



C E N S I S

RIPARTIRE DALLA BELLEZZA

Roma, 26 gennaio 2012

INDICE

Vincere la bruttezza col bello	1
La forza delle belle persone	6
L'impegno per il bene comune	8
Il patrimonio artistico come punto di ripartenza	11
Non abbiamo perso la fiducia nel futuro	12
La forza spirituale degli italiani	13
I motivi di speranza per l'Italia	14
Investire in cultura	15
Imbarbariti più che intristiti	16

VINCERE LA BRUTTEZZA COL BELLO

Perché in un Paese come il nostro, ricco di molte cose belle: dai paesaggi alle opere d'arte, dalle città d'arte ai piccoli borghi contadini, dalle cattedrali alla moda, oggi sembra prevalere un'impressione di bruttezza? Bruttezza che non è solo estetica, ma sembra contagiare anche i comportamenti, i linguaggi e l'etica pubblica.

Siamo davvero il Paese solo di Gomorra e dell'egoismo o esiste una realtà silenziosa di tantissime "belle persone"? E se sì, come in fondo tutti sperimentiamo ogni giorno, che cosa impedisce a tutte queste persone di manifestarsi e di riconoscersi orgogliosamente "belle"?

È condivisa nel Paese la consapevolezza che la bellezza e il bene si fortificano a vicenda, gli italiani sanno che la bellezza porta al bene e che l'assenza di bene lancia un allarme "estetico" e in definitiva viene percepita come "bruttezza".

La Fondazione Marilena Ferrari e il Censis hanno avviato una riflessione sulla bellezza, sulla sua forza e la sua potenzialità trasformatrice, non solo della qualità della vita, ma anche delle coscienze.

C'è bisogno di riscoprire la bellezza, di dare voce alla bellezza diffusa, di raccontare l'altra faccia dell'Italia.

A luglio scorso era stata effettuata un'indagine sulla bellezza delle donne nell'arte italiana, dalla quale emergeva il forte legame tra gli italiani e la bellezza profonda, non effimera come quella a cui siamo stati abituati negli ultimi decenni, la voglia di bellezza vera emergeva con forza: le donne più belle dell'arte italiana non erano né le più famose, né tantomeno le più simili alla bellezza a cui tante campagne pubblicità ci avevano costretti: una bellezza "in carne", procreativa, materna, per certi versi rassicurante.

Anche da questa seconda tappa della riflessione emerge che gli italiani hanno "fame" di bellezza, purché sia autentica, la società è cioè stanca delle false bellezze, anzi definisce, senza esitazioni, che brutto è principalmente il "finto bello", l'ipocrisia del finto bene, la bellezza che mira solo a sedurre.

I dati che seguono dimostrano, se ancora ce ne fosse stato bisogno, che c'è bisogno di bellezza autentica per ritrovare "la direzione" in cui muoversi e soprattutto per dare riconoscimento a tutte quelle persone che con la loro bella esistenza, spesso silenziosa, contribuiscono alla bellezza del Mondo.



È esperienza comune quanto la bruttezza sia depressiva: ci alziamo la mattina pieni di fiducia, ma poi man mano che digeriamo le brutte cose che il mondo ci propone, il nostro buon umore svanisce e alla fine della giornata abbiamo la sensazione che a questo mondo non ci sia spazio per la bellezza e per l'elevazione spirituale.

Che invece la bellezza abbia una forza in grado di salvare il mondo è una convinzione che gli italiani hanno abbastanza radicata, “la bellezza salva la vita!” Sembra dire la Tabella 1.

