

XLI Osservatorio sul
Capitale Sociale degli Italiani

*LE PAROLE PER
RISCRIVERE IL PAESE*

Rapporto giugno 2014



NOTA INFORMATIVA

L'Osservatorio sul Capitale Sociale è realizzato da Demos & Pi in collaborazione con Coop (Ass. Naz.le cooperative di consumatori). Il sondaggio è stato condotto da Demetra attraverso due rilevazioni demoscopiche, una con il metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) e l'altra con il metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) entrambe nel periodo 26-28 Maggio 2014.

1) Il campione CATI è tratto dall'elenco di abbonati alla telefonia fissa (N=823, rifiuti/sostituzioni:6.423) ed è rappresentativo della popolazione italiana con 15 anni e oltre per genere, età, titolo di studio e zona geopolitica di residenza. Dati ponderati in base al titolo di studio: margine di errore 3.4 %.

2) Il campione CAWI, di età compresa tra i 18 e i 64 anni, è appartenente al panel www.opinione.net, ed è stato selezionato rispettando le quote della popolazione per le variabili genere, età e zona geopolitica di residenza. (N=632, inviti 1.427).

Con i due campioni si è formata una base dati complessiva (N=1455) ponderata per le variabili socio-demografiche.

L'indagine è stata diretta, in tutte le sue fasi, da Ilvo Diamanti. Luigi Ceccarini, Martina Di Pierdomenico e Ludovico Gardani hanno curato la parte metodologica, organizzativa e l'analisi dei dati.

Documento completo su www.agcom.it

AMBIENTE, GIOVANI, UGUAGLIANZA LE PAROLE PER RISCRIVERE IL PAESE

di Ilvo Diamanti

Abbiamo tentato di tracciare una mappa delle parole utili a "riscrivere il Paese". Per echeggiare il titolo della Repubblica delle Idee, che si apre oggi a Napoli. Parole estratte dai discorsi pubblici e dai dialoghi della vita quotidiana. Dalla comunicazione dei media e dal linguaggio comune. Le abbiamo sottoposte alla valutazione dei cittadini, intervistati attraverso un sondaggio condotto da Demos-Coop. Ne abbiamo ricavato una rappresentazione interessante. Anche se i sondaggi non godono di buona fama, in questi tempi. Tuttavia, chi li considera non degli oracoli, ma strumenti per cogliere gli atteggiamenti del (e nel) presente, ne può trarre indicazioni - a mio avviso - utili. Circa i riferimenti della società e le parole per dirli. Il che, in parte, è lo stesso. Ne esce una raffigurazione, per molti versi, coerente con le attese. Ma, comunque, significativa. Perché supera il perimetro dello stereotipo.

Se partiamo dal "fondo", la regione della mappa in basso, a sinistra, dove si concentrano le parole che combinano un sentimento ostile con una previsione negativa, circa l'importanza futura, incontriamo subito Berlusconi, accanto a Grillo e agli ultras (del tifo). Parole "gridate". Come i loro protagonisti. Spinti ai margini, ma tutt'altro che marginali. Al contrario. Perché dividono.

Descrivono un "Paese in curva", nel calcio come in politica. Dove la maglia e la fedeltà servono a marcare i confini contro gli altri. I bianconeri e i nerazzurri. Rossoneri e giallorossi. Comunisti e berlusconiani. Da mandare tutti quantia Vaffa... Appena più in su, incontriamo le "parole di ieri". Indicano soggetti senza futuro, oltre che deprecabili e deprecati. Ma, si sa, i sentimenti, spesso, colorano anche le previsioni... Le "parole di ieri", comunque, hanno una specifica connotazione "politica". Associano i partiti ai politici. Ma richiamano anche alcuni progetti di riforma. Il presidenzialismo e lo stesso federalismo. Ieri professato da tutti. A parole (appunto). Oggi non piace e non ha futuro. O forse: non ha futuro perché non piace più. D'altronde, la stessa Lega preferisce agitare la bandiera della (in)sicurezza, piuttosto di quella padana. Lo stesso "declino" spinge, nelle parole di ieri, lo Stato (mai come oggi, un participio passato).

