

**UN MESE DI SOCIALE** 2013



# La società impersonale

 **CENSIS**

**FRANCOANGELI**

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.





I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

CENSIS  
Centro Studi Investimenti Sociali

# **LA SOCIETÀ IMPERSONALE**

UN MESE DI SOCIALE 2013

FRANCOANGELI

La XXV edizione dell'iniziativa Un Mese di Sociale (giugno 2013), dal titolo "La società impersonale", è stata organizzata dal Censis in quattro incontri in cui si è discusso di alcuni dei principali temi emergenti della società italiana. In questo volume sono pubblicati i testi di ricerca realizzati e presentati nel corso dei seminari.

L'iniziativa è stata coordinata da Massimiliano Valerii. Alla stesura dei testi hanno collaborato: Francesco Maietta, Francesco Estrafallaces, Massimiliano Valerii, Elisa Manna.

Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.  
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza  
d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# INDICE

<b>Introduzione</b> , di <i>Giuseppe Roma</i>	pag.	7
<b>1. La politica al tempo della società impersonale</b>	»	9
1.1. Italiani e politica: una passione finita	»	9
1.2. Un lento (ma sempre più veloce) addio	»	10
1.3. La bassa resa politica di web e social network	»	21
1.4. Gli elettori del Movimento 5 Stelle	»	23
1.5. Dinamiche della società impersonale nella crisi	»	28
<b>2. Un mare di numeri senza interpretazione</b>	»	35
2.1. Tre storie di numeri per cominciare	»	35
2.2. Se il dato è <i>social</i> la marea di informazioni è inarrestabile	»	36
2.3. Statistica 2.0 e <i>open data</i> : dalla domanda all'offerta di dati trasparenti	»	39
2.4. Un sondaggio al giorno per 365 giorni	»	46
2.5. Di economia sappiamo tutto, della crisi quasi nulla	»	48
2.6. Se il primato del numero decreta il destino di una nazione	»	52
2.7. Troppi numeri, poca interpretazione	»	54
<b>3. Il primato dell'opinione nella comunicazione orizzontale</b>	»	59
3.1. L'ultimotratto della lunga parabola dell'individualismo: i media sono io	»	59

3.2. La rivoluzione nei consumi mediatici degli anni 2000	»	64
3.3. L'informazione al tempo della società impersonale: nomadismo mediatico e disincanto	»	71
3.4. I circuiti autoreferenziali delle "minoranze intense" e l'egemonia dell'opinione	»	77
3.5. I rischi di solipsismo e populismo	»	86
<b>4. Fenomenologia della società impersonale</b>	»	91
4.1. Una volta la sfida era l'esame, oggi è la vincita al gioco	»	91
4.2. Il corpo racconta quello che la persona non ha	»	100
4.3. Il fortino della prossimità (impaurita)	»	102
4.4. Veloci e distratti	»	109
4.5. La società egoista e i fantasmi dell'intolleranza	»	112
<b>5. Un confronto di opinioni autorevoli</b>	»	119
Il <i>vulnus</i> fra società e politica, di <i>Guido Crainz</i>	»	119
La mistica del numero, di <i>Luigi Paganetto</i>	»	122
Quella bulimia di dati che dipende dalla carenza di <i>leadership</i> , di <i>Paolo Garonna</i>	»	123
La "mazzetta" virtuale di giornali passa per il web, di <i>Orazio Carabini</i>	»	125
L'uso maggioritario di Internet, di <i>Carlo Freccero</i>	»	127
La "google-izzazione" della nostra esistenza, di <i>Mario Sechi</i>	»	128
Un giornale che costa un centesimo non vale quanto quello che costa un dollaro, di <i>Marcello Sorgi</i>	»	130
Il deperimento della fantasia di alterità, di <i>Remo Bodei</i>	»	133
Il senso perduto della convivenza umana, di <i>Franco Ferrarotti</i>	»	136
<b>Conclusioni</b> , di <i>Giuseppe De Rita</i>	»	139



## INTRODUZIONE

di *Giuseppe Roma* (\*)

Quest'anno il tradizionale ciclo di incontri "Un mese di sociale" è stato dedicato alla descrizione della "società impersonale", a cominciare dalla dimensione politica, poi con riferimento alla odierna ipertrofica produzione di dati e all'utilizzo spregiudicato da parte dei media, poi nell'ambito dei nuovi processi di comunicazione, cioè il settore in cui appare più evidente l'ambiguità di un sistema mediatico che da una parte personalizza e dall'altra iperpersonalizza. Questo vale anche per la politica, come si è visto con la campagna elettorale di Obama, che attraverso una mappatura approfondita dei profili dei cittadini americani è riuscito a sapere quali voti bisognava andare a prendere, persona per persona, per arrivare a quella frazione che avrebbe spostato l'ago della bilancia da una parte o dall'altra.