Quasi il 70% degli italiani è convinto (molto convinto 35,3; abbastanza convinto 34,3) che vivere in un posto bello aiuta a diventare persone migliori, riconosce cioè un legame tra etica ed estetica, e dà un valore educativo alla bellezza. In questa convinzione non c'è distinzione né di genere, gli uomini e le donne la pensano allo stesso modo, né di provenienza geografica (forse al sud sono un po' meno convinti che al nord ma la sostanza non cambia), è davvero il comune sentire degli italiani

Tab. 1 – La bellezza salva la vita

<i>È d'accordo sulle seguenti affermazioni: “Vivere in un posto bello, aiuta a diventare persone migliori?” (una sola risposta)</i>	Totale	Sesso		Area geografica			
		Maschi	Femmine	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole
Molto	35,3	34,6	34,1	32,9	37,1	36,4	30,4
Abbastanza	33,3	35,2	33,5	39,0	34,2	30,8	35,5
Poco	19,5	18,9	20,0	18,8	14,9	20,6	21,7
Per niente	11,9	11,3	12,4	9,4	13,9	12,1	12,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

La bruttezza viene percepita come un fatto non solo estetico, solo il 19,5% degli italiani reputa l'immondizia di Napoli l'episodio più brutto dell'anno passato (Tab. 2) e nemmeno tanto etico, (solo il 17,3% conserva come ricordo più brutto un episodio di criminalità), la vera bruttezza è quella che coinvolge tutta la società: il 52% degli italiani ritiene che la cosa più brutta del 2011 sia stata il degrado politico a cui abbiamo assistito, un fatto in fondo sociale, che ci coinvolge tutti, che trascina tutti in un clima asfittico, in cui siamo incapaci di aspirare alle cose grandi, al bello e al bene.

Il degrado politico è brutto perché spegne ogni aspirazione, è contagioso. È significativo che non ci siano particolari distinzioni né tra nord e sud, né tra uomini e donne.

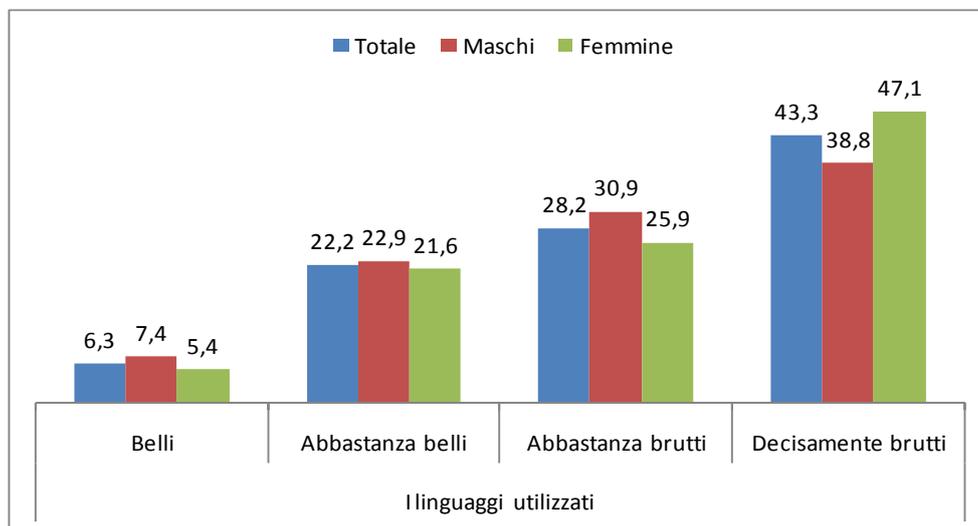
Tab. 2 – Cosa è veramente brutto

<i>Quale tra le seguenti che le leggo è la cosa più brutta che si ricorda nell'ultimo anno? (una sola risposta)</i>	Totale	Sesso		Area geografica			
		Maschi	Femmine	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole
La mondezza a Napoli	19,5	21,5	17,8	13,7	19,8	15,9	31,3
Certi programmi volgari alla televisione	11,2	10,9	11,5	12,3	13,9	14,0	7,8
Il degrado politico	52,0	54,6	49,8	52,7	54,0	56,1	43,8
Un episodio di criminalità	17,3	13,0	20,9	21,3	12,4	14,0	17,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

