

Censis 25 settembre 2018

1° Rapporto Auditel-Censis: scattata la fotografia della società italiana e dei cambiamenti che sta attraversando

Oltre 6 milioni di donne sono capofamiglia. Aumentano le coabitazioni per ragioni economiche. I bambini tra 4 e 10 anni si rivelano precoci digitali. Clamoroso il boom di accessori domestici: mentre la tv spopola e lo smartphone invade anche il letto (28 milioni di adulti navigano sul web di notte), nelle case sono più i forni a microonde che le lavastoviglie, scompare la segreteria telefonica e si fa largo la vasca idromassaggio

Roma, 25 settembre 2018 - È stato presentato oggi al Senato della Repubblica il «1° Rapporto Auditel-Censis su convivenze, relazioni e stili di vita delle famiglie italiane». Il Rapporto si fonda sulla ricerca di base Auditel, che 7 volte l'anno intervista, casa per casa, oltre 41.000 italiani e scatta così una fotografia originale e preziosa della società: le dotazioni delle famiglie (dal tostapane alla fibra ottica), le interazioni e i ruoli decisionali, i consumi mediatici.

Le persone che vivono sole. Sono 5,7 milioni. E 1,3 milioni vivono con parenti o con altre persone con cui non hanno relazioni di coppia o genitoriali.

Le donne con ruolo di capofamiglia sono ormai 6,3 milioni. Pari al 25,7% del totale delle famiglie. Oltre alle donne che vivono sole (capofamiglia per definizione) altre 2,9 milioni vivono in coppie con o senza figli, di cui ben 1,7 milioni assolvono da sole al ruolo di genitore: una straordinaria esperienza di esercizio della responsabilità femminile nel quotidiano di cui troppo poco si parla.

Le coabitazioni che includono anche persone senza legami di parentela sono 2,3 milioni. Le ragioni? Molteplici, ma sarebbe un errore sottovalutare quelle economiche, che spingono ad affittare o subaffittare stanze.

Le case degli italiani sono stracolme di elettrodomestici tradizionali o di ultima generazione. Tra tutti, spicca il televisore: ve ne sono oltre 43 milioni (il 97,1% delle famiglie ne possiede almeno uno), contro 14 milioni di pc portatili (48,1%), 7,4 milioni di tablet (26,4%), 5,6 milioni di pc fissi (22,1%). Rafforza il primato della tv questo dato: il 19,3% delle famiglie dispone di almeno un televisore connesso al web (smart tv o apparecchio tradizionale connesso al web con dispositivo esterno). I telefoni cellulari sono presenti in oltre il 95% delle famiglie, i telefoni fissi solo nel 60% circa. Il forno a microonde, che ritroviamo nel 53% delle abitazioni, batte la lavastoviglie, utilizzata da quasi il 45%. Gli impianti di aria condizionata arrivano al 29,7%. Il sistema hi-fi con componenti separati al 16,5%. La linea fissa solo dati al 13,2%. La vasca idromassaggio al 4,9%. Residuali la videocamera digitale (6,5% delle famiglie) e la segreteria telefonica (2,1%).

La connessione al web è ormai capillare e coinvolge anche gli anziani. Wireless e connessione mobile, in casa, al lavoro, negli esercizi e spazi pubblici, rendono il web imprescindibile nelle dotazioni individuali e nelle relazioni collettive. Il 49,6% delle famiglie dispone di una connessione a banda larga, con una forte oscillazione territoriale

(che penalizza il Sud) e sociale (che penalizza le famiglie a basso livello socio-economico).

I minori sono autentici precoci digitali. Nella fascia d'età 4-10 anni il 17,6% ha il cellulare, il 6,7% utilizza il pc fisso, il 24,2% il portatile, il 32,7% il tablet e il 49,2% è connesso al web. I nati dal 2000 in avanti sono il banco di prova tangibile degli effetti sociali, anche sulle relazioni familiari, dei nuovi strumenti tecnologici.

I figli sono un formidabile moltiplicatore dei consumi. È vero che le famiglie con figli sono quelle che più soffrono per le difficoltà economiche e che il terzo figlio è in molti casi una delle determinanti della povertà. Tuttavia emerge con nettezza che la famiglia con figli ha una propensione al consumo maggiore. Le famiglie monogenitoriali sono le più in sofferenza sul piano economico, visto che stentano a stare dietro alla dinamica incrementale della dotazione di beni legata alla presenza di figli e adolescenti.