Ma anche l'Euro, "svalutato" anche rispetto all'Europa. Perché è una moneta senza Stato.

Colpisce, semmai, che in questo settore del campo finiscano anche le manifestazioni e la protesta. Le manifestazioni di protesta. In fondo: la partecipazione. Ma ciò suggerisce che la critica verso la politica e le istituzioni non produca (e non si traduca in) mobilitazione e indignazione attiva, come in altri Paesi. Ma, piuttosto, distacco e disgusto politico. "Gridato".

Così, il presente è affidato a Renzi. Unico soggetto politico che ottenga un giudizio positivo, anche in prospettiva. Ciò avviene anche perché risponde alla domanda - diffusa - di un "leader forte". Renzi. Tra le parole del nostro tempo, è posizionato, non a caso, accanto ai media "tradizionali": giornali, radio. E soprattutto la Tv. Perché restano determinanti per comunicare in modo "personale". E per costruire il consenso. Insieme, vecchi e nuovi media, disegnano una "democrazia ibrida". Che insegue il mito della democrazia diretta, attraverso la rete. Ma riproduce, al tempo stesso, i riti del governo rappresentativo, al tempo della personalizzazione. La democrazia del pubblico, che si sviluppa, soprattutto, attraverso la televisione.

In alto a destra, infine, c'è il lessico del futuro. Le parole che evocano un orizzonte atteso. I valori condivisi e le speranze diffuse. Ma anche le domande più urgenti - e insolute. Premiare il merito, combattere la disoccupazione, prima di tutto. Ma anche l'evasione fiscale. Tutelare l'ambiente, valorizzare le energie rinnovabili. Promuovere la crescita economica e gli imprenditori. Lavorare per il bene comune. Potrebbe apparire la lista dei desideri inarrivabili. Dei buoni sentimenti, che è facile invocare, assai meno realizzare. Però, è interessante e, comunque, importante che continuino ad essere evocati e invocati. Come la democrazia e il popolo - sovrano, che ne è il fondamento. E come i giovani. Segno di un futuro che fugge. Letteralmente. E ci lascia sempre più soli e più vecchi. E sempre più delusi.

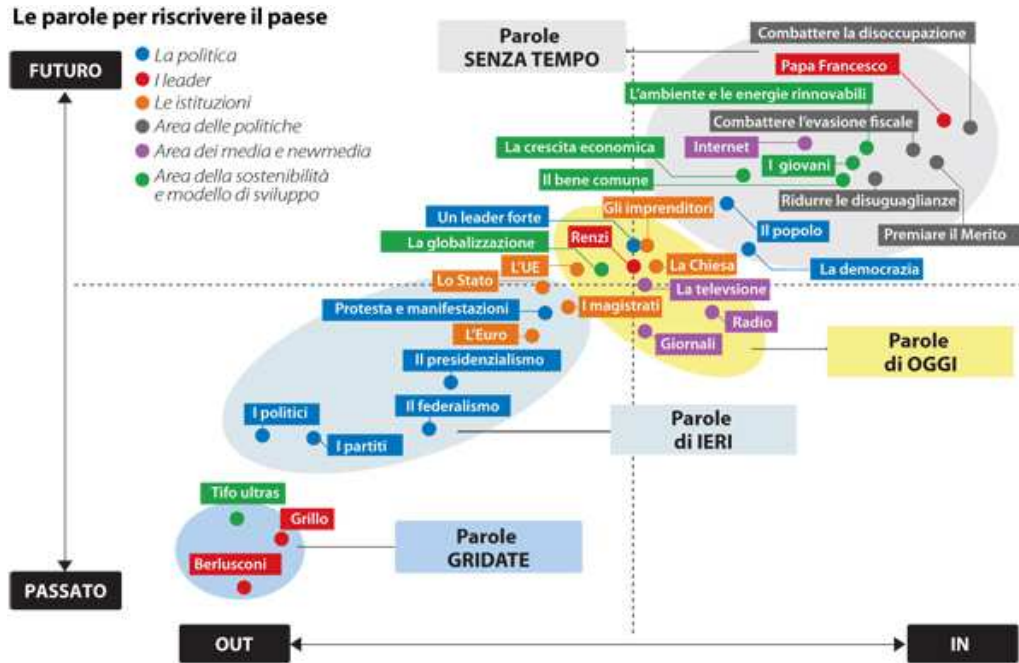
In cima, come l'anno scorso, è Papa Francesco. Riferimento condiviso da tutti. Perché, più di tutti, ha saputo trovare "parole" in grado di orientare il linguaggio del nostro sconcerto quotidiano. Per dire, senza vergogna e senza violenza, cose tanto comuni quanto eccezionali, nella loro normalità. Perché, per riscrivere il Paese, non occorrono parole nuove, diverse dal passato. Servono parole "credibili". Che, per