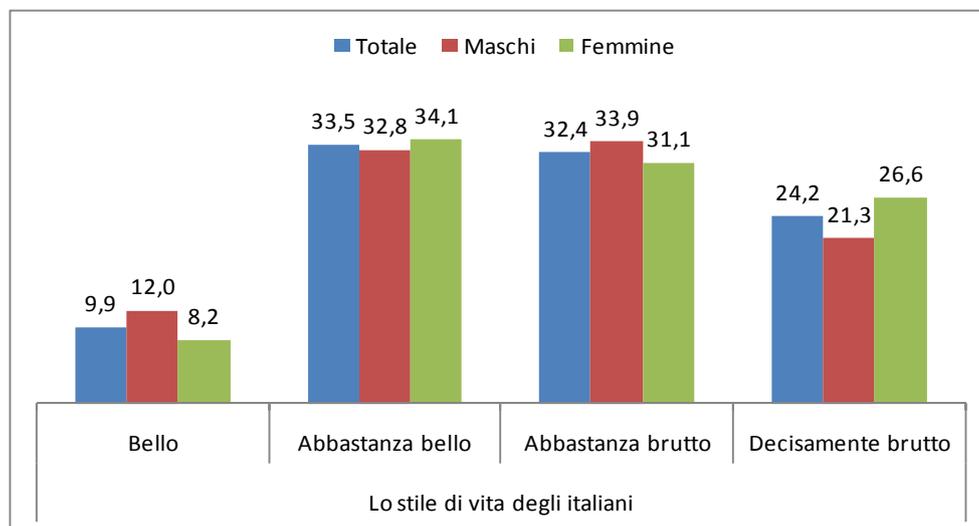
È forse vero che il brutto, per certi versi sta prevalendo, non piacciono ad esempio i linguaggi utilizzati (Fig. 1), più del 40% li trova molto brutti, in tutte le aree geografiche, segno che c'è ormai un'insofferenza diffusa per espressioni volgari e tracotanti, per la violenza verbale, per la mancanza di rispetto e di gusto.

Fig. 1 - Come giudica i linguaggi utilizzati dagli italiani?



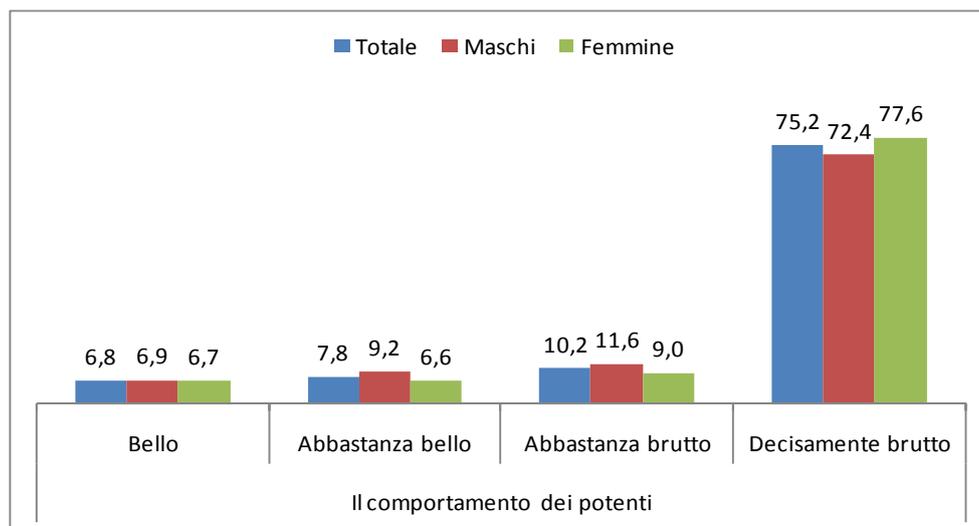
Fonte: indagine Censis, 2011

Anche se con visibili segni di cedimento rispetto al passato, lo stile di vita degli italiani piace ancora (Fig. 2), il 43% di noi ne da un giudizio mediamente positivo, ma il 24% degli italiani lo considera decisamente brutto. Insomma quello che negli anni passati sembrava contraddistinguerci positivamente rispetto a molte altre culture straniere e che spesso veniva indicato come motivo di vanto, oggi convince meno. C'è forse una forma di diffidenza verso quello che spesso è stato solo un luogo comune, quando non uno schermo per nascondere cose di cui andar meno fieri.

Fig. 2 - Come giudica lo stile di vita degli italiani?

