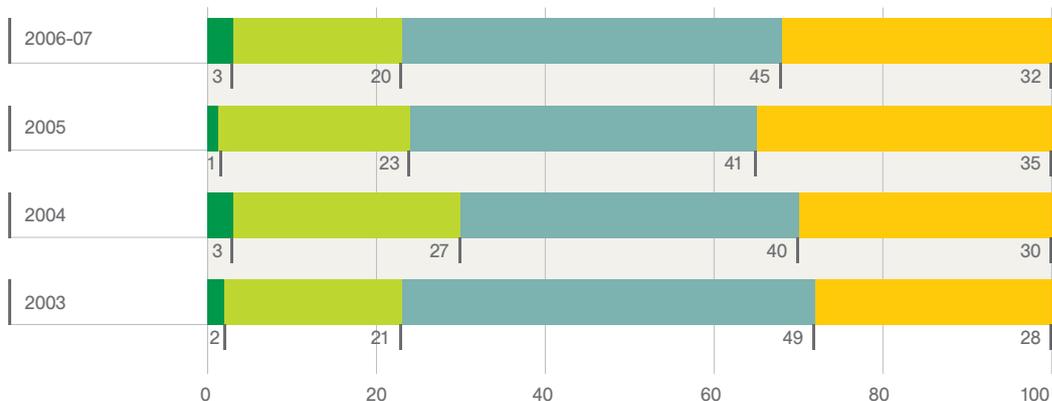
Manca ancora, quasi totalmente, la possibilità di regalare un po' di fiducia alle Istituzioni che ci presidono (il cui indice di apprezzamento cala dallo scorso anno di ulteriori 8 punti, per un totale di quasi 20% in soli tre anni...): ma è probabilmente molto difficile, da questo punto di vista, farne una colpa soltanto ai cittadini. Forse l'esempio dovrebbero venire loro anche dall'alto. Soltanto il Presidente della Repubblica (Ciampi fino alla scorsa rilevazione e oggi Napolitano), e in parte scuola, radio ed alcuni giornali, sembrano rappresentare per gli italiani esempi credibili da indicare per il loro impegno nella diffusione del senso civico.

Ma, come si è più volte detto, questi sono soltanto i primi passi per aiutarci a comprendere a fondo il cammino da percorrere, per cercare di fornire elementi utili a migliorare il rapporto tra i cittadini e la loro storia.

Grafico 2.7
Classe dirigente italiana:
esempio per il senso civico?
(valori in percentuale)

■ Molto
■ Abbastanza
■ Poco
■ Per nulla

(Fonte: IPSOS P.A.)



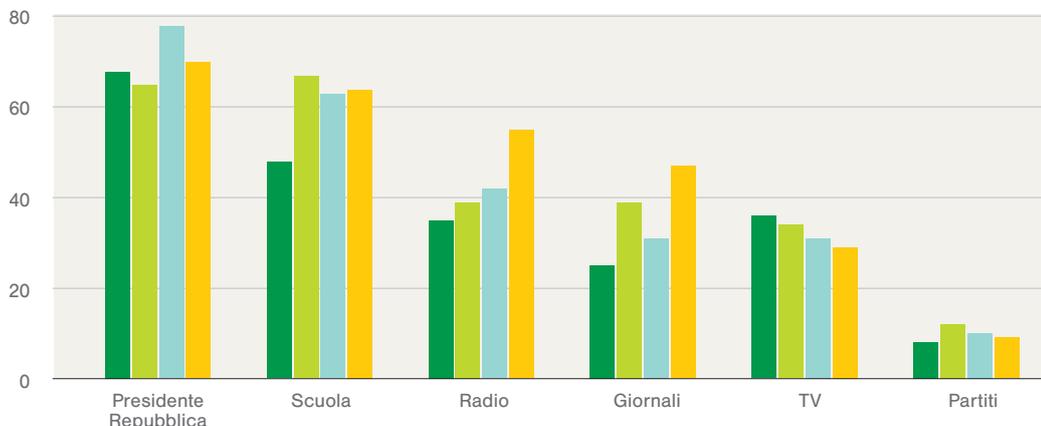


Grafico 2.8
Impegno nella diffusione del senso civico (valori in percentuale)

■ 2003
■ 2004
■ 2005
■ 2006-07

(Fonte: IPSOS P.A.)

2.4 Gli esempi di alcuni “testimonial”

In quest’ultimo appuntamento dell’Osservatorio abbiamo cercato di capire da dove, se le Istituzioni che ci rappresentano hanno così scarso appeal, potessero provenire stimoli ulteriori per il senso civico degli italiani. Si sono pertanto presi in considerazione un ristretto, ma qualificato, numero di personaggi pubblici, per comprendere quanto fossero stimati dai nostri connazionali per diffondere la virtù del civismo nel nostro Paese. È poco più di un gioco, ma in anni in cui i punti di riferimento stanno così rapidamente mutando, cercare altre strade su cui puntare per “educare” un popolo così poco reattivo potrebbe diventare un’idea positiva da perseguire.

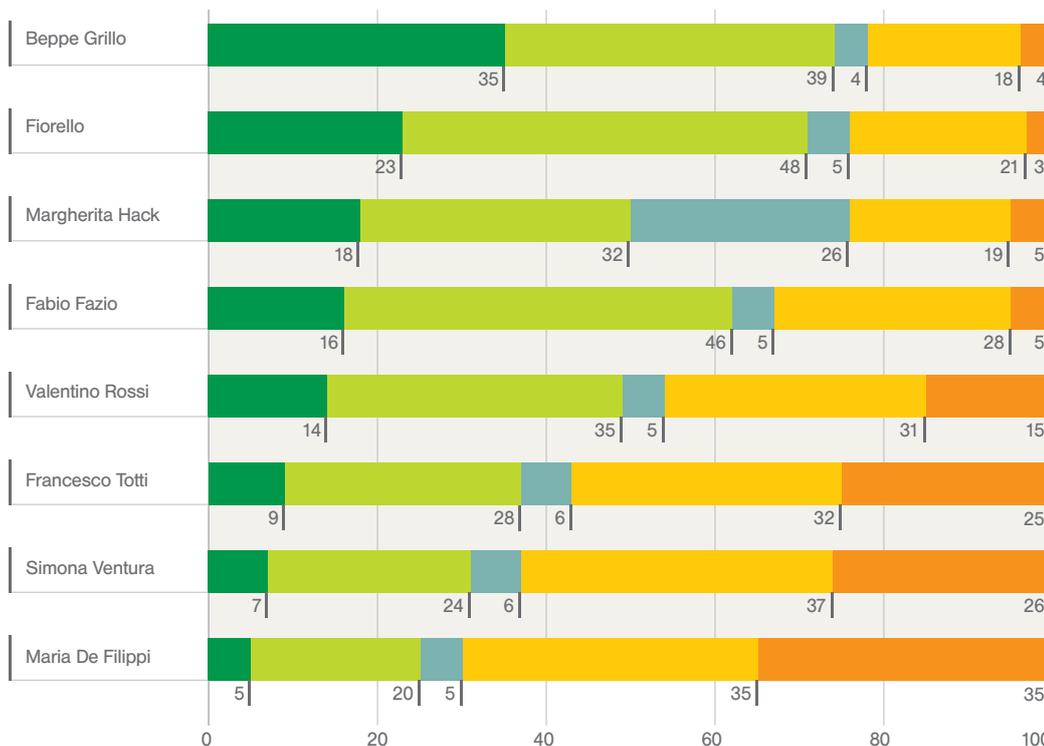


Grafico 2.9
Impegno nella diffusione del senso civico: i “testimonial” (valori in percentuale)

■ Molto
■ Abbastanza
■ Non sa
■ Poco
■ Per nulla

(Fonte: IPSOS P.A.)