Il rapporto degli italiani con la politica è oggi all'insegna di una estrema fluidità, appare segnato da una forte evanescenza, con circa dieci milioni di votanti che si spostano con estrema facilità. A questo fenomeno non è estraneo il modo in cui veniamo sommersi da dati e numeri che hanno la presunzione di descrivere la realtà sociale ed economica.

La statistica – si dice – è la descrizione di un Paese, di cui misura i fenomeni sociali, economici, culturali, e ha un valore pubblico. Ma la produzione di statistiche che descrivono i fenomeni e i comportamenti sociali ha finito per degenerare, perché non è stata identificata una serie di statistiche che costituiscano un punto di riferimento solido per tutti e che quindi debbano essere certificate, non durare il solo giorno in cui vengono pubblicate sui giornali.

Da tempo il marketing utilizza i dati in maniera molto puntuale per stabilire le differenze tra i segmenti sociali, per esempio con riferimento ai consumatori. Si considerano le persone che consumano un prodotto, arrivando così di fatto a una spersonalizzazione. Ma oggi è in atto una

(\*) Direttore Generale del Censis.

trasformazione nel modo attraverso cui i numeri intervengono nella nostra vita quotidiana e nei nostri comportamenti, e anche nella nostra logica di governo dei fenomeni.

Einaudi sosteneva che è meglio una cattiva statistica piuttosto che nessuna statistica. Ma a quel tempo erano disponibili solo i dati amministrativi e i risultati dei censimenti ogni dieci anni. Fino agli anni '80 si avvertiva la necessità di creare *database*, poi sono arrivati i sondaggi per quantificare qualsiasi problema attraverso l'opinione pubblica. Una volta si conosceva per decidere, adesso si misura per comunicare.

Il modo di fare statistica, di produrre i dati, influenza la misurazione effettiva dei fenomeni. Ma anche la statistica ufficiale, sviluppata dagli enti pubblici nazionali e internazionali, dall'Ocse, il Fondo monetario internazionale, l'Eurostat, ormai ha dato luogo a una sorta di pluralismo statistico, al punto tale che diventa complicato per chiunque potersi riferire al dato come a un fattore di conoscenza oggettiva. Tutto si riduce a una fibrillazione quotidiana che non ha più niente a che vedere con la realtà effettiva delle persone, delle comunità, delle società, dei mercati.

La comunicazione attiene al mettere in comune informazioni, passioni, sentimenti. Il mondo della comunicazione è investito oggi da forti cambiamenti di tipo strutturale. Non si può avere un approccio passatista e sostenere che Internet instupidisce le persone che la usano. Nel formare l'opinione pubblica l'influenza dei nuovi media non è stata così forte da scalzare i mezzi tradizionali come la televisione. È in atto una grande mistificazione su come la rete oggi influenza la società italiana e la politica. La facilità d'accesso non può essere confusa con una maggiore libertà di pensiero e di linguaggio.

Impersonale è l'opposto di personale e quindi di persona. Delle tante definizioni di persona, quella che ci può aiutare di più a comprendere fa riferimento al fatto che la persona ha un volto. Nella società contemporanea, tre grandi processi hanno tolto il volto alle persone. Il primo è la tecnologia del web: allo stato attuale, ogni persona è semplicemente un nodo della rete. Il secondo processo è la capacità di creare flussi nel mondo: le migrazioni non sono mai state così forti come in questo periodo e i migranti molto spesso non hanno volto. Il terzo processo sta nel fatto che siamo una società sempre più metropolitana: nella metropoli, dove vivono milioni di persone, i flussi di persone che entrano ed escono non hanno volto.

Negli anni '70 Calvino diceva che la televisione fa ammassare una serie di immagini nella nostra mente ed è un accumulo di spazzatura, mentre la lettura ci fa immaginare. Così, la spersonalizzazione deriva anche dal fatto che noi oggi non immaginiamo più.