Fonte: indagine Censis, 2011

Ma la cosa più brutta di tutte rimane il comportamento dei potenti (Fig. 3), il 75% degli italiani lo definisce molto brutto! Ancora una volta il finto bello risulta essere il vero brutto: il potere e i suoi simboli, a volte scintillanti, spesso pretenziosi, sono la vera voragine in cui il bello viene risucchiato.

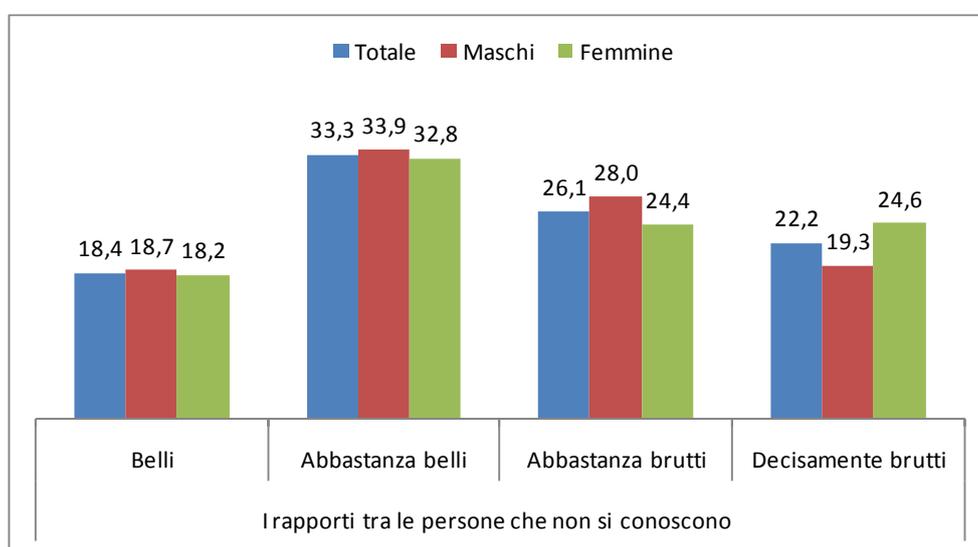
Fig. 3 - Come giudica il comportamento dei potenti?

Fonte: indagine Censis, 2011

LA FORZA DELLE BELLE PERSONE

Invece più del 50% degli italiani ritiene che siano belli i comportamenti tra le persone che non si conoscono (Fig. 4), che si incrociano quotidianamente per strada, nei negozi, sugli autobus, sono quindi rapporti sostanzialmente positivi: c'è cioè una forza di bellezza e di coesione nel riconoscere l'altro, nel cercare la solidarietà dell'altro.

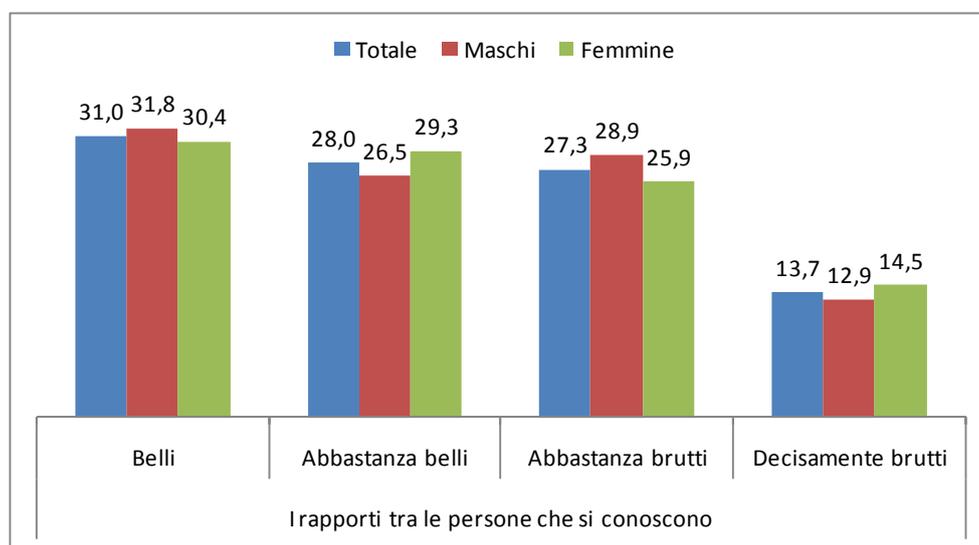
Fig. 4 - Come giudica i rapporti tra persone che non si conoscono?