essere tali, però, debbono essere pronunciate - e testimoniate - da persone credibili. Da soggetti e istituzioni credibili. In modo credibile. Ma proprio qui sta il problema, raffigurato bene da questa mappa. Che rende evidente la distanza fra le parole della democrazia e del cambiamento, eternamente proiettate verso il futuro. E gli attori che le dovrebbero recitare e tradurre: imprigionati nelle parole di ieri. Oppure specializzati nell'agitare i sentimenti e, ancor più, i ri-sentimenti. Impegnati a dare volto e voce, anzi, grida, alla delusione e alla rabbia. Con l'esito di moltiplicare la delusione e la rabbia. Facendo apparire i valori, i luoghi e le persone che evocano il futuro: parole senza tempo. In-attuali. E inattuate.

IL MAPPING DELLE PAROLE CHE SALGONO O SCENDONO

di Martina di Pierdomenico e Luigi Ceccarini

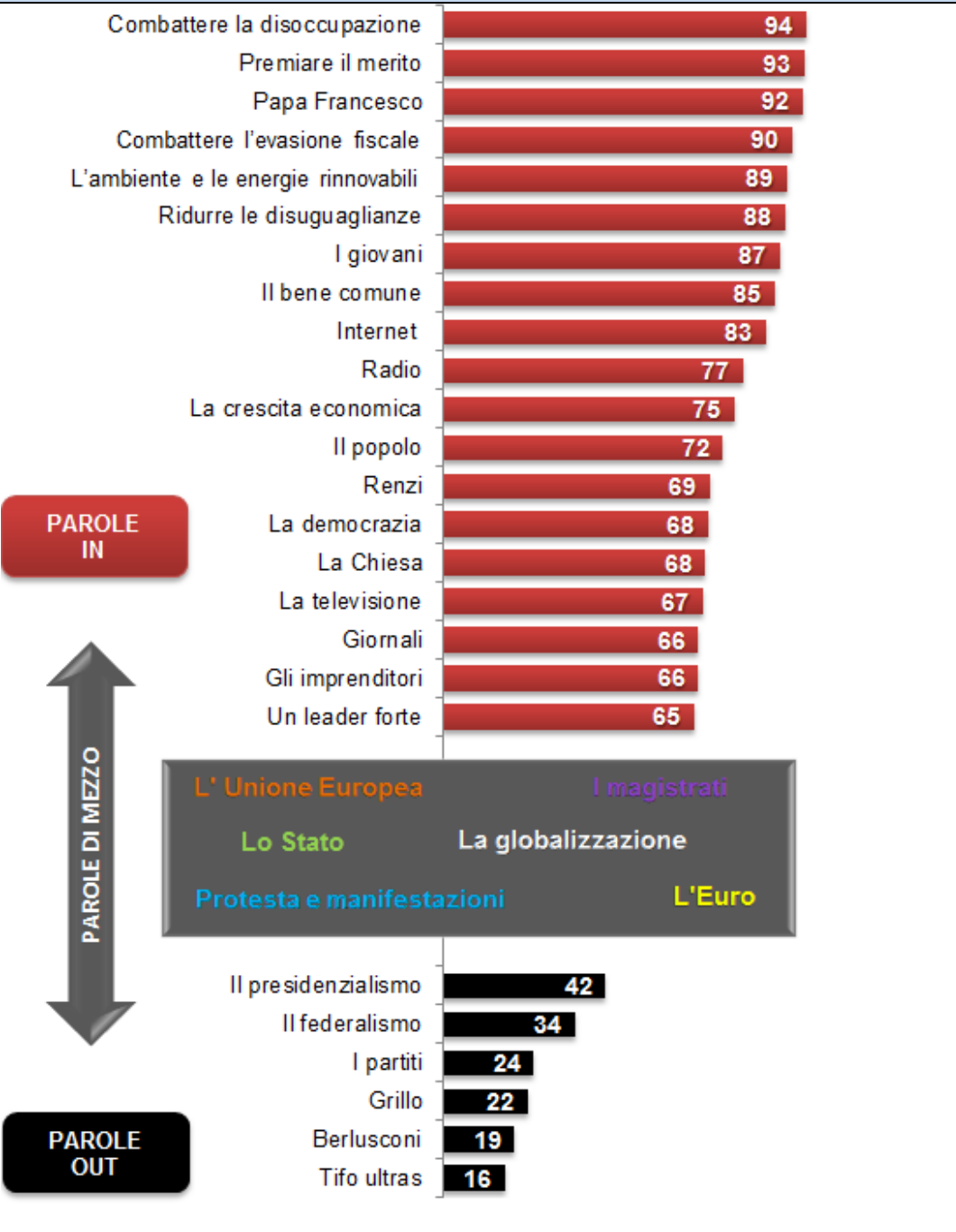
L'Osservatorio Demos-Coop propone oggi la 4° edizione del mapping con le parole per «riscrivere l'Italia». L'indagine offre una rappresentazione degli orientamenti sociali verso una serie di parole e di significati, riguardanti la politica, alcune personalità pubbliche, istituzioni, ma anche valori, sentimenti e preoccupazioni. Per ogni parola gli intervistati hanno espresso un atteggiamento - positivo-negativo – e attribuito l'importanza che, secondo loro, assumerà nel prossimo futuro. Gli orientamenti verso il lessico proposto rimandano a percezioni e aspettative. Queste idee sulla società hanno permesso di costruire uno spazio bidimensionale che mostra una mappa delle immagini del Paese. Il grafico riporta sull'asse orizzontale la dimensione positiva-negativa del lessico considerato. L'asse verticale rimanda all'importanza, maggiore-minore, che questi