# 1. LA POLITICA AL TEMPO DELLA SOCIETÀ IMPERSONALE

## 1.1. Italiani e politica: una passione finita

Perché la politica non piace più agli italiani? Perché dopo una lunghissima *love story* fatta di coinvolgimento e passione, oggi prevale distacco e sfiducia, quasi disprezzo?

Dopo le sedi dei partiti, tendono a svuotarsi, o almeno a riempirsi molto meno, le piazze e le urne: la politica non genera appartenenza ed è esterna alla quotidianità degli italiani, mentre i politici sono considerati privilegiati e inetti.

Le retoriche sulla “casta”, sulle sovranità lontane che dettano legge a una politica quasi impotente e sulle oligarchie sorde alle istanze sociali, contribuiscono a spiegare la perdita progressiva di presa della politica, ma non sono esaurienti.

Ulteriori spiegazioni vanno trovate nella dinamica della società alle prese con il protrarsi di una perfida crisi che approfondisce la dimensione individuale con le sue finitezze di interessi specifici e paure, e che spezza ulteriormente ogni dimensione del noi e delle appartenenze. La politica, più di altri ambiti, subisce questa lunga deriva e la sua accelerazione nella crisi, assumendo anch'essa dinamiche soggettive, molecolari, orizzontali, perde ulteriormente di presa.

Per capire come la politica stia scivolando ancora di più nelle sabbie mobili in cui è caduta, occorre puntare l'attenzione su quello che la politica non fa e non sa più fare rispetto alla fase aurea del rapporto con la società: stimolare a crescere, a salire, a diventare altro da quello che si è.

Il filo rosso che univa la politica e i suoi soggetti, pur nell'asprezza dei conflitti di appartenenze, era proprio la spinta a crescere individualmente, come famiglie e come comunità; le aspettative crescenti erano sociali e di massa, ma beneficiavano di retoriche e ideologie che le stimolavano, davano contesti e strumenti per dispiegarsi.

Se la politica rincorre la molecolarità del sociale, la soggettività estrema, con l'iperpersonalizzazione o con la orizzontalità, finisce per uscirne ancora più ridimensionata. Così è non solo una brutta copia della società impersonale, di cui

alimenta alcune delle peggiori pulsioni come l'incoscienza di quel che accade, la fuga da partecipazione e impegno, e un rabbioso voyeurismo, ma diventa un fattore regressivo che quasi impone l'appiattimento al basso della cultura collettiva, della stessa dinamica sociale.

Tanto più che gli strumenti da cui ci si aspettano risposte efficaci alla erosione delle appartenenze, ad esempio il web, paiono molto al di sotto delle necessità; per ora infatti il web e i social network si sono affermati come veicolo di espressione di gruppi sociali molto ristretti, di solito fatti da giovani e laureati, amplificando in molti casi gli aspetti patologici dell'orizzontalità, dal paralizzante controllo reciproco alla tendenza a impallinare tutto e tutti.

In una società seduta e rabbiosa, quale potrebbe essere la nostra per parecchio tempo, cresce il rischio che sul piano della cultura sociale generale prevalga una spinta all'egualitarismo verso il basso, senza speranze o dinamiche in avanti. E la politica, in preda alla sterile oscillazione tra autoreferenzialità e rincorsa della società, non può che subire con modalità a volte caricaturali questa deriva.

In ogni caso, per capire la politica del nostro tempo è opportuno appellarsi alla fenomenologia per fissare alcuni temi chiave:

- il lento (anche se sempre più veloce) addio degli italiani alla politica: dal voto alla partecipazione, alla stima e alla fiducia, il quadro completo di un amore finito;
- la ridotta e contraddittoria resa politica e democratica di web e social network: il bene e il male di strumenti per entusiasmi, a questo stadio, ancora troppo facili;
- il profilo socio-politico dell'elettore del Movimento 5 Stelle, novità paradigmatica della politica del nostro tempo;
- alcune dinamiche sociali significative per capire la politica e il suo rapporto con la società: da come stiamo diventando nel protrarsi della perfida crisi a cosa ci tiene insieme, a quello che invece ci divide.

Emerge uno spaccato di cos'è e cosa fa la politica nella società impersonale, la forma concreta della qualità deteriorata del rapporto che con essa hanno gli italiani e i rischi di una sua ulteriore involuzione regressiva.

