ELEZIONI, L'INCOGNITA MILLENNIAL

Mancano pochi giorni al voto e i partiti sembrano più preoccupati di annunciare ministri e sottosegretari anziché di spiegare all'opinione pubblica come intendano affrontare i problemi più urgenti del Paese. Ancor meno i candidati appaiono interessati a offrire una prospettiva di crescita ai giovani, che su internet e in particolare sui social evidenziano in queste ore disorientamento e apatia. Non è escluso che l'astensionismo dilaghi e che soprattutto i millennial rimangano a casa o ignorino completamente la chiamata alle urne. E non per scarso senso civico o per inesistente senso del dovere, come vorrebbe insinuare qualche paternalista, quanto piuttosto per una comprensibile mancanza di empatia con la attuale classe dirigente del Paese.

Dall'agenda dei temi della campagna elettorale sono stati completamente emarginati quelli dell'innovazione tecnologica, della valorizzazione dei talenti, dell'individuazione di un nuovo welfare rivolto soprattutto alle nuove generazioni e a quanti devono inserirsi nel mondo del lavoro.

Le ragazze e i ragazzi nati all'inizio del millennio, che si trovano alla prima esperienza di voto, mostrano umori cangianti, sentimenti fluidi, anche nelle esternazioni sui social. Sembrano avere idee confuse sull'andamento delle vicende politiche e commentano gli avvenimenti e i messaggi elettorali con distacco e sull'onda dell'emotività, senza forti convinzioni.

Il farraginoso e criptico Rosatellum non aiuta peraltro a capire se si debba votare per una persona o per un partito, con il concreto rischio dell'annullamento della scheda, zeppa di nomi, sigle e simboli a volte sconosciuti. Onestà, trasparenza, vicinanza, idee semplici, praticabili, ma soprattutto coinvolgenti, innovative e sganciate dai vetusti schemi del passato. I giovani chiedono questo alla politica, vale a dire uno sforzo di creatività e di immaginazione, che la politica non sembra in grado di poter assicurare, immiserita come appare in sterili contrapposizioni e demagogici proclami.

È la fotografia scattata anche da uno studio sui giovani dell'Istituto **Toniolo** - in collaborazione con l'Università Cattolica e con il sostegno di Fondazione Cariplo e Intesa Sanpaolo - che sarà pubblicata in aprile (ed. Il Mulino). Sono stati analizzati i dati di un'indagine condotta a ottobre 2017 sull'atteggiamento delle nuove generazioni (campione di 3034 persone di età 20-34 anni rappresentativo su scala nazionale) verso la politica e sul loro orientamento al voto, in combinazione con il profilo sociale, la condizione economica e i valori di riferimento.

Emerge che il 40% dei giovani è lontano dalla politica e solo il 35% aderisce convintamente ad un partito o movimento in campo.