significati rivestiranno in prospettiva. La parte in alto ospita le parole auspicate per il futuro, in basso si collocano quelle superate, o da superare. Il piano presenta quattro regioni di significato. In alto a destra si colloca lo spazio del lessico “senza tempo”. Dove sono posizionate le parole chiave per «riscrivere l'Italia» che vogliono i cittadini. Alcune di queste sono salite nella scala dell'importanza rispetto alle passate indagini. I cittadini, infatti, si mostrano sempre più vicini ai temi della crescita “felice” e sempre più attenti al bene comune, all'energia pulita, ad uno stile di vita sobrio incentrato su un'etica della responsabilità pubblica. In questa prospettiva, gli italiani considerano, ancor più che in passato, il ruolo dei giovani e degli imprenditori, oltre alla figura di Papa Francesco. Al pari del passato la valorizzazione del merito e la riduzione delle disuguaglianze restano riferimenti, e aspirazioni, fondamentali. In basso a sinistra si collocano le parole “gridate”. Tra queste ritroviamo alcuni leader, che hanno perso appeal rispetto alle edizioni precedenti del mapping, scivolando verso il basso: sono Grillo e Berlusconi. Troviamo poi le parole di “ieri”. Sono quelle che scendono perché superate dalla storia recente, come il federalismo che ha perso nel tempo molto del suo valore. È la stessa tendenza che segna la Ue, che si colloca però tra le parole di “oggi”, quelle del presente e dell'attualità. Un trend differente caratterizza invece la televisione. E anche Renzi. Rispetto al mapping dello scorso anno sono salite, così come è cresciuta la domanda di un leader forte. Queste “parole” si collocano al centro del centro, proponendosi come riferimenti imprescindibili del tempo presente.