## **1.2. Un lento (ma sempre più veloce) addio**

### *Non voto più*

Gli indicatori da tempo mostrano come la politica sia marginale nel quotidiano dei cittadini italiani; sezioni e comizi sono sbiadite immagini di vecchi film, cose estranee alla vita palpitante. Sporadiche piccole fiammate

di coinvolgimento collettivo non hanno mutato il corso di questa lunga deriva di distacco progressivo dei grandi numeri dalla politica più militante.

Sembrava invece persistere il potere coinvolgente, a volte emozionale, delle elezioni, quelle politiche in particolare: l'Italia più degli altri Paesi ha avuto tassi di partecipazione alla competizione molto alti.

Del resto, nella democrazia dei partiti il momento elettorale è un passaggio essenziale in grado in determinati contesti di rivitalizzare la fiducia e il coinvolgimento dei cittadini. Accade anche in Paesi con tradizione di ampio astensionismo nelle elezioni come gli Stati Uniti che, ad esempio, in occasione delle presidenziali del 2008, la prima volta di Obama, hanno visto un balzo dei votanti, con la mobilitazione inedita degli afroamericani.

Il caso italiano ha sua specificità, nel senso che sebbene anche gli italiani nel lungo periodo hanno vissuto un lento distacco dal voto, i valori medi di partecipazione elettorale sono sempre rimasti alti. Anche da noi l'area del non voto è cresciuta nel tempo, ma in misura minore rispetto ad altri Paesi, tanto da farci identificare come una di quelle democrazie in cui il momento elettorale era ancora in grado di accorciare, almeno formalmente, lo iato tra governati e governanti.

Nelle recenti elezioni politiche del febbraio scorso però si è avuto un salto di qualità dell'area del non voto, almeno sul piano dei numeri (tabb. 1-2). Gli astenuti sugli elettori alla Camera dei Deputati sono diventati quasi il 28%, con un aumento di quasi 6 punti percentuali rispetto alle precedenti elezioni politiche, quando erano stati pari a poco meno del 22%.

Oltre 14 milioni di italiani in occasione delle recenti elezioni politiche hanno scelto di non recarsi alle urne, con un balzo secco di oltre 3 milioni in cinque anni, laddove gli aventi diritto al voto nello stesso periodo sono aumentati in valore assoluto di circa 330.000 unità (+0,7%).

Per capire l'intensità del fenomeno si consideri che nelle elezioni del febbraio 2013 si è registrato un incremento del 28,2% degli astenuti rispetto alle elezioni di cinque anni prima alla Camera. Solo in due altri momenti elettorali della storia repubblicana si erano registrate variazioni percentuali in incremento così marcate da un'elezione all'altra: la prima in una fase altamente drammatica della vicenda nazionale, quella della solidarietà nazionale (1976-1979), quando gli astenuti nel passaggio da un'elezione all'altra aumentarono del 48,2%; la seconda nelle elezioni del 1983, quando rispetto a quelle del 1979 vi fu un aumento del 35%. È un segnale emblematico della fine dell'epoca dell'egemonia della politica, che ha una attrattività nettamente ridotta persino nel suo momento simbolicamente più significativo e coinvolgente.

**Tab. 1 - L'astensionismo nelle elezioni politiche per la Camera dei Deputati (1) dal 1948 al 2013 (v.a., val. % e var. %)**

Legislature	Astenuiti		Astenuiti su elettori (aventi diritto)		Elettori (aventi diritto)	
	v.a.	var. % tra legislature successive	val. %	diff. % tra legislature successive	v.a.	var. % tra legislature successive
24/2/2013	14.047.419	28,2	27,8	5,9	50.500.118	0,9
13/4/2008	10.956.951	16,9	21,9	3,1	50.066.615	0,5
04/09/2006 (2)	9.369.269	2,8	18,8	0,4	49.805.563	0,9
13/5/2001						
Uninomiale	9.112.073	9,1	18,5	1,4	49.358.947	1,0
Proporzionale	9.170.898	9,9	18,6	1,5	49.256.295	1,0
21/4/1996						
Uninomiale	8.349.800	24,7	17,1	3,2	48.846.238	1,3
Proporzionale	8.343.072	25,0	17,1	3,3	48.744.846	1,3
27/3/1994 (3)						
Uninomiale	6.695.749	11,0	13,9	1,2	48.235.213	1,7
Proporzionale	6.673.781	-	13,9	-	48.135.041	-
5/4/1992	6.031.274	18,1	12,7	1,5	47.435.689	3,8
14/6/1987	5.105.844	-4,4	11,2	-0,8	45.692.417	2,6
26/6/1983	5.338.175	34,8	12,0	2,6	44.526.357	5,5
3/6/1979	3.960.436	48,2	9,4	2,8	42.203.354	4,4
20/6/1976	2.671.575	6,1	6,6	-0,2	40.426.658	9,1
7/5/1972	2.516.816	-1,9	6,8	-0,4	37.049.351	4,2
19/5/1968	2.564.849	5,4	7,2	0,1	35.566.493	4,0
28/4/1963	2.433.175	21,6	7,1	0,9	34.199.184	5,4
25/5/1958	2.000.154	7,2	6,2	0,0	32.434.835	7,1
7/6/1953	1.865.757	-17,5	6,2	-1,6	30.272.236	4,0
18/4/1948	2.261.529	-	7,8	-	29.117.270	-