Fonte: indagine Censis, 2011

È la moltitudine silenziosa di belle persone, la forza che muove il Paese: una fiducia reciproca di cui nessuno parla, fatta di piccoli gesti quotidiani e minuti, di piccole gentilezze, ma anche di controllo sociale, di attenzione, di vigilanza. Tutti la conosciamo questa bellezza, tutti la sperimentiamo, tutti ne siamo protagonisti, sia come autori che come beneficiari, eppure questa bellezza scorre silenziosa, forse alla ricerca che qualcosa o qualcuno le dia riconoscimento.

Ancora più deciso, ma forse più scontato, il giudizio estetico dei comportamenti tra le persone che si conoscono (Fig. 5), quasi il 60% li considera belli. Insomma siamo un popolo che sa stare insieme, in cui la bellezza è un valore legato alla realtà dei rapporti umani, all'autenticità delle relazioni interpersonali.

Fig. 4 - Come giudica i rapporti tra le persone che si conoscono?

Fonte: indagine Censis, 2011

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

Se chiediamo agli italiani quante siano le persone attente al bene comune nel nostro Paese (Tab. 3), solo l'11,7% ritiene che siano la maggioranza, per il 35% sono circa la metà, e per il 52% sono meno della metà o un'esigua minoranza.

Tab. 3 – Quanti sono gli italiani buoni? (val. %)

<i>Secondo Lei in Italia le persone attente al bene comune sono:</i>	Ripartizione				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	
La maggioranza dei cittadini	10,1	12,8	12,1	12,2	11,7
Circa la metà dei cittadini	42,1	26,7	38,4	31,7	35,0
Meno della metà	26,5	39,6	27,4	31,6	30,9
Un'esigua minoranza	21,3	20,9	22,1	24,5	22,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Ma quando la domanda fa riferimento ad esperienze direttamente vissute e conosciute (Tab. 4), la percezione della bontà delle persone aumenta: nel comune di residenza il 17,2% di noi pensa che le persone attente al bene comune siano la maggioranza dei cittadini e per il 38,8% sono circa la metà. Restringendo ancora di più il campo (Tab. 5) scopriamo che tra il 44,5% di noi ritiene che tra i nostri conoscenti le persone attente al bene comune siano la maggioranza e solo il 18,9% pensa che siano meno della metà o un'esigua minoranza.

Tab. 4 – Quanto sono buoni gli italiani che mi capita di incontrare? (val. %)

<i>E nel suo comune di residenza, le persone attente al bene comune sono:</i>	Ripartizione				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	
La maggioranza dei cittadini	17,0	24,3	17,3	13,3	17,2
Circa la metà dei cittadini	44,7	40,5	41,1	31,9	38,8
Meno della metà	23,1	24,9	21,6	29,8	25,5
Un'esigua minoranza	15,2	10,3	20,0	25,0	18,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Più sono lontane e più le persone ci paiono inaffidabili, ma quando poi sono quelli che incontriamo tutti i giorni non possiamo non riconoscere che l'attenzione al bene comune sia un'attitudine molto più diffusa di quel che si potrebbe credere, insomma siamo meno brutti di quel che pensiamo.

Tab. 5 – Quanto sono buoni i miei amici?(val. %)

<i>E tra i suoi conoscenti/familiari?</i>	Ripartizione				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	
La maggioranza	48,5	49,7	46,8	37,1	44,5
Circa la metà	34,8	34,1	37,8	38,6	36,6
Meno della metà	11,0	9,2	10,6	12,6	11,1
Un'esigua minoranza	5,7	7,0	4,8	11,7	7,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Prova ne è che quando la domanda interpella l'italiano sul suo comportamento personale (Tab. 6), il 35,8% si dice sempre pronto a prendersi cura del bene comune, un dato questo che forse ha una componente di eccessiva considerazione di sé, ma che se non altro denota una forte tensione, un radicato desiderio di sentirsi migliori, è un sentimento che, in qualsiasi circostanza, è il punto di partenza per qualsiasi miglioramento. Con un po' più di onestà, forse, il 52,6% ammette che l'attenzione al bene comune non è totale, ma che "spesso" se ne ricorda e se ne prende cura.