Il "mapping" presentato fa riferimento al modello francese dell'Institut Médiascopie. Il grafico è costruito a partire dalle due domande sulle parole: a) sentimento negativo/positivo (scala 1-10) e b) importanza nel futuro (1. molto minore, 2. minore, 3. uguale, 4. maggiore, 5. molto maggiore). Le parole sono posizionate sul piano in base ai valori medi ottenuti nelle scale di risposta delle domande. Gli assi corrispondono alla media delle medie delle parole considerate. La linea rossa tratteggiata collega le parole della politica.

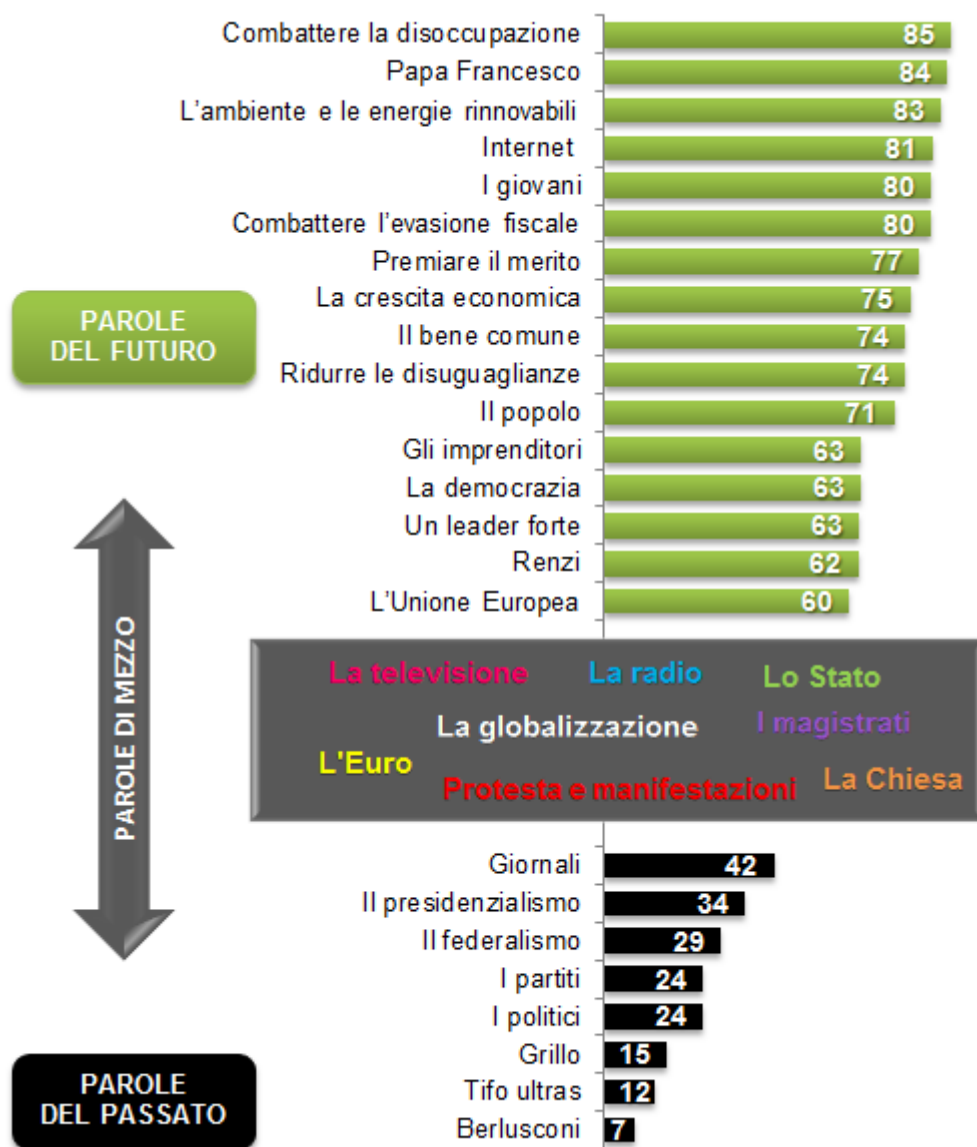
Fonte: Sondaggio Demos-Coop Maggio 2014 (base: 1455 casi)