(1) Italia (compresa Valle d'Aosta) più estero

(2) Variazione calcolata tra la votazione unica (senza la quota proporzionale) del 2006 e la votazione uninominale della legislatura precedente (2001)

(3) Variazione calcolata tra la votazione uninominale del 1994 e la votazione unica (senza la quota proporzionale) della legislatura precedente (1992)

Fonte: elaborazione Censis su dati Ministero dell'Interno, Istat

**Tab. 2 -L'astensionismo nelle elezioni politiche per il Senato della Repubblica (1) dal 1948 al 2013 (v.a., val. % e var. %)**

Legislature	Astenuiti		Astenuiti su elettori (aventi diritto)		Elettori (aventi diritto)	
	v.a.	var. % tra legislature successive	val. %	diff. % tra legislature successive	v.a.	var. % tra legislature successive
24/2/2013	12.812.766	28,2	27,7	5,9	46.221.031	1,0
13/4/2008	9.995.751	17,1	21,8	3,0	45.774.006	0,7
9/4/2006	8.539.401	2,8	18,8	0,1	45.445.123	2,1
13/5/2001	8.310.400	8,9	18,7	0,9	44.499.794	3,8
21/4/1996	7.629.022	28,8	17,8	3,6	42.889.825	2,6
27/3/1994	5.922.355	9,3	14,2	1,0	41.795.730	1,8
5/4/1992	5.420.176	19,6	13,2	1,6	41.053.543	5,4
14/6/1987	4.530.255	7,8	11,6	0,5	38.951.485	3,6
26/6/1983	4.201.678	24,1	11,2	1,9	37.603.817	3,4
3/6/1979	3.386.273	49,4	9,3	2,8	36.362.577	4,2
20/6/1976	2.266.633	-1,9	6,5	-0,3	34.888.214	3,3
7/5/1972	2.309.357	2,0	6,8	-0,1	33.785.713	3,9
19/5/1968	2.263.102	5,6	7,0	0,1	32.504.281	4,8
28/4/1963	2.142.247	21,9	6,9	0,9	31.011.042	6,3
25/5/1958	1.757.658	4,0	6,0	-0,2	29.183.501	7,4
7/6/1953	1.689.670	-16,0	6,2	-1,6	27.172.871	5,1
18/4/1948	2.012.301	-	7,8	-	25.858.712	-

(1) Italia (compresa Valle d'Aosta e Trentino Alto Adige) più estero

Fonte: elaborazione Censis su dati Ministero dell'Interno, Istat

## Non mi coinvolgo più

La residualità della politica nel quotidiano emerge non solo dalla estraneità degli italiani al mondo più o meno organizzato e collaterale dei partiti, che ormai coinvolge percentuali infinitesimali di persone, ma dal distacco rispetto ad alcuni canali di trasmissione di impulsi dalla società alla politica e, in una certa misura, viceversa. Dati di confronto internazionale indicano che (tab. 3):

- dichiara di essersi coinvolto in un dibattito pubblico a livello locale o regionale su temi rilevanti il 16% degli italiani, di contro al 26% dei francesi e al 26% dei tedeschi. I cittadini di Olanda (15%), Regno Unito (13%) e Svezia (12%) si sono invece coinvolti meno;
- ha firmato una petizione su carta o online il 23% degli italiani, il 24% dei tedeschi, il 34% degli spagnoli, il 43% degli olandesi, il 46% degli svedesi, il 51% dei francesi e il 53% nel Regno Unito.

