

Newsletter SeiTreSeiUno

lunedì 18 gennaio 2010

Carissimi lettori,

dieci giorni fa rientravo dalla Terra Santa… ma la testa e il cuore sono in gran parte rimasti là!

Vorrei avere tempo, energie e capacità per riprendere qualcuna delle intuizioni spirituali che quei luoghi e quella compagnia sono riusciti a suscitare in me, alla luce della Parola di Dio… ma non so se le pubblicherò: ho sempre detto che questo sito non è fatto anzitutto per comunicare di me.

Questa Newsletter vuole riprendere il tema dell'educazione, in specie nei temi della crisi economica: solo qualche spunto, giusto per imbastire qualche riflessione personale (e comune, perché no!) sull'argomento.

In questo mese vogliamo pregare in modo particolare perché ci sia pace in ogni angolo della Terra e in ogni cuore, e non dimentichiamo il tema dell'unità fra le diverse confessioni cristiane. Vedremo se riusciremo a pubblicare qualcosa in proposito.

Come al solito, chiudiamo con la gratitudine per coloro che ci seguono quotidianamente e che diffondono agli amici la conoscenza di questo sito!

don Chisciotte

Questa Newsletter ti raggiunge perché ti sei registrato sul sito.
Se preferisci non riceverla più, basta inviare una mail a info@seitreseiuno.net

Crisi, il «silenzio» dei genitori. Tra i figli resiste il consumismo

I genitori italiani cercano di tenere i loro figli lontano dai problemi collegati alla crisi economica. Rinunciano a qualche vestito, a un viaggio, agli oggetti elettronici, alla cena fuori, ma **non lo fanno pesare ai loro pargoli, che mantengono sostanzialmente inalterati gli stili di vita**. La famiglia, insomma, fa da scudo. Lo rivela una ricerca del "Centro studi Minori e media", realizzata in collaborazione con l'Università di Firenze, su un campione di studenti tra i 15 e i 20 anni, presentata ieri nella sede del Consiglio regionale del capoluogo toscano.

Due ragazzi su dieci non sanno se la crisi economica pone problemi alla famiglia e solo la metà dei genitori cerca di coinvolgere i figli, di responsabilizzarli sui problemi che la difficile congiuntura pone al nucleo familiare. **I genitori cercano di proteggere i figli**, anche nel caso in cui la crisi ponga problemi gravi. E li pone, anche se non sempre gravi, almeno nel 60% dei casi.

Ma cosa pensano realmente i giovani della crisi? Analizzando i dati della ricerca possiamo stilare una classifica che parte da coloro che sono i più colpiti a coloro che lo sono meno: al primo posto c'è chi è senza lavoro o ha un lavoro precario, al secondo i lavoratori dipendenti, al terzo gli anziani, al quarto i lavoratori autonomi, al quinto i giovani, all'ultimo posto le donne. **Per i giovani intervistati le principali cause della crisi sono l'evasione fiscale, i paradisi fiscali e l'assenza di regole e di organismi di controllo**. Per cui «i principali responsabili della crisi sono i governi» e per uscirne «il governo dovrebbe sostenere le famiglie che non arrivano alla fine del mese, mentre la principale conseguenza della crisi sarà l'aumento del divario tra ricchi e poveri».

La principale fonte mediale di informazione sulla crisi economica dei giovani intervistati è la televisione. Nonostante l'impiego ormai assiduo di internet, **solo il 7% dei ragazzi usa il web per accedere a notizie sulla crisi. Solo il 9% dichiara di informarsi leggendo un giornale. Nove ragazzi su 10 hanno dichiarato che sarebbero interessati a ricevere più informazioni sulla crisi economica. Solo il 6% ha detto che l'argomento crisi economica non gli interessa**.

Alla domanda «che sentimento ti suscitano le notizie sulla crisi economica?», un terzo degli intervistati ha risposto «**rabbia e voglia di reagire**» ed un altro terzo ha risposto «**senso di impotenza**». «I giovani del Sud – a giudizio dei curatori della ricerca – reagiscono soprattutto con il ribellismo. Fra i giovani del Nord prevalgono atteggiamenti passivi: l'indifferenza o la sensazione di impotenza».

In conseguenza della crisi economica sono cambiati il modo di vivere e i consumi dei giovani? Analizzando i dati della ricerca su "Minori, mass media e crisi economica" scopriamo che **la crisi economica ha avuto poche o nessuna conseguenza sullo stile di vita dei ragazzi intervistati. Solo il 6% ha dichiarato di aver avuto un grosso cambiamento nel proprio stile di vita**.

Per quanto riguarda le attività ricreative e i consumi individuali **i giovani hanno visto diminuire di poco le proprie disponibilità**. Solo il 6% dei ragazzi intervistati ha dichiarato che la paghetta che ricevono dai genitori gli è stata ridotta parecchio o tolta.

Incrociando la riduzione o meno della paghetta con i maggiori o minori problemi che la famiglia del giovane ha avuto in seguito alla crisi economica, notiamo che **anche in caso di problemi gravi, ai giovani non viene quasi mai negata la propria liquidità**. Solo il 6% degli intervistati ha rinunciato alla discoteca o ci va molto meno. Solo il 9% ha rinunciato a fare sport o lo fa molto meno. Soltanto il 10% ha rinunciato ad andare a mangiare fuori o ci va molto meno.