Tab. 6 – Quanto sono buono io?(val. %)

<i>E lei personalmente ritiene di prendersi cura del bene comune?</i>	Ripartizione				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	
Sì sempre	31,6	38,6	42,5	33,6	35,8
Spesso	55,2	51,6	46,1	55,0	52,6
Raramente	11,7	9,8	10,4	10,5	10,7
Mai	1,5		1,0	0,9	0,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Non possiamo quindi affermare con certezza che gli italiani, dal punto di vista dei comportamenti reali, siano "buoni", ma certamente vorrebbero esserlo, un'aspirazione al bene che è tutt'altro che sopita, ma che anzi cerca canali e mezzi per esprimersi e per realizzarsi.

Sorprende infine che non vi siano particolari differenze geografiche: l'attenzione al bene comune, o meglio la percezione che i cittadini ne hanno, è sostanzialmente la stessa al nord come al sud.

Il patrimonio artistico come punto di ripartenza

La bellezza è il pane quotidiano di questa forza morale, non a caso solo il 10% degli italiani quando pensa al patrimonio artistico del nostro Paese lo associa ad un potenziale business, mentre il 21,5% lo considera principalmente un'attrazione turistica. Possiamo quindi dire che il 30% circa degli italiani pensa al nostro patrimonio artistico in termini utilitaristici; per il 27% rappresentano invece la nostra forza identitaria; ma la cosa più interessante è che il 41,3% sente che le cose meravigliose che sono presenti nel nostro Paese possono costituire la molla che ci farà ripartire e che potrebbe permettere un rilancio dell'Italia.

Tab. 7 – A cosa servono le bellezze dell'Italia? (val. %)

<i>Quando pensa al patrimonio artistico del nostro Paese ritiene che sia:</i>	Ripartizione				Totale
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud e isole	
Un potenziale Business	11,0	12,5	10,0	8,4	10,2
Un'attrazione turistica	21,6	21,2	21,1	21,9	21,5
La nostra forza e identità nazionale	28,4	23,9	23,7	29,3	27,0
Il punto da cui ripartire per rilanciare il Paese	39,0	42,4	45,2	40,4	41,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Un rilancio che certamente comprende il business turistico, ma che non si esaurisce lì: è la linfa vitale a cui attingere, per ritrovare orgoglio e voglia di fare, speranza e gusto della vita.

Certamente è un sentimento “confuso”, non razionale, ma lo scarto tra la visione utilitaristica e la visione artistica è nettissimo: l'arte e la bellezza non “servono”, nel senso che non devono essere utilizzate come uno strumento qualsiasi, come un'attrazione, ma “esistono” e con il loro esistere possono dare senso e speranza alla vita.

Non abbiamo perso la fiducia nel futuro

Sorprende non poco il fatto che al termine di un anno difficile come il 2011 alla domanda: “quanto è grande la tua speranza e la tua fiducia nel futuro?” (Tab. 8) il 25,5% degli italiani risponda: “molto” e il 36,9% “abbastanza”. Non si tratta di speranze collettive, ma nemmeno solo di una dimensione privatistica del futuro si tratta espressamente di una visione fiduciosa del futuro, gli italiani insomma non si rassegnano alla tristezza imposta da una certa lettura della realtà. La vita ha ancora molto da offrire a tutti noi.