In sintesi, dai dati dell'Eurobarometro risulta che, rispetto a un *set* di modalità di coinvolgimento nella politica, il 56% degli italiani è risultato

**Tab. 3 -Il coinvolgimento degli italiani in forme di partecipazione alla politica: un confronto internazionale (val. %)**

	Ha firmato una petizione (cartacea o online)	Ha preso parte al dibattito pubblico a livello locale o regionale	Ha preso parte al dibattito pubblico a livello europeo
Italia	23	16	1
Regno Unito	53	13	1
Francia	51	26	3
Svezia	46	12	0
Olanda	43	15	1
Spagna	34	11	1
Germania	24	24	2
Grecia	10	20	2
Ue 27	34	18	1

Fonte: Eurobarometro, 2013

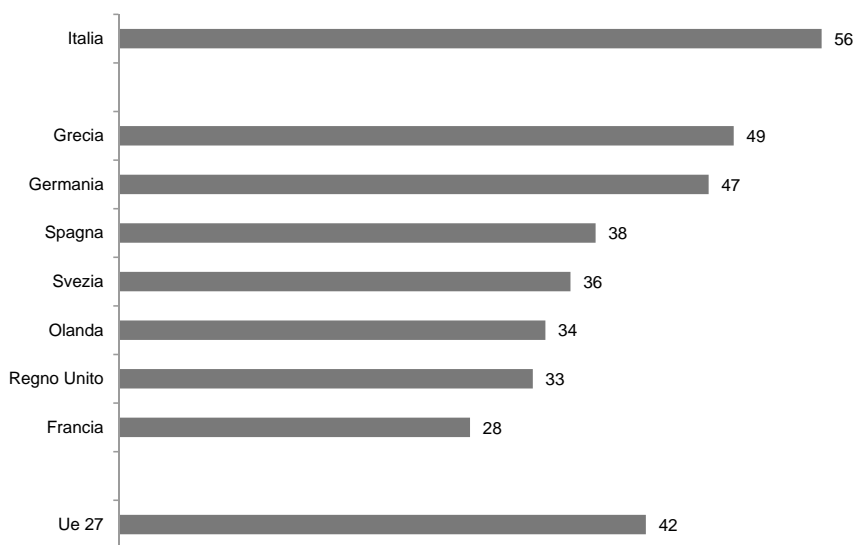


estraneo, non si è fatto coinvolgere da una delle modalità indicate, mentre i non coinvolti sono stati il 28% in Francia, il 33% nel Regno Unito, il 36% in Svezia e il 47% in Germania (fig. 1).

Il confronto internazionale quindi sottolinea la minore tendenza al coinvolgimento socio-politico degli italiani. Si consideri che anche negli altri Paesi citati la salute del rapporto tra politica e cittadini, tra istituzioni socio-politiche e società, è tutt'altro che buona e anzi in molti di essi sono già da tempo entrati stabilmente nel panorama politico movimenti populistici radicali, portatori di retoriche dell'antipolitica. L'Italia però ha un marcato distacco dai circuiti di circolazione e trasmissione degli impulsi dalla politica alla società e viceversa.

Questo distacco è più forte nel rapporto con gli uomini della politica, gli eletti in Parlamento o a livello locale; su questo indicatore pesa il sistema

**Fig. 1 - Cittadini non coinvolti in un set di modalità di partecipazione alla politica (1) (val. %)**



(1) I valori indicano i cittadini che non sono stati coinvolti in alcuna delle modalità citate. Le modalità di partecipazione considerate sono: firma di una petizione (cartacea o online); partecipazione al dibattito pubblico a livello locale/regionale e/o europeo; espressione del proprio punto di vista su questioni di pubblico interesse a un rappresentante eletto a livello locale o regionale, a livello nazionale e/o a livello europeo.

Fonte: elaborazione Censis su dati Eurobarometro, 2013

elettorale, se incentiva o meno il rapporto tra eletto ed elettore, tuttavia è anch'esso importante per definire il tipo e l'intensità di rapporto tra politica e società, il grado di coinvolgimento dei cittadini nei circuiti in cui si dovrebbero e potrebbero trasmettere gli impulsi (tab. 4):

- il 16% degli italiani dichiara di avere espresso la propria opinione all'eletto a livello locale o regionale, di contro al 23% in Germania, al 27% in Grecia, al 24% in Spagna, al 31% in Francia e al 26% nel Regno Unito;
- il 5% degli italiani ha invece espresso la propria opinione al parlamentare eletto nel Parlamento nazionale, mentre è il 15% nel Regno Unito, il 14% in Francia, il 10% in Germania e in Grecia, il 12% in Olanda.