Come si può facilmente notare, trionfano in questo piccolo gioco Beppe Grillo e Fiorello, in prima battuta, seguiti da Margherita Hack e Fabio Fazio. In posizione più defilata gli sportivi (Totti e V. Rossi), mentre le “signore della Tv” (Ventura e De Filippi) appaiono gravemente deficitarie nel livello di civismo veicolato.

3. Individualismo e collettività

Come si è precedentemente analizzato, gli italiani non sembrano avere molta fiducia nella collettività e nelle sue Istituzioni, confermando una tradizionale “disaffezione” che ha fondamenti storici e sociali oltre che culturali e che si è probabilmente rinvigorita a partire dagli anni novanta.

Va sottolineato come emergano tre tipi di orientamento molto chiari:

- gli italiani hanno una buona fiducia nelle Istituzioni Statali non politiche e di garanzia (Polizia e Carabinieri, Forze Armate, Scuola e Magistratura);
- nel contempo, confidano molto nelle associazioni autonome ed autogestite, tendenzialmente non profit e del privato sociale (volontariato, ambientalismo, autodifesa e Chiesa);
- hanno infine una scarsa fiducia nelle Istituzioni Politiche ed Amministrative, che rappresentano i loro interessi e che governano il Paese (Partiti, associazioni di categoria, Governo e Parlamento).

Come dire: ci fidiamo solo degli apparati dello Stato super-partes, per il resto confidiamo di più nell’auto-organizzazione diretta della società civile. Ma anche quest’ultima è composta da “altri da sé”: come vivono allora i nostri connazionali il rapporto con l’altro?

3.1 Gli italiani e gli altri italiani

Mentre da poco siamo entrati in contatto con gli altri cittadini europei, quali sono oggi i rapporti degli italiani con gli altri italiani? E qual è la fiducia che i nostri connazionali ripongono nelle Istituzioni che li rappresentano? Nella scorsa rilevazione si evidenziava un miglioramento nella diffidenza degli italiani nei confronti dei propri simili. Oggi, purtroppo, ci accorgiamo che quello era stato soltanto una sorta di “fuoco di paglia”: le cose sono infatti significativamente peggiorate, riportando gli indici sui valori precedenti. Complessivamente, non sembra infatti che i cittadini si fidino molto gli uni degli altri: oltre l’80% della popolazione intervistata pensa che non si sia mai troppo prudenti nel trattare con la gente; il 75% pensa che, se si presentasse l’occasione, gli altri approfitterebbero della loro buona fede.

Più della metà degli italiani ha dunque rapporti difficili con gli altri italiani. I legami di amicizia diventano spesso forme di isolamento e diffidenza verso chi non fa parte della propria ristretta cerchia di riferimento; molti individui non sono nemmeno interessati ad avere rapporti con il prossimo; altri ancora guardano gli estranei con sospetto. Un clima generale di sfiducia, quindi, che si riflette molto bene – come abbiamo visto – anche negli atteggiamenti nei confronti delle Istituzioni di rappresentanza.

Abbiamo calcolato, sulla base di queste risposte, un “indice di fiducia” verso gli altri: nel 2004 esso era giunto al valore record di 46 (su una scala da 0 a 100); l’anno successivo l’indice si era abbassato di 5 punti; in questa occasione ci si attesta su un valore di 39, in costante netto regresso, che ci riporta alla situazione dell’inizio del secolo. Un solo dato, più confortante, appare ribadito e ci può far sperare per il prossimo futuro: il “tasso di fiducia” nel prossimo appare collegato da vicino con l’istruzione, cresce cioè al crescere del livello di scolarizzazione degli intervistati. Dal momento che la scolarità in Italia è in costante aumento, è possibile che negli anni a venire la fiducia negli altri possa tendenzialmente aumentare parallelamente.

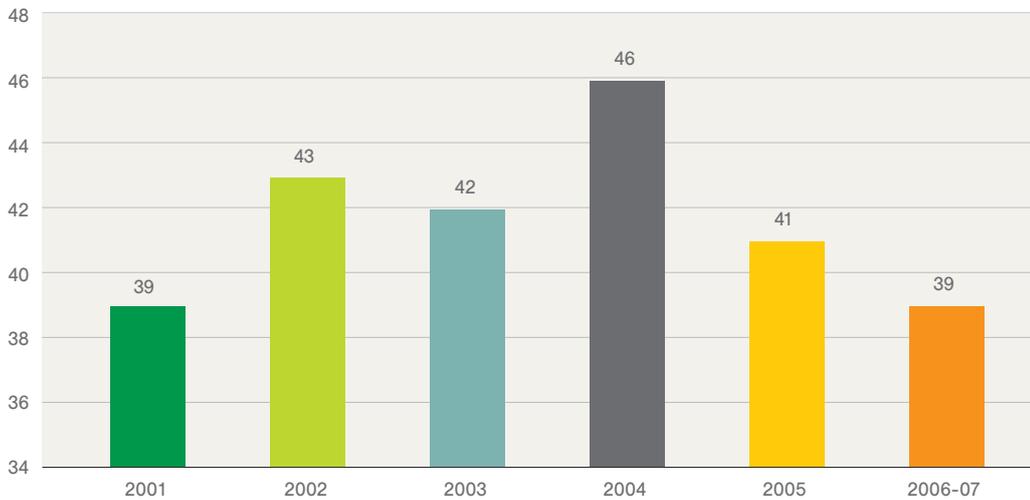


Grafico 3.1
Indice di fiducia verso gli altri
(scala 1-100)

(Fonte: IPSOS P.A.)

Ma questo dato, se confrontato con quello più sopra discusso, appare esso stesso il frutto di un'ambivalenza (o di un'ambiguità) di fondo della popolazione italiana. Se le Istituzioni di rappresentanza non sembrano funzionare, gli intervistati dichiarano semmai di volersi rivolgere a quelle "autogestite" dal basso, che sono peraltro composte da individui di cui - come abbiamo visto - essi stessi nutrono scarsa fiducia. A meno che non siano frequentate da cerchie di amici.

