

# La trappola della sfiducia che attanaglia l' Italia e ne ostacola la crescita

VITTORIO MELONI

Da almeno due decenni a questa parte il nostro Paese è stabilmente dominato da un diffuso sentimento di sfiducia che ne condiziona la vita economica, sociale e politica. I sondaggi che periodicamente fotografano il clima d' opinione segnalano concordemente la prevalenza di una visione negativa, quando non decisamente pessimista, del futuro, compensata per brevi periodi dalla ripresa di ottimismo che, per esempio, accompagna gli avvicendamenti alla guida del Paese. Al di là dell' andamento non lineare attribuibile ai cambiamenti politici, la fiducia in Italia resta un bene piuttosto scarso, che in certi periodi letteralmente si dissolve. La lunga crisi, che in molti ritengono tutt' altro che superata, ha contribuito in misura notevole a radicare sentimenti negativi tra le persone e gli operatori economici, anche per gli effetti concreti che ha

prodotto nel tessuto del paese: forte disoccupazione, fallimenti, depauperamento patrimoniale, dissesti finanziari. Dopo la certificazione da parte dell' Istat dell' inizio di una nuova fase recessiva, è lecito attendersi una significativa contrazione degli indici di fiducia, già in calo tra gli imprenditori. L' andamento negativo dell' economia, però, forse non basta a spiegare, da solo, il perché di una tale perdurante mancanza di ottimismo nel Paese. Il fenomeno non è solo italiano, come dimostrano, tra gli altri, i fatti francesi con le rabbiose manifestazioni dei gilet jaunes e il dichiarato sentimento di sfiducia verso le istituzioni di una parte consistente dell' opinione pubblica d' oltralpe. Ma da noi questo stato d' animo è penetrato più a fondo e ciò a causa di alcune specificità che hanno a che vedere con la nostra storia, con il nostro temperamento e, soprattutto, con la comunicazione, cioè con il modo di percepirci e di raccontarci. Il nostro Paese vanta una secolare tradizione di scarsa o nulla autostima che risale a Dante (Ahi, serva Italia...) e che è giunta sino a noi, nutrendo la narrativa di una nazione con un' immagine sempre problematica. La



mananza di autostima, si sa, è il primo e il più resistente tra gli ingredienti che alimentano il pessimismo, perché poca stima vuol dire, nel nostro profondo, scarsa fiducia in noi stessi, considerazione che si trasmette all' esterno e contagia il giudizio comune sulle vicende del mondo. Alla sedimentazione nel tempo di questo sentimento hanno contribuito in molti, ma più di tutti i media e la comunicazione in senso lato. Il racconto di un popolo è stato contrappuntato sui grandi mezzi di informazione dalle ricorrenti fustigazioni da parte di un cospicuo numero di maître à penser, che non hanno perso occasione per sottolineare tutte le possibili carenze di una nazione, dei suoi ceti politici, dei suoi intellettuali, delle sue classi dirigenti e, infine, della sua stessa gente. Una consuetudine invalsa, che non ha nemmeno bisogno di essere argomentata perché edificata su pregiudizi largamente condivisi, ormai indiscussi. Eppure, se guardiamo alla storia del nostro Paese, siamo di fronte a un paradosso. L' Italia, vista dall' esterno, è un progetto vincente, una nazione invidiata e imitata, che nonostante globalizzazione e crisi si mantiene nella fascia alta dei Paesi che contano nel mondo e i cui prodotti e marchi sono stabilmente al centro dell' attenzione dei consumatori, in ogni angolo del globo. Un grande Paese manifatturiero, che genera un valore aggiunto in termini di **export** secondo in Europa solo alla Germania e quarto a livello mondiale, performance che ci ha permesso di assorbire in parte l' urto della crisi iniziata nel 2008. Un' economia, la nostra, che produce nuovi brand in quasi tutti i campi, in particolare nel design, nella moda e nel food, spesso acquisiti da aziende straniere, ben conscie dell' inimitabile valore della creatività italiana. Il progetto Italia, varato più di centocinquanta anni fa da un' élite lungimirante e forse ignara delle difficoltà di tale operazione, si può legittimamente ritenere riuscito, nonostante tutto. Verrebbe da dire, nonostante gli italiani e la loro perdurante sfiducia in sé stessi. Al netto degli effetti perniciosi della disistima, difficili da eliminare perché depositati nel nostro inconscio collettivo, la sfiducia non è in sé immotivata. Ci sono molte cose che non vanno nel nostro Paese; molti italiani vivono in condizioni di difficoltà, anche grave. La nostra decennale sfiducia, però, più che essere l' espressione di un' inadeguatezza collettiva e antropologica, è soprattutto il frutto dell' avvicinarsi di leadership provvisorie, prive di visione e di carisma, volubili e incoerenti. Ma se non contrastata, diventa una trappola, uno stato d' animo che riproduce sé stesso e amplifica gli effetti negativi della crisi con la caduta di investimenti e consumi, generando così altra sfiducia. A essa ci si può opporre con i fatti e gli esempi concreti, senza aspettare che una nuova guida, l' ennesima in un Paese che ha il record continentale di governi dal secondo dopoguerra a oggi, trovi magiche soluzioni a problemi difficili e complessi. (riproduzione riservata)