Tab. 8 – Quanto è grande la speranza degli italiani? (val. %)

<i>La speranza è una visione fiduciosa del futuro che illumina e guida il presente. Detto questo, quanto è grande la tua speranza?</i>	Età				Totale
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	Oltre 64 anni	
Molto	24,7	25,1	25,9	26,0	25,5
Abbastanza	49,3	40,7	34,5	28,5	36,9
Poco	22,7	28,1	33,5	37,4	31,4
La speranza è una visione che non mi appartiene	3,3	6,1	6,1	8,1	6,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

È forse fisiologico, ma deve anche far riflettere, il fatto che la speranza e la fiducia nel futuro decresca con gli anni. O meglio c'è un ottimismo caratteriale e innato che è quello che ci fa dire: “io sono molto fiducioso” e non cambia con l'età, infatti la percentuale di persone che dichiarano di avere un forte sentimento di speranza nei confronti del futuro, rimane intorno al 25% in tutte a tutte le età; mentre è inversamente proporzionale all'età la percentuale di coloro che dichiarano di avere abbastanza fiducia nel futuro; per cui il 49,3% dei giovani è abbastanza fiducioso, mentre la percentuale non arriva al 29% presso gli anziani, segno che forse le difficoltà della vita intaccano la fiducia dei titubanti più che degli ottimisti nati.

La forza spirituale degli italiani

Verrebbe da chiedersi da dove venga tanta fiducia, in parte anche dal fatto che gli italiani credono ancora in loro stessi come popolo credono che la forza spirituale degli italiani sia ancora accesa!

È certamente difficile definire il concetto di “forza spirituale”, ma se ne consideriamo solo la portata evocativa- e in un questionario riteniamo sia la cosa giusta da fare- possiamo convenire che con tale termine si possono indicare tutte le differenti tensioni etiche, i valori, il bisogno di andare oltre la sfera materiale, la voglia di elevarsi e in generale tutto ciò che rappresenta la natura più elevata di un uomo.

Nel 1945 Adriano Olivetti, parlando agli operai della sua fabbrica, in uno scenario di distruzione e di disperazione disse:

“C’è in queste mie parole di ottimismo e di speranza una certezza, una fede che non può essere oscurata dalle mille ombre di una situazione tremendamente difficile.

L’Italia è nella situazione della Germania del 1918: c’è stata una catastrofe, una guerra perduta, c’è una svalutazione monetaria che non sembra aver fine, c’è una crisi economica. Se non arriva il carbone dai porti italiani o dalle strade ferrate dell’Europa centrale, fra pochi mesi tutto il paese è gettato nella disoccupazione.

C’è una crisi di civiltà, c’è una crisi sociale, c’è una crisi politica. L’ingranaggio della società che è stato rotto nell’agosto 1914 non si è più potuto ricostruire, non ha mai più funzionato, e indietro non si torna.

Allora, amici, vorrete domandarmi: dove va la fabbrica in questo mondo? Cosa è la fabbrica nel mondo di domani? Come possiamo contribuire col nostro sforzo e col nostro lavoro a costruire quel mondo migliore che anni terribili di desolazione, di tormenti, di disastri, di distruzione, di massacri chiedono all’intelletto e al cuore di tutti, affinché giorni così tristi né i nostri figli né i figli dei nostri figli e molte generazioni ancora non potranno dimenticare, né potranno, una seconda volta, affrontare?

Ardua è la mia risposta e arduo il cammino per una nuova meta. Non pretendo oggi rispondere esaurientemente all’interrogativo.

Ma questo sta nel cuore di tutti voi, come una speranza che illumina la vostra giornata di lavoro, con una certezza che non renda vani i sacrifici già fatti e quelli che ancora sono sulla vostra strada.

Cosa faremo, come faremo? Tutto si riassume in un solo pensiero, in un solo insegnamento: saremo condotti da valori spirituali. Questi sono valori

eterni, seguendo questi i beni materiali sorgeranno da sé senza che noi li ricerchiamo.

Ebbene i valori spirituali di cui parlava Adriano Olivetti (Tab. 9) sono ancora vivi, la forza spirituale degli italiani è ancora accesa!

Tab. 10 – La forza spirituale degli italiani? (val. %)

È d'accordo con la seguente affermazione: "La forza spirituale degli italiani è ancora accesa"	Età				Totale
	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	Oltre 64 anni	
Molto	11,9	16,7	18,9	20,8	17,7
Abbastanza	58,7	48,3	51,9	48,7	51,1
Poco	24,5	28,8	22,3	25,4	25,2
Per niente	4,9	6,2	6,9	5,1	6,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Il 17,7% di noi ne è assolutamente convinto, mentre il 51,1% si dice abbastanza convinto, e solo il 6% degli italiani pensa che ormai non ci siano più valori spirituali in grado di animare i cittadini.