Ne risulta un quadro un po' sconcertante di un'Italia dove, al di là delle figure sociali preposte alla "repressione" o al mantenimento dell'ordine, si ripone fiducia - sia pure limitata - unicamente ai gruppi amicali e alla famiglia allargata. Non per nulla, come abbiamo visto, è la famiglia il valore nettamente preponderante per la quasi totalità degli italiani. La vita quotidiana dell'italiano medio scorre ben riparata entro le mura di casa, nella cerchia ristretta degli affetti considerati sicuri.

E gli altri, i "nuovi" soggetti che entrano nel nostro Paese? Vengono in generale vissuti, come è ormai noto, quali mine vaganti. In grado cioè di sconvolgere un equilibrio che si sta(va) lentamente assestando, negli ultimi decenni.

L'opinione più condivisa, all'interno di un trend che si era stabilizzato dal 2002 allo scorso anno e che oggi riprende a risalire in maniera preoccupante (+10%), appare andare in direzione della *loro* capacità di adeguarsi ad un nuovo stile di vita, quello della società che li ospita: è di questo parere il 76% degli intervistati (era il 66% lo scorso anno); è viceversa la nostra società che deve adeguarsi alle nuove culture soltanto per il 24% (contro il 34% della precedente rilevazione). Il modello che si profila coinciderebbe quindi con la visione di una società dove le culture coesistono ma non si integrano: gli immigrati devono da una parte accettare le nuove regole sociali, dall'altra dimenticare da subito l'idea di una possibile società multi-etnica.

Grafico 3.2
Atteggiamento verso differenze

È inevitabile che una società
si adegui ai mutamenti

(Fonte: IPSOS P.A.)

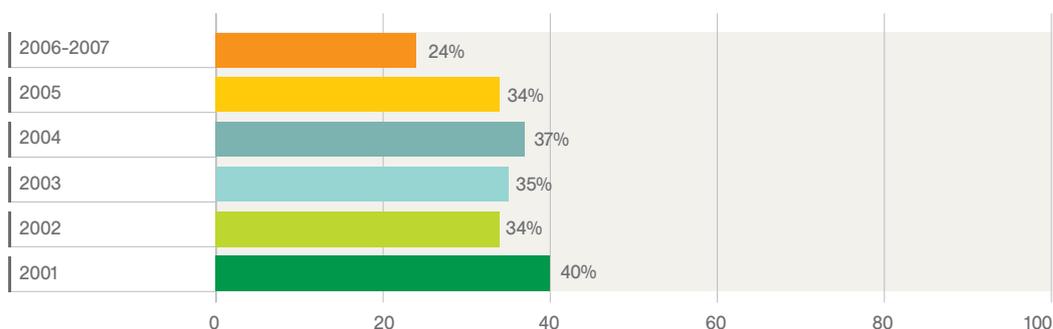
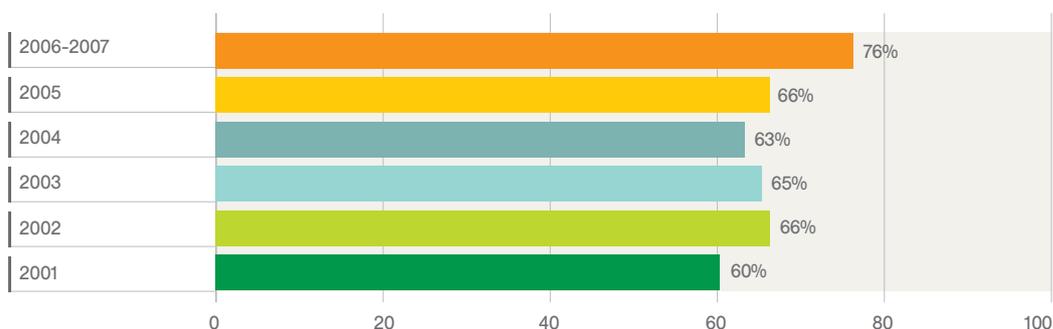


Grafico 3.3
Atteggiamento verso differenze

Sono i nuovi venuti
che si devono adeguare

(Fonte: IPSOS P.A.)



3.2 Gli italiani e la qualità della vita

Uno dei temi certamente ricorrenti sia nell'analisi economica e sociale sia nel linguaggio comune è quello che riguarda la qualità della vita. Da cosa dipende? Quali sono gli aspetti che gli italiani tengono in considerazione per valutare se la propria vita è soddisfacente o meno?

Se chiediamo agli italiani da che cosa dipende la qualità della vita di una persona, scopriamo che nelle risposte la componente relazionale e affettiva prevale rispetto alle dimensioni socio-ambientali ed economiche, sebbene queste non risultino certo sottovalutate.

Anche riflettendo sulla qualità della vita personale, gli italiani si dichiarano più soddisfatti degli aspetti familiari e privati che non di quelli di carattere pubblico o di organizzazione della vita collettiva (dalla predisposizione dei parcheggi alla lotta contro la criminalità, dal costo della vita all'inquinamento, etc.).

Insomma, le persone tendono a giudicare piuttosto benevolmente tutto quanto afferisce all'ambito personale mentre si dimostrano più critici nei confronti del sistema. Come si spiega questo risultato?

Due sono le principali motivazioni: da un lato è possibile che la sfera familiare sia quella effettivamente in grado di garantire maggiore soddisfazione e sicurezza al singolo, ma, dall'altro, va anche riconosciuto che gli individui, semplicemente per una questione psicologica, di autostima, tendono spesso ad essere molto meno critici nei confronti della propria condotta di vita e dei risultati conseguiti che non nei riguardi degli aspetti per i quali è riscontrabile una responsabilità pubblica o collettiva.

È comunque proprio una valutazione positiva per le componenti private del benessere che consente ai soggetti di dichiararsi nel complesso soddisfatti della qualità della loro vita.

Il livello generale di soddisfazione soggettiva riscontrato in questi e altri Barometri Sociali è infatti molto o abbastanza buono in oltre l'80% degli intervistati. Questa sostanziale uniformità nel livello di soddisfazione induce a pensare, in definitiva, che la concezione prevalente del benessere venga individuata dagli italiani soprattutto nella realizzazione affettiva e relazionale dell'individuo, piuttosto che da quella economica.

3.3 Gli italiani e la collettività

Vediamo quale sia il rapporto dei cittadini con la sfera pubblica e la collettività. L'attenzione prevalente rivolta agli aspetti personali, affettivi od economici, non comporta infatti necessariamente la limitazione del senso di responsabilità da parte dei cittadini nei confronti della comunità di appartenenza. Ne è testimonianza, ad esempio, l'auspicio da parte degli intervistati di vedere migliorata la qualità del trasporto pubblico, piuttosto che desiderare nuove possibilità di posteggio dell'automobile.