Gli italiani non dialogano, almeno direttamente, con i propri rappresentanti politici; sarà per il sistema elettorale o sarà, più semplicemente, perché si aspettano poco o niente, soprattutto sulle *issue* che in questa fase più li angosciano, quelle dell'economia ferma e di una spirale emotiva amplificata da media e statistica spettacolo da salto nel buio e in basso.

Sono segnali di disaffezione dalla politica, in linea con una più generale tendenza della società impersonale a guardar passare le cose senza

**Tab. 4 - Rapporto tra i cittadini e i loro rappresentanti politici: un confronto internazionale (val. %)**

	Ha espresso il suo punto di vista su questioni di pubblico interesse a un rappresentante eletto:		
	a livello locale o regionale	a livello nazionale	a livello europeo
Italia	16	5	2
Germania	23	10	4
Grecia	27	10	3
Spagna	24	9	5
Francia	31	14	6
Olanda	27	12	3
Svezia	20	6	2
Regno Unito	26	15	4
Ue 27	24	10	4

Fonte: Eurobarometro, 2013

coinvolgersi in modo attivo, partecipato. Al di là delle retoriche e delle invettive, la crisi accelera una passiva, magari rabbiosa, tendenza ad assistere a quel che accade, senza giocare attivamente.

### *Non li stimo più*

La valutazione che gli italiani danno dei politici, in particolare di quelli al vertice della stessa, è scontata nella sua asprezza: quasi il 39% degli italiani giudica i politici come scarsi, il 38,6% come mediocri, solo il 18% come sufficienti e quote residuali li ritengono bravi o molto bravi (tab. 5).

È un giudizio molto negativo trasversale alle classi di età e ai territori, e trova unanime consenso negli italiani: molto duro il dato dei giovani tra i quali tre quarti degli intervistati valutano i politici come scarsi o mediocri.

Oltre un anno di governo dei tecnici, la trasmigrazione di supertecnici e “signor nessuno” in politica non hanno intaccato la valutazione negativa che gli italiani danno della politica, frutto di un impasto di rabbia e impotenza che produce una forma di disprezzo che oggi va vista come un problema specifico in più per la politica e i politici.

Nella percezione degli italiani i politici non hanno prestigio morale, né autorevolezza, che invece ascrivono a sacerdoti e scienziati. Il negativo giudizio sulle capacità e quello sull'autorevolezza confluiscono quasi inevitabilmente in una sfiducia profonda, progressivamente decrescente.

**Tab. 5 - Giudizio dei cittadini sulle persone che comandano in politica, per età (val. %)**

	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Positivo	2,0	5,7	4,5	5,1	4,7
Molto bravi	0,8	0,4	1,7	1,9	1,3
Bravi	1,2	5,3	2,8	3,2	3,3
Sufficiente	22,9	15,0	17,8	18,6	18,1
Negativo	65,1	79,3	77,7	76,3	77,3
Mediocri	37,5	46,3	33,7	38,0	38,6
Scarsi	37,6	33,0	44,0	38,3	38,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