È prevalente il potere decisionale maschile su settori vitali della vita familiare nelle coppie con o senza figli. Gli acquisti quotidiani e di elettrodomestici sono gli unici ambiti a prevalente potere decisionale femminile. Il resto è tutto in mano ai maschi, che nella gran parte dei casi sono i capofamiglia. Cresce tuttavia il peso dei figli nel caso di decisioni di spesa per i device informatici.

C'è una netta propensione a convivere con persone del proprio gruppo sociale, per livello di scolarità e per professione svolta. Le donne, più degli uomini, tendono a fare coppia con partner che svolgono attività professionali dello stesso livello. E sono più propense ad accettare uomini con minore capitale culturale. Vince su tutto l'omogeneità socio-economica e professionale delle coppie, in sintonia con una società dalla mobilità bloccata quasi per ceti.

Le famiglie italiane sono alle prese con la formidabile potenza erosiva delle fruizioni individualizzate degli smartphone, che azzerano di fatto i momenti di aggregazione collettiva. Una persona, uno smartphone è la metrica ormai imperante in tutte le tipologie familiari: una condizione di base, strutturale, che consente a ogni singolo membro di fruire in totale autonomia e piena comodità di contenuti modulati sui propri specifici interessi. Lo smartphone è utilizzato dalla quasi totalità dei membri delle famiglie, trasversalmente alla condizione socio-economica. Ma in solitudo, per se stessi e non in fruizione collettiva. Sono addirittura 28 milioni, poi, gli utilizzatori notturni che lo hanno eletto a inseparabile partner sin nel proprio letto. E ben 11,8 milioni indicano esplicitamente la fruizione sempre e ovunque dello smartphone sul web. Per comparazione, pensando al televisore non si può non sottolineare la sua capacità di aggregazione e di generazione di convivialità nelle famiglie. Le tirate di qualche anno fa contro la tv accusata di distruggere la relazionalità rivelano, perciò, una volta di più, tutta la loro vuotezza retorico-moralistica. Nella maggior parte delle famiglie la tv aveva e ha ancora una fruizione prevalentemente collettiva: riunisce dinanzi a sé, in contiguità fisica, i membri delle coabitazioni, con un'alternanza di silenzi (per ascoltare) e scambi di opinione tale da poter tranquillamente affermare che il televisore crea i presupposti tecnici e di contenuto della relazionalità familiare.

Come spiega Andrea Imperiali, Presidente di Auditel, «grazie alla collaborazione e alla costante interazione con le principali istituzioni statistiche del Paese, Auditel ha potuto

perfezionare e validare un approccio assolutamente originale e lontano dai luoghi comuni per fotografare le trasformazioni in atto nella società italiana. Ora, assieme al Censis, abbiamo deciso di sistematizzare e rendere pubbliche le risultanze della ricerca di base Auditel che rende possibile un racconto reale della nostra società, giacché è basato su un lavoro d'indagine non mediato e realizzato interamente sul territorio, porta a porta» sottolinea Imperiali.

«La famiglia, collante della società, ha cambiato pelle con l'evoluzione sociale: siamo passati dalla famiglia Spa, che combinava redditi e patrimoni, alla famiglia di cura garante di welfare informale e reddito per i componenti non autosufficienti e i figli precari, fino all'attuale rischio di una famiglia disintermediata, alle prese con le sfide che minacciano la relazionalità interna», ha detto Giuseppe De Rita, presidente del Censis. «Il consumo individuale legato agli smartphone connessi al web fa saltare quella quotidiana ritualità conviviale costruita intorno alla visione dei programmi televisivi. Il Rapporto Auditel-Censis ha messo sotto i nostri occhi la portata della sfida, visto anche l'intenso e precoce utilizzo dei device digitali da parte di adolescenti e bambini», ha concluso De Rita.

Questi sono i principali risultati del «1° Rapporto Auditel-Censis su convivenze, relazioni e stili di vita delle famiglie italiane», che è stato presentato oggi a Roma da Francesco Maietta, Responsabile Area Politiche sociali del Censis, e discusso da Andrea Imperiali, Presidente di Auditel, Giuseppe De Rita, Presidente del Censis, Vito Crimi, Sottosegretario all'Editoria e all'Informazione, Claudio Durigon, Sottosegretario al Lavoro e alle Politiche sociali, Gian Carlo Blangiardo, Docente del Dipartimento di Statistica e Metodi quantitativi dell'Università di Milano Bicocca, e Renato Loiero, Presidente della Commissione di Garanzia dell'Informazione statistica.