Se è dunque vero che i cittadini tendono a privilegiare e a salvaguardare le condizioni private di vita, è altrettanto evidente che si è andata nel tempo diffondendo una specifica cultura della qualità della vita che vede i soggetti disposti a sacrifici finalizzati al bene pubblico e, solo indirettamente, a quello personale. Tale opzione deriva dalla constatazione che molti aspetti negativi che caratterizzano le società urbane contemporanee stiano già profondamente condizionando i livelli di salute e vivibilità dei singoli individui.

I cosiddetti limiti sociali dello sviluppo e i rischi ad esso connessi sono ormai sotto gli occhi di tutti e i cambiamenti di alcune abitudini risultano pertanto improrogabili. Non a caso gli individui interpellati si dichiarano particolarmente insoddisfatti degli aspetti ambientali della loro città.

Se proviamo a valutare nel complesso i risultati emersi, sembra possibile identificare un profilo di base degli italiani in tema di qualità della vita. Tale profilo vede fondersi alcuni valori tradizionali della nostra cultura con altri orientamenti di carattere più inedito. Da un lato viene infatti ribadita la centralità della famiglia e delle relazioni nel garantire un sistema di identità, solidarietà, sicurezza che indubitabilmente incide sul benessere degli individui; dall'altro si vanno però sempre più prospettando necessità e soluzioni di vita che comportano tanto una maggiore propensione alla mobilità territoriale, dunque la possibile messa in crisi dei modelli familistico-stanziali, quanto una partecipazione civica dei soggetti che comporta un ridimensionamento delle libertà individuali.

La qualità della vita significa allora trovare all'interno della rete familiare e amicale le risorse necessarie per aprirsi all'esterno. La famiglia rimane il luogo privilegiato dove si impostano le strategie di interazione e negoziazione che vanno necessariamente adottate nei confronti del mondo. Questo accade nella consapevolezza che, se pur risulta difficile confidare nelle politiche pubbliche come possibile strada per la soluzione ai problemi, anche un completo rifugio nel privato diventa a lungo termine fonte di disagio ed esclusione.

3.4 Gli italiani e la raccolta differenziata

Uno degli aspetti che sono stati affrontati in tutte le edizioni del monitoraggio è stato quello relativo al rapporto tra gli italiani e la raccolta differenziata, utilizzato come "indicatore" specifico della pratica della virtù civica. Come si può facilmente comprendere, è questa una tematica particolarmente rilevante all'interno dell'osservatorio, proprio perché il comportamento relativo alla raccolta differenziata può essere assunto come un deciso indicatore di civiness, essendo condizionato unicamente dalla volontà dei cittadini di migliorare le condizioni della collettività senza avere (apparentemente) nulla in cambio dal punto di vista individuale.

I dati relativi a questo aspetto indicano di un trend generalmente positivo, sebbene in lieve regresso in quest'ultima edizione. In particolare nei 5 anni di rilevazione l'indice di raccolta differenziata (su una scala da 0 a 100) cresce di 6 punti (da 46 a 52), il che significa che gli italiani praticano in media la raccolta di oltre il 50% dei possibili prodotti "differenziati". Nello specifico, appaiono in deciso progresso le raccolte di carta, plastica e lattine, ma soprattutto dei cosiddetti "rifiuti umidi", che scontano peraltro una bassa diffusione sul territorio nazionale. Un leggero regresso nella tendenza positiva concernono invece pile e farmaci.

Tabella 3.1

Rapporto tra gli italiani e le raccolte differenziate

(Fonte: IPSOS P.A.)

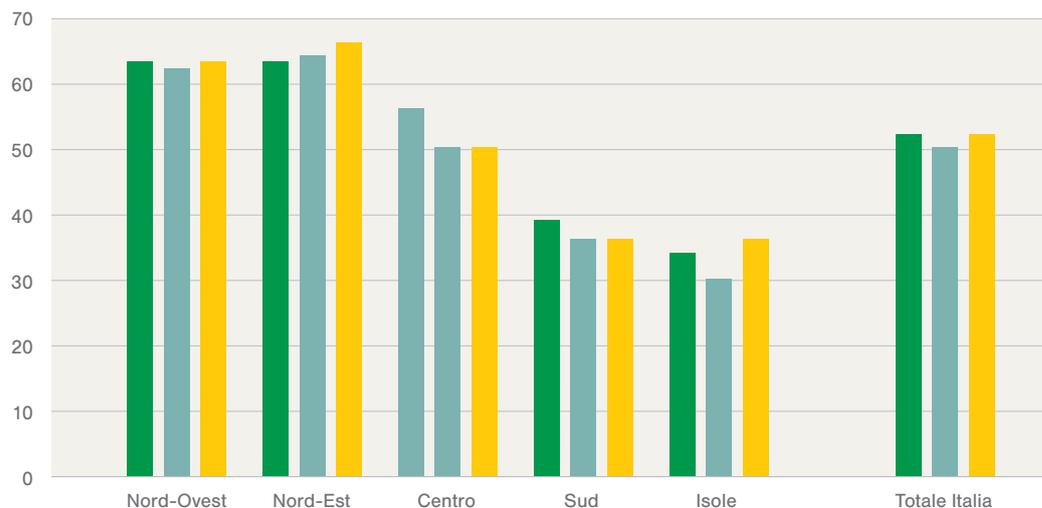
| Fa la raccolta differenziata di... | 2002 | 2004 | 2006-07 | Differenza |
|------------------------------------|--------|--------|---------|------------|
| Vetro | 65% | 72% | 69% | + 4 |
| Carta | 56% | 62% | 64% | + 8 |
| Plastica | 56% | 64% | 66% | + 10 |
| Lattine | 40% | 44% | 49% | + 9 |
| Farmaci | 39% | 42% | 39% | = |
| Pile | 38% | 41% | 34% | - 4 |
| Rifiuti umidi | 27% | 34% | 45% | + 18 |
| Nessuna | 16% | 13% | 12% | - 4 |
| Indice di raccolta differenziata | 46/100 | 51/100 | 52/100 | + 6 |

Di particolare rilievo il deciso scollamento in questa pratica tra le diverse zone del nostro Paese: come si nota nel centro sud e nelle isole l'indice generale di raccolta differenziata registra i suoi valori più bassi. Vuoi per la mancanza del servizio, vuoi per l'incuria dei cittadini, è questo un dato su cui riflettere e da migliorare decisamente nel futuro immediato.

Grafico 3.4

Indice di raccolta differenziata analisi per aree Nielsen (valori in percentuale)

(Fonte: IPSOS P.A.)



Un ultimo dato peculiare è la coscienza da parte degli intervistati che la limitazione della raccolta differenziata in Italia sia da addebitare, accanto alla cosciente autocritica della mancanza di impegno da parte dei cittadini, alla mancata organizzazione: un segnale, quest'ultimo, che indica come la presenza di un sentimento ormai generalizzato di riguardo verso questa forma di civismo sia ormai ben radicato nella società. Sono dunque i cittadini stessi che chiedono una più costante presenza delle Istituzioni locali preposte alla sua organizzazione, in particolare nelle aree meridionali del Paese.