E gli acquisti? **La riduzione dei consumi è stata molto contenuta**: l'83% del campione ha ridotto poco o per niente l'acquisto dei beni proposti, ovvero scarpe, vestiti, libri, riviste e fumetti, musica, ricariche del cellulare, oggetti elettronici.

Analizzando infine la visione del futuro del giovane in questo momento di crisi economica, notiamo che **un terzo degli intervistati pensa che la propria vita rimarrà la stessa**; la metà del campione teme che la propria vita peggiori; il 14% è convinto che la propria vita migliorerà, perché «la gente tornerà a dare importanza alle cose essenziali».

Andrea Fagioli

http://www.avvenire.it/Cronaca/Crisi+il+silenzio+dei+genitori+Tra+i+figli+resiste+il+consumismo_20091022082546510000.htm

Lo scoglio che non t'aspetti

C'è un'Italia che tira la cinghia e non riesce a dirlo ai suoi figli

«Figlio mio, sai che c'è? Si deve tirare la cinghia…». Così semplice, così difficile. Anche in tempi di crisi. Perché in fondo non ci si credeva poi tanto, perché sembrava lontana, perché le file di impiegati rampanti che vanno a casa con lo scatolone in mano le vedevamo solo in televisione. **Parlarne, soprattutto in casa, a volte sembra uno scoglio insormontabile, più semplice lasciar parlare giornali e tg**, e chi ha orecchie per intendere intenda.

I dati che emergono dalla ricerca "Minori, mass media e crisi economica" (di cui diamo conto a pagina 4) sollecitano qualche riflessione. Perché se i genitori faticano a comunicare ai figli adolescenti le difficoltà, magari non ancora drammatiche, nelle quali si dibattono, i ragazzi, che pure percepiscono la criticità del momento perché bombardati dalle informazioni martellanti, **non decodificano il messaggio e non ne traggono le dovute conseguenza**. Chi si adagia nel senso di impotenza e chi prova impulsi di rabbia e di ribellione. Ma **in pochi hanno visto diminuire le proprie disponibilit**à – ah, la mitica e mitizzata paghetta! –, in pochissimi si sono trovati a dovere o voler ridurre gli acquisti di abbigliamento, ricariche, oggetti elettronici. Solo una minima parte ha modificato il proprio stile di vita.

Sono lontani i tempi del paterno "cappotto rivoltato", protagonista di una canzoncina del dopoguerra, che scaldò generazioni di ragazzini che nulla sapevano di look, ma apprezzavano il tepore di una palandrana sformata. La povertà non è mai davvero "nuova" e non lo sono neppure il pudore con

cui la si vive, la discrezione nell'esporla pubblicamente. **Nuovo è il contesto in cui la si coglie**. Ed è semmai sorprendente che, in tempi in cui tutto si ostenta, il privato è pubblico in tutte le sue pieghe più indiscrete, la comunicazione è un imperativo, si scorgano proprio tra le mura di casa le ombre dei silenzi, fors'anche della vergogna quando le cose non girano più per il verso giusto, quando la crisi buca lo schermo del televisore e invade il salotto, la cucina, sostituisce il dialogo schietto con imbarazzati bisbiglii.

Improvvisamente si confrontano e magari si scontrano atteggiamenti diversi, persino opposti, dirompenti. **La naturale ritrosia a rendere palesi le proprie difficoltà si avvita su se stessa**, persino la famiglia da punto di forza poco a poco si trasforma in fortezza. Assediata. Scattano i piani di difesa, le rinunce, le attenzioni. Ma **i ragazzi… No, loro non devono patire per le nostre piccole o grandi sconfitte**. È pronto lo scudo, che solo in apparenza li difende, in realtà rende schizofrenica la loro percezione di ciò che sta accadendo. **La crisi c'è, forse, ma è lontana, non ci tocca. E nulla deve cambiare**.

Magari il posto fisso è già volato via travolto dagli eventi, magari c'è solo bisogno di darsi una regolata perché i prezzi corrono e lo stipendio no, magari «oggi per noi va tutto bene, ma domani chissà…». Ecco **un'occasione preziosa di dialogo, di condivisione, di crescita**. Perché si può dire al proprio figlio adolescente: guarda che **non siamo in un videogioco**, quella crisi di cui parla la tv ora è qui, in casa nostra! Non una sconfitta, ma una sfida, alla quale si può provare a rispondere insieme, **portando ciascuno il proprio carico**, sacrificando chi l'auto nuova o la borsetta firmata e chi cento sms. Un momento difficile che si trasforma in occasione educativa. Dall'umiliazione all'azione, dall'indifferenza alla differenza. Certo, non è la soluzione di tutto. Ma aiuta.

Marco Bertola

http://www.avvenire.it/Commenti/C+UNITALIA+CHE+TIRA+LA+CINGHIA+E+NON+RIESCE+A+DIRLO+AI+SUOI+FIGLI_20091022083300463000 0.htm