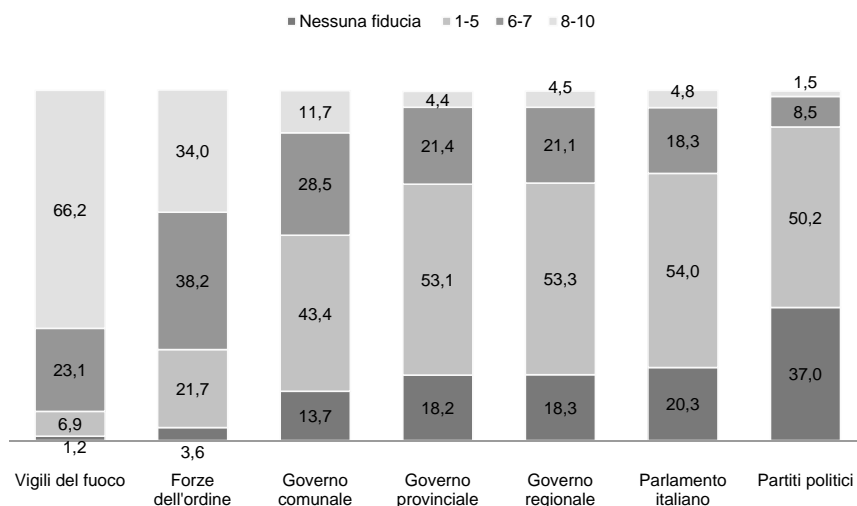
Fonte: indagine Censis, 2013

Dati Istat indicano che la fiducia degli italiani nella politica è molto bassa: richiesti di esprimere il grado di fiducia nei confronti dei partiti politici su una scala da 1 (minima fiducia) a 10 (massima fiducia), è emerso che tra le persone di 14 anni e più il 37% ha espresso di non avere alcuna fiducia, oltre il 50% una sostanziale sfiducia (espressa con un valore tra 1 e 5), l'8,5% una fiducia sufficiente o di poco superiore (voto tra 6 e 7) e l'1,5% una fiducia alta (voto tra 8 e 10) (fig. 2).

Per il Parlamento italiano si riscontra una percentuale del 20,3% di persone che non ha alcuna fiducia, del 54% con un fiducia bassa espressa da un voto tra 1 e 5, del 18,3% con una fiducia sufficiente o poco più (tra 6 e 7) e il 4,8% con il massimo della fiducia; per i governi comunale e regionale le quote degli sfiduciati assoluti sono pari al 18,3% e al 18,2%, quelle delle persone con bassa fiducia intorno al 18%, e quelle con fiducia sufficiente e poco più il 21% circa, e poco più del 4% ha il massimo della fiducia.

Sono i vigili del fuoco e le forze dell'ordine in questa fase a catalizzare il massimo della fiducia dei cittadini: istituzioni operative, sul terreno, si

**Fig. 2 - Persone di 14 anni e più per livello di fiducia (1) verso le diverse istituzioni del Paese (val. %)**



(1) Espresso con un punteggio da 0=nessuna fiducia a 10=massima fiducia

Fonte: Istat, 2012

potrebbe dire di prossimità, che sono viste come una specie di altro mondo rispetto alla politica. Quest'ultima è percepita come un microcosmo che si è a lungo chiuso, con alte barriere al suo ingresso e addomesticati meccanismi per allontanare ogni impulso esterno di ricambio.

Infatti, nella percezione collettiva i meccanismi di selezione della classe dirigente in politica si riassumono in una definizione: un mondo di raccomandati. Oltre il 77% degli italiani ritiene che le carriere in politica dipendono fundamentalmente da raccomandazioni e favoritismi, il 14,7% da forme automatiche come l'anzianità, e un residuale 7,8% da merito, competenze, capacità e talento. Prevale la cooptazione personalistica tramite la quale si entra e si sale per relazioni, per nessi personali e dove le capacità contano molto poco (tab. 6).

Tenuto conto del ricambio di personale parlamentare emerso dalle recenti elezioni, è presumibile che il punto di vista degli italiani rinvia al fatto che già nella fase della scelta dei candidati e di formazione delle liste, o addirittura di iniziale coinvolgimento nella politica, operano aggregazioni relazionali, coinvolgimenti di tipo personale che fanno premio su altre dinamiche.

Inoltre, sembra emergere la convinzione che la politica riesce a piegare alle sue logiche (anche quelle peggiori) ogni spinta ideale a cambiarla; non c'è onda di "signor nessuno" oggi in grado di riattivare aspettative concrete di positivo cambiamento; e non a caso gli italiani ritengono che, se le istituzioni funzionano male, la colpa non è tanto delle persone (sulle quali il giudizio, si è visto, è comunque spietato), quanto delle istituzioni che dovrebbero essere cambiate.

**Tab. 6 - Meritocrazia, raccomandazioni o automatismi: da cosa dipende la carriera in politica, per titolo di studio (val. %)**

	Licenza media/ qual. prof.	Diploma	Laurea o superiore	Totale
Raccomandazioni, favoritismi	79,8	76,7	74,8	77,5
Anzianità, progressioni automatiche	10,6	15,7	19,9	14,7
Merito, competenze, capacità, talento	9,6	7,6	5,3	7,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2013