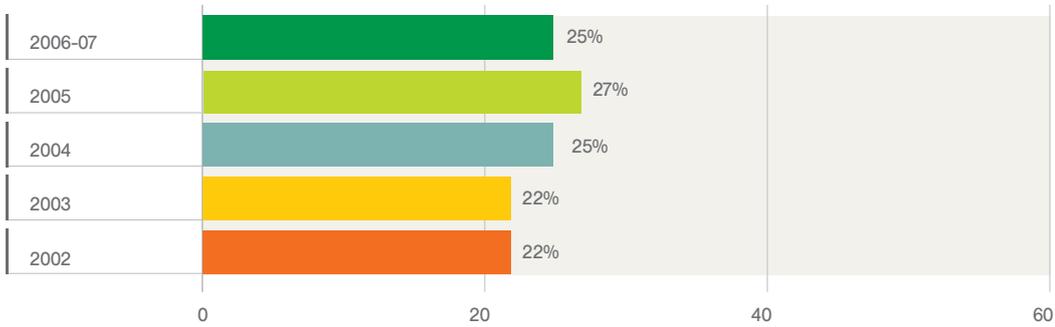


Grafico 3.5
Perché la raccolta differenziata è ancora poco diffusa?

Non si smaltiscono correttamente i rifiuti

(Fonte: IPSOS P.A.)

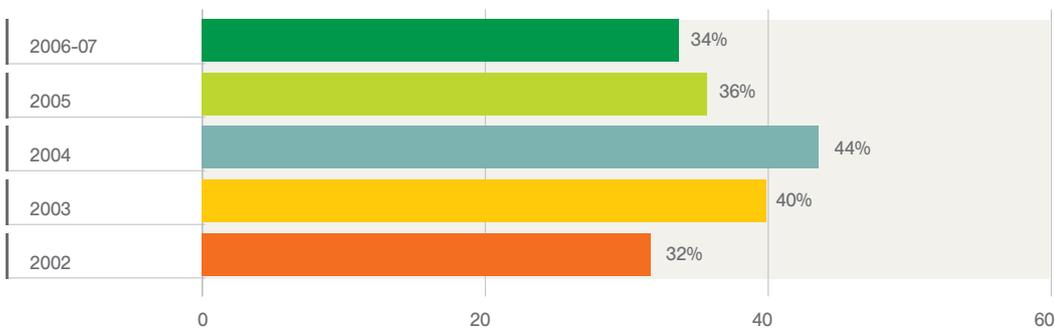


Grafico 3.6
Perché la raccolta differenziata è ancora poco diffusa?

Non la si organizza bene

(Fonte: IPSOS P.A.)

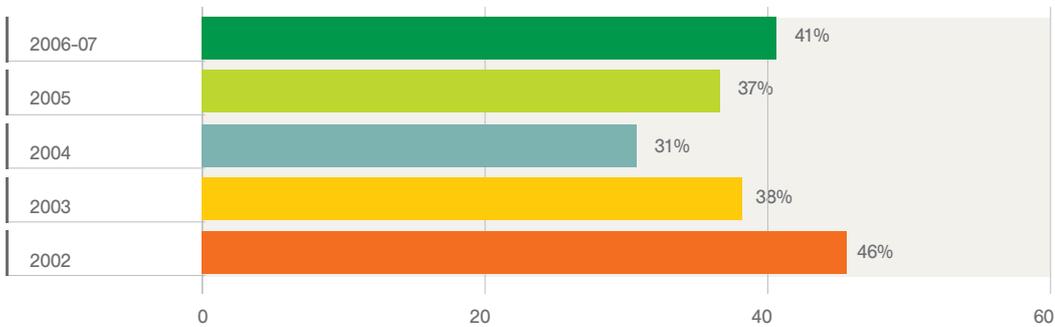


Grafico 3.7
Perché la raccolta differenziata è ancora poco diffusa?

I cittadini non si impegnano abbastanza

(Fonte: IPSOS P.A.)

4. Le componenti della civiness: una tipologia degli italiani

La civiness è un concetto che si struttura lungo dimensioni diverse, che rispondono a differenti ambiti problematici. Tre di questi attengono di fatto a livelli attitudinali, l'ultimo al livello comportamentale:

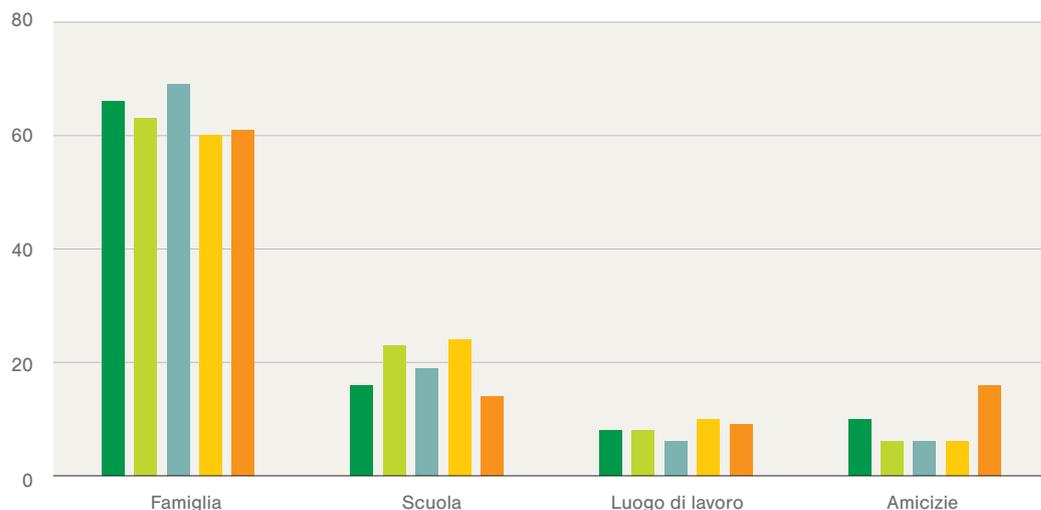
- ambito valoriale (quali sono i valori che connotano un atteggiamento di civiness?);
- ambito fiduciario (che rapporto esiste tra i valori tipici del civismo e il grado di fiducia nelle istituzioni, nella Chiesa, negli altri, nella famiglia, ecc.);
- ambito identitario (quali sono i sentimenti di appartenenza che caratterizzano e/o che prevalgono in una "cultura civica"?);
- ambito comportamentale (quali sono i comportamenti individuali e collettivi che denotano la civiness rispetto ad altri modelli valoriali, sociali, culturali?).