È infine significativo che non vi siano particolari differenze d'opinione tra le generazioni: la percentuale dei molto e abbastanza rimane intorno al 70%, anche presso gli anziani, tradizionalmente più inclini a ritenere che il sistema di valori vada deteriorandosi col tempo; anzi i più ottimisti sulla tenuta spirituale degli italiani sono proprio i più avanti con gli anni che al 20,8% si dicono totalmente d'accordo nel ritenere ancora accesa la forza spirituale dei propri concittadini.

I motivi di speranza per l'Italia

Ma allora quali sono i motivi di speranza per l'Italia? Solo il 7,9% (Tab. 10) confida sul fatto che siamo tutto sommato un Paese ricco, appena il 5,7% (curioso notare che tale percentuale salga leggermente al centro) degli italiani ripone la sua speranza nella classe dirigente, ma ben il 45,1% considera che vi siano ancora molte persone intelligenti e che in qualche modo questa intelligenza verrà rimessa presto in circolo. Ancora una volta

la bellezza sembra poter salvare il Paese, perché il 41,3% degli italiani ritiene che il fatto di essere il Paese più bello del mondo sia il principale motivo di speranza per l'Italia.

Tab. 10 – I motivi di speranza (val. %)

<i>Se pensa all'Italia, dove vede motivi di speranza?</i>	Ripartizione				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	
Siamo un Paese ricco	10,8	6,9	7,4	6,6	7,9
Ci sono molte persone intelligenti	40,7	48,3	44,9	46,8	45,1
Siamo il Paese più bello del mondo	43,1	39,1	40,3	41,6	41,3
La classe dirigente ci salverà	5,4	5,7	7,4	5,0	5,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Investire in cultura

La bellezza è il pane quotidiano di questa forza, e non a caso solo il 10% degli italiani quando pensa al patrimonio artistico del nostro Paese lo associa ad un potenziale business, mentre per il 27% rappresenta invece la

La cultura rimane l'investimento preferito degli italiani quando devono pensare al futuro del loro Paese: (Tab. 11), solo nel nordovest gli investimenti nell'industria vengono preferiti a quelli in qualsiasi altro settore, ma nel resto del Paese la cultura, evidentemente nella sua più ampia accezione, viene considerata l'ambito strategico più importante in cui concentrare le risorse. Il 32,6 % degli intervistati, se fosse il Presidente del Consiglio, preferirebbe investire in cultura piuttosto che in qualsiasi altro settore.

Tab. 11 – Se Lei fosse il Presidente del Consiglio investirebbe: (val. %)

	Ripartizione				Totale
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e isole	
Nell'Industria	33,5	30,9	22,6	22,7	27,1
Nei servizi	17,1	19,6	25,3	18,1	19,5
In agricoltura	18,7	18,5	18,9	24,8	20,8
Nella cultura	30,7	31,0	33,2	34,4	32,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011

Imbarbariti più che intristiti

Che i mali dell'Italia siano legati anche ad un modo di percepire le cose, un modo non necessariamente legato alla realtà oggettive, lo dimostra il fatto che il 23,8% ritiene che la causa principale di malessere del Paese è che questo si sia intristito; mentre per il 46% (Tab. 12) ritiene che si sia imbarbarito. Solo il 9,1% pensa infine che si sia imbruttito, le cose belle cioè restano e il gusto per il bello anche, forse sono state un po' dimenticate, ma ci sono e ci accompagnano, quello che, ancora una volta.

Tab. 12 – Cosa è successo all'Italia? (val. %)

<i>Se pensa ai mali dell'Italia ritiene che il Paese si sia:</i>	Sesso		Totale
	Maschio	Femmina	
Intristito	22,6	25,0	23,8
Imbruttito	7,4	10,6	9,1
Imbarbarito nei rapporti umani	48,1	44,0	46,0
Instupidito	21,9	20,4	21,1
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2011