PAROLE IN E PAROLE OUT
 Può dirmi quale sentimento suscitano in Lei le seguenti parole e obiettivi?
 Esprima un voto in una scala da 1 a 10 dove 1 significa molto negativo e 10 molto positivo. (% di quanti esprimono una valutazione uguale o superiore a 6, al netto delle non risposte)



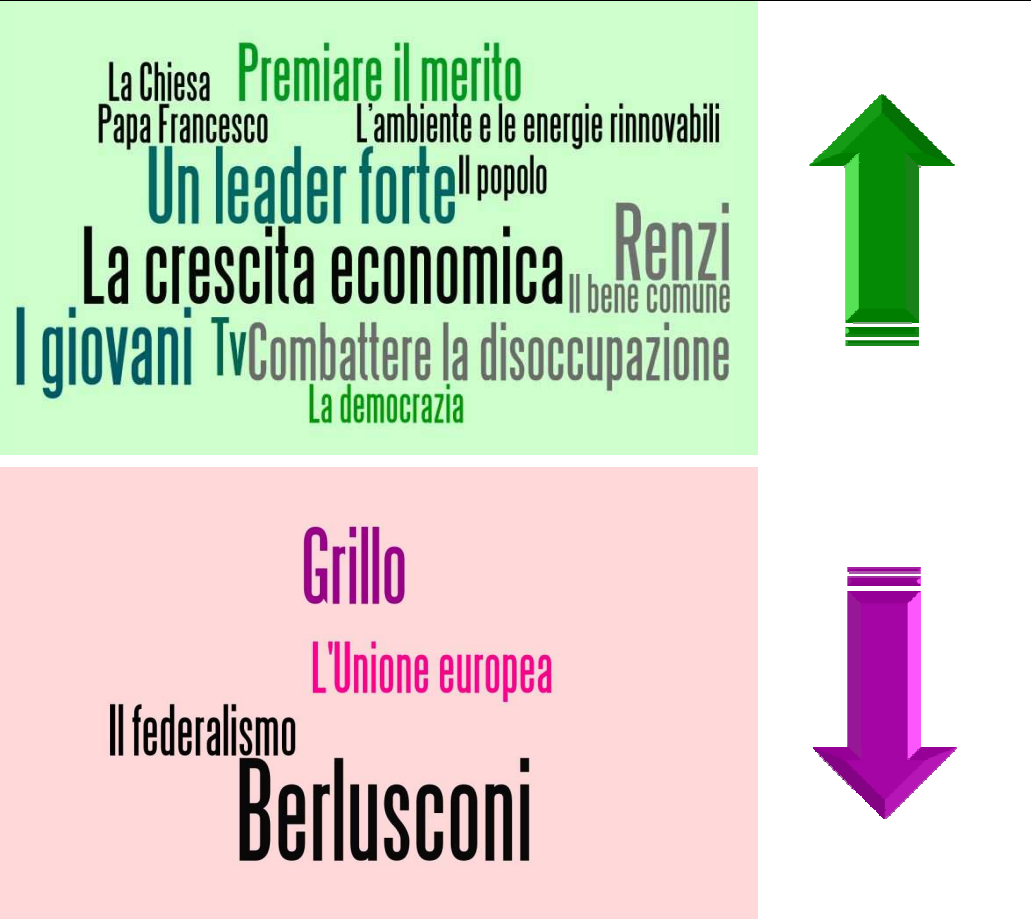
Fonte: Sondaggio Demos-Coop Maggio 2014 (base: 1455 casi)

IL TEMPO E LE PAROLE
 Secondo lei, nei prossimi tre anni, rispetto a oggi che importanza avranno le seguenti parole? (% di quanti rispondono molto maggiore o maggiore, al netto delle non risposte)



Fonte: Sondaggio Demos-Coop Maggio 2014 (base: 1455 casi)

PAROLE CHE SALGONO, PAROLE CHE SCENDONO
 L'orientamento delle frecce indicano le differenze % rispetto alle precedenti edizioni del mapping



Fonte: Sondaggio Demos-Coop Maggio 2014 (base: 1455 casi)