Sul piano degli atteggiamenti morali, l'impostazione di alcuni autori individua tre tipologie in base alla rilevanza attribuita a diversi gruppi di valori: civiness (importanza di valori legati al pagamento delle tasse, alla pulizia delle strade, al non mentire nel proprio interesse), relativismo morale (atteggiamenti nei confronti del divorzio, aborto, suicidio) e anticonformismo (atteggiamenti nei confronti dell'utilizzo di droghe, del rispetto delle autorità).

Grafico 4.1
Confronto tra le rilevazioni dal 2001 al 2007 (valori in percentuale)



(Fonte: IPSOS P.A.)



Sul piano dei comportamenti, si individuano in prima battuta tre grandi gruppi connotati da differenti motivazioni e modalità di attuazione:

- comportamenti prettamente "civic", con modalità non associative o comunque non formalizzate, finalizzati alla "protezione" della collettività, senza immediati vantaggi individuali, né sul piano pratico né su quello identitario;
- comportamenti motivati da esigenze di tipo identitario, che, al di là del "bene" che possono procurare a terzi, sono fundamentalmente legati ad un bisogno di auto-legittimazione, auto-giustificazione, auto-stima (volontariato, versamento di fondi per scopi umanitari e scientifici, ecc.);
- comportamenti di autodifesa, finalizzati all'ottenimento di specifici vantaggi individuali ben identificati, anche di tipo materiale (partecipazione ai comitati di quartiere, movimenti dei consumatori, ecc.; i "classici" movimenti egoistici).
- Le analisi "tradizionali" che adottano il modello esplicativo della "cultura civica" han-

no stabilito alcuni nessi che sono divenuti parte dello stesso “senso comune”: ai valori tipici della *civicness* sarebbe associata una minore fiducia nella famiglia e una maggiore fiducia nelle Istituzioni, una più elevata identificazione nazionale a scapito di una localistica, ecc.

Lavori quali quelli già citato di Sciolla e Negri suggeriscono che, soprattutto se ci riferiamo all'Italia, tali modelli esplicativi rischiano di essere limitati se non fuorvianti e sottolineano invece la necessità di una approfondita verifica di queste ipotesi.

Ciò risulta particolarmente rilevante quando allo scopo prettamente scientifico-conoscitivo dell'indagine si affianchi l'intento di intervenire attivamente su questi temi, agendo sullo spirito civico della popolazione come fattore di partecipazione e responsabilizzazione nella vita collettiva.

È bene anticipare fin da subito la caratterizzazione degli stimoli al senso civico, paradigmaticamente quasi totalmente demandati all'ambito familiare: una percentuale stabilmente superiore al 60% degli italiani trova infatti nella famiglia la migliore “articolazione” della trasmissione della virtù civica, mentre si presenta in caduta libera la scuola (10% dall'ultima rilevazione), stabile il luogo di lavoro e in crescita la sfera delle amicizie (+10%). Come dire: il senso civico viene dettato ad uso e consumo della socializzazione primaria (famiglia) e secondaria (i pari). Se l'apprendimento avviene in questo modo, tendenzialmente relativo all'ambito amicale e familiare, esistono scarsi margini di “apprendimento” esterno da parte degli italiani. Si costruisce attorno ad una trasmissione già definita a priori, senza alcuna possibilità di confronto con i valori oggettivi e collettivi veicolati da organizzazioni o da strutture di possibile antitesi.

Già da queste prime considerazioni, è possibile arguire quali saranno gli elementi della “*civicness*” maggiormente ritenuti vincenti.

4.1 Tre modalità interpretative della “*civicness*”

In seguito all'individuazione delle diverse componenti sui due piani comportamentale e di atteggiamento, è stata qui effettuata un'analisi per delinearne i rapporti reciproci, al fine di verificare o al contrario smentire le conoscenze sinora acquisite ed evidenziare quali siano le caratteristiche peculiari della cultura e del comportamento civico.

Un ulteriore passaggio dell'analisi è consistita nel verificare il grado di omogeneità dei risultati in base alle principali variabili socio-economiche e geografiche, per evidenziare eventuali differenze nei modelli valoriali e comportamentali presso differenti sotto gruppi della popolazione.

L'indagine (sia nella fase esplorativa effettuata il primo anno che in quelle più approfondite) aveva come scopo anche quello di individuare alcuni *items* rilevanti per analizzare le componenti del senso civico o *civicness*. A questo fine sono state poste tre batterie di domande, i cui risultati sono qui di seguito esposti

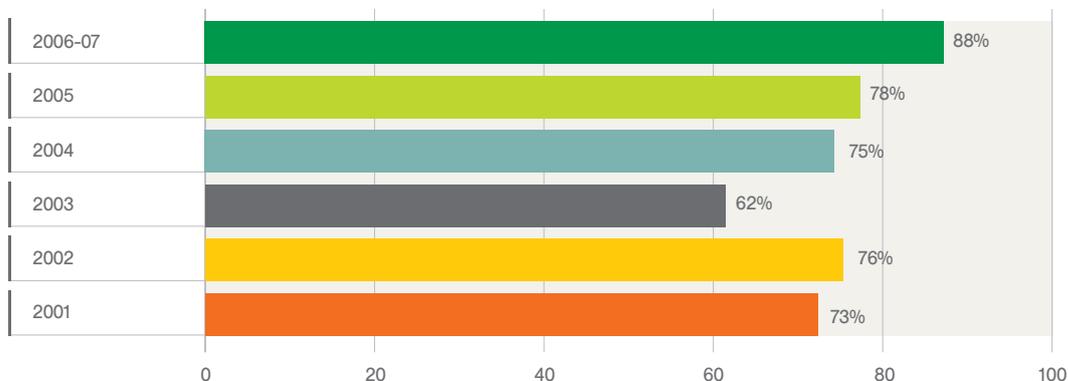
La prima batteria, di carattere molto generale, era finalizzata ad individuare le principali matrici o ambiti “motivazionali” da cui nasce il senso civico di una persona; le componenti analizzate sono state quelle dei valori, della fiducia, dell'appartenenza territoriale, seguendo l'impostazione dianzi illustrata.

Grafico 4.2

Peso delle dimensioni del senso civico

Valori individualistici

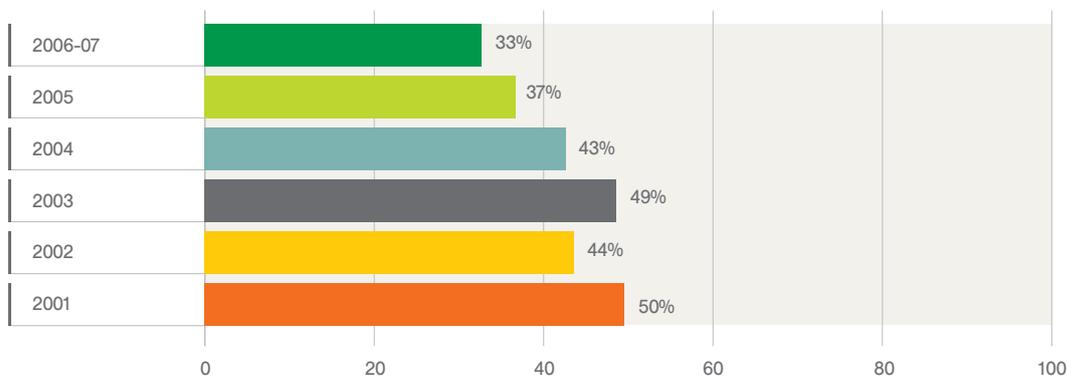
(Fonte: IPSOS P.A.)

**Grafico 4.3**

Peso delle dimensioni del senso civico

Appartenenza territoriale

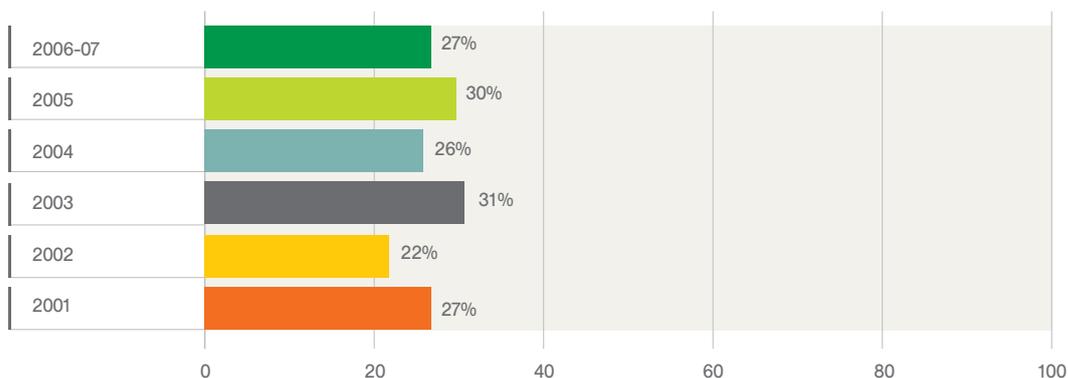
(Fonte: IPSOS P.A.)

**Grafico 4.4**

Peso delle dimensioni del senso civico

Fiducia nelle istituzioni

(Fonte: IPSOS P.A.)



Come è facilmente osservabile, l'interpretazione e l'accezione grandemente prevalente della "civiness", in tutte le rilevazioni, risulta quella legata alle componenti valoriali di tipo individuale, che attengono alla sfera del privato e non a quello della collettività. Viceversa, le due componenti maggiormente legate all'appartenenza territoriale e alla collettività risultano nettamente minoritarie.

Ma è nel confronto tra le diverse indagini (dal 2001 al 2004, indi il 2005, con l'inversione di tendenza dell'ultima rilevazione) che appare chiaro un significativo trend, mestamente chiuso nel corso del 2005 e oggi in significativa ripresa. L'ambito collettivo, sia pur altalenante negli ultimi anni, appare guadagnare punti nel 2006-07 nelle risposte degli italiani, in particolare grazie al sentimento di appartenenza: un piccolo segnale della possibilità di uscire dalla profonda crisi delle istituzioni da parte dei cittadini.

Ciò che consola un poco è l'inversione del trend del rapporto nelle scelte tra ambito valoriale e identitario, che avevano subito negli anni precedenti profonde modifiche: fino al 2004, l'idea che il senso civico avesse maggiormente a che fare con il sentimento di appartenenza ne risultava nettamente rinforzata (+16%), mentre diminuiva altrettanto nettamente (- 26%) l'area di valori "individuali" e privati. Emergeva allora un primo vagito di consapevolezza, da parte degli italiani, che fosse la collettività (il pubblico) ciò che maggiormente conta nel delineare la civiness di un popolo, non (solo) l'individualità (il privato).

Nel 2005 il dato "ripiombava" nei meandri più bui dell'individualismo, mentre in questa rilevazione sembra di essere di nuovo tornati alla ripresa manifestata nel primo periodo, con un lieve decremento dei valori individualistici ed un relativo incremento di quelli collettivi, prima di tutto quelli legati all'appartenenza territoriale. Nuovi piccoli confortanti segnali, dunque.

4.2 I tipi italiani: una cluster sulle modalità della civiness

A conclusione della lunga analisi che qui è stata esposta, si è tentato di formulare una tipologia che cerca di sintetizzare quanto siano diffusi nella globalità della popolazione italiana i modelli interpretativi della civiness.

L'idea guida da cui eravamo partiti evidenziava come non fosse sufficiente la presenza di un forte spirito civico individualista per garantire un rapporto maturo tra cittadini e sistema sociale: la civiness, da virtù privata, dovrebbe per questo poter essere interpretata come il prodotto più alto del senso di appartenenza nazionale e, ancor più, come identificazione nelle istituzioni collettive di riferimento.

Già negli scorsi anni era stata creata una tipologia degli italiani sulla base delle risposte fornite alla domanda più sopra riportata. La tipologia è composta dai seguenti 5 tipi:

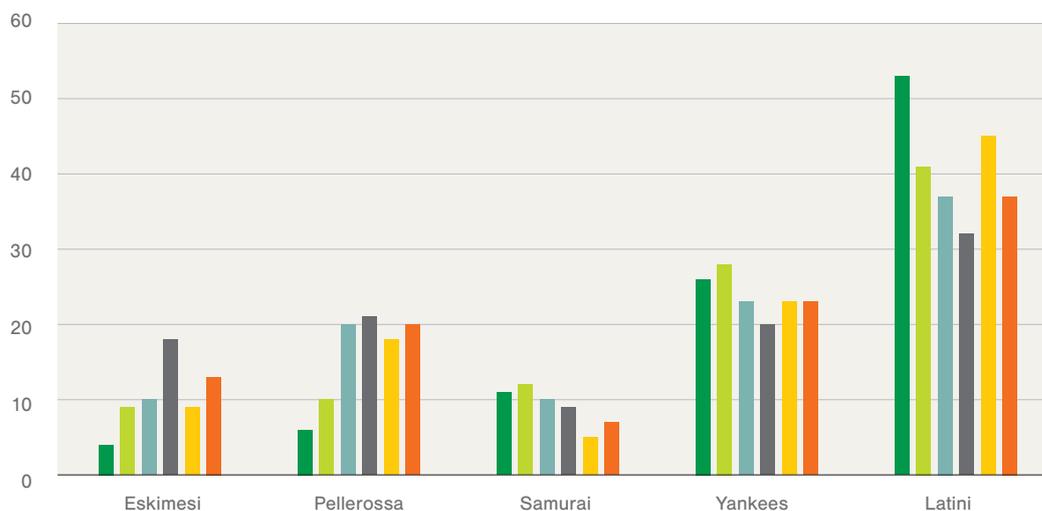
- i Latini: sono coloro che pensano al civismo con afflato soprattutto individualista, e in sottordine in termini di appartenenza territoriale;
- gli Yankees: sono coloro che pensano al civismo con afflato soprattutto individualista, e in sottordine in termini di fiducia nelle istituzioni;
- i Samurai: sono coloro che privilegiano le istituzioni, e in sottordine i valori individuali;
- i Pellerossa: sono coloro che privilegiano l'appartenenza territoriale, e in sottordine i valori individuali;
- gli Eskimesi: sono coloro che NON includono nel senso civico i valori individuali, ma soltanto quelli collettivi.

Questa è infine la tipologia degli italiani, confrontata con le precedenti rilevazioni del 2001, 2002, 2003, 2004 e 2005. Come si nota, la scarsa fiducia degli italiani (oggi come spesso nella nostra storia) nel Paese e nelle sue principali istituzioni nazionali "obbliga" la maggior parte dei cittadini a pensare alla cultura civica come ad un "dover essere" di tipo morale, quando non moralistico. Questa coscienza diffusa viene sorretta da afflato individualistico-familista, i quali cessano di venir richiamati nel momento in cui la contrapposizione tra reti parentali e reti collettive obbliga ad una scelta "economica" di tipo privato anziché pubblico.

Grafico 4.5
Trend tipologia "civiness"
(valori in percentuale)

■ 2002
■ 2003
■ 2004
■ 2005
■ 2006-07

(Fonte: IPSOS P.A.)



Ma il confronto fra le quattro rilevazioni fino al 2004, con il netto "peggioramento" del 2005, ci induceva lo scorso anno a credere di essere ritornati indietro. I risultati del primo monitoraggio sulla civiness in Italia ci parlavano di un'accezione della cultura civica come derivato quasi esclusivo dell'individualismo (poco meno dell'80% metteva infatti al primo posto i valori morali individuali: "latini"+"yankees"); nella seconda rilevazione i 2 gruppi diminuiscono la loro presenza di 10 punti (69%); nella terza la riduzione è di ulteriori 9 punti (60%). In quella del 2004 decrescevano di altri 8 punti (53%). Nel 2005, si ritorna come detto al livello del 2002 (69%). Nella rilevazione attuale l'individualismo torna per fortuna a decrescere, attestandosi sui 60 punti percentuali, al livello comunque elevato del 2003. Come si vede nella tipologia conclusiva, nel 2001 soltanto poco più del 3% della popolazione indicava l'aspetto individualistico della civiness come il meno importante; tra il 2002 e il 2003 questa percentuale è cresciuta di ben 7 punti (fino al 10%); nel 2004 di altri 8 punti (18% per gli "eskimesi"); nel 2005 si era tornati al livello iniziale. Oggi, il leggero incremento di questa modalità di scelta appare di nuovo confortante.

Un ulteriore aspetto per certi versi "tranquillizzante" dell'indagine del 2006-07 è il mantenimento della componente legata al senso di appartenenza territoriale (i "pellerossa" avevano triplicato la loro presenza dal 2001 al 2005 ed il dato appare confermato anche in questa occasione), testimoniata anche da altri indicatori presenti nel questionario. Come si è visto precedentemente, il senso di sfiducia nella nostra classe dirigente e nel loro senso civico porta elementi a favore della interazione orizzontale e dell'attaccamento territoriale.

Tabella 4.1
Andamento 2001 - 2007
del Barometro del "senso civico"

(Fonte: IPSOS P.A.)

| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006-07 |
|--|------|------|------|------|------|---------|
| 1 Latini individualisti (+ appart. territoriale) | 53 | 41 | 37 | 32 | 45 | 37 |
| 2 Yankees individualisti (+ fiducia istituzioni) | 26 | 28 | 23 | 20 | 23 | 23 |
| 3 Samurai fiducia istituzioni (+ individualismo) | 11 | 12 | 10 | 9 | 5 | 7 |
| 4 Pellerossa appart. territoriale (+ individualismo) | 6 | 10 | 20 | 21 | 18 | 20 |
| 5 Eskimesi non individualisti | 4 | 9 | 10 | 18 | 9 | 13 |
| Totale | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006-07 |
| Barometro del "senso civico" | 21 | 31 | 40 | 48 | 32 | 40 |

Il “barometro” del senso civico, costruito proprio sulla base dei legami “non individualisti”, ci conferma in definitiva la ripresa dell’orologio della civiness. Prima della grande crisi del 2005, l’accezione degli italiani era decisamente mutata in direzione della prevalenza di temi collettivi fino al 2004, con un incremento significativo di ben 27 punti (passando dal valore dell’indice pari a 21, nel 2001, a quello di 48, nel 2004). Oggi, il sentimento della collettività torna a sorridere, con un indice pari a 40.

Il percorso che abbiamo affrontato in queste prime sei puntate del Barometro ha lo scopo di tenere costantemente aggiornato lo stato della situazione nel nostro Paese, con la speranza che mutino sostanzialmente i rapporti di forza oggi esistenti. Si è visto come già nel passaggio 2001-2004 alcuni importanti elementi si erano modificati: riappariva significativa l’idea di una maggiore rilevanza della collettività (micro e macro, come si è argomentato) nella definizione del rapporto tra individuo e società.

Il brusco ritorno al passato della scorsa rilevazione non era certo un segnale positivo per il nostro Paese. Oggi i segnali di ripresa, pur con tutte le contraddizioni che abbiamo sottolineato, paiono confortanti. Se il sentimento di appartenenza territoriale non ha subito un arretramento realmente significativo, ciò che manca ancora, e quasi totalmente, è la possibilità di regalare un po’ di fiducia alle Istituzioni che ci presiedono: ma è probabilmente molto difficile, da questo punto di vista, farne una colpa soltanto agli italiani. Forse dovrebbero essere altri a dare loro il buon esempio, oltre ai due ultimi Presidenti della Repubblica, Ciampi e Napolitano.

Ma, come si è più volte detto, questi sono soltanto i primi passi per aiutarci a comprendere a fondo il cammino da percorrere, per cercare di fornire elementi utili a migliorare il rapporto tra i cittadini e la loro storia.

Design
A+G AchilliGhizzardiAssociati

Finito di stampare
nel mese di settembre 2007
da Graphic World S.r.l.
Meizo (MI)

Stampato su carta riciclata





Comieco

Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo
degli Imballaggi a base Cellulosica

www.comieco.org

Sede di Milano

V. Pompeo Litta, 5
20122 Milano
T. 02 55024.1
F. 02 54050240

Uffici di Roma

V. Tomacelli, 132
00186 Roma
T. 06 681030.1
F. 06 68392021

Ufficio Sud

c/o Ellegi Service S.r.l.
V. Delle Fratte, 5
84080 Pellezzano (SA)
T. 089 566836
F. 089 568240