



CONFITARMA
Confederazione Italiana Armatori

In collaborazione con



GLI ITALIANI E IL MARE: UNA PASSIONE SENZA CONFIDENZA

Roma, 6 luglio 2004

La ricerca è stata realizzata dall'*Ufficio Ricerche e Statistiche di Confitarma*

Il Gruppo di lavoro è stato coordinato da Francesco Benevolo e composto da Lucia Greco e Noli Mazza, per la predisposizione degli strumenti di indagine, da Maria Antonietta Mariani, per la redazione dei testi, e dalla società Codres, per la rilevazione campionaria telefonica e le elaborazioni statistiche.

Indice

<i>1. Considerazioni introduttive</i>	<i>Pag.</i>	<i>5</i>
<i>2. L'esperienza</i>	<i>"</i>	<i>8</i>
<i>2.1. L'evasione</i>	<i>"</i>	<i>8</i>
<i>2.2. Il confine</i>	<i>"</i>	<i>9</i>
<i>2.3. L'attraversamento</i>	<i>"</i>	<i>10</i>
<i>2.4. Il contatto</i>	<i>"</i>	<i>11</i>
<i>3. Dal mito all'identità</i>	<i>"</i>	<i>15</i>
<i>3.1. Le figure dell'immaginario</i>	<i>"</i>	<i>15</i>
<i>3.2. Storia e navigazione</i>	<i>"</i>	<i>17</i>
<i>3.3. La nave e il mare: immagina ...</i>	<i>"</i>	<i>20</i>
<i>3.4. Identità e rappresentanza</i>	<i>"</i>	<i>23</i>
<i>3.5. Cultura del mare: i termini di una nuova identità</i>	<i>"</i>	<i>25</i>
<i>4. La struttura del campione</i>	<i>"</i>	<i>29</i>

1. Considerazioni introduttive

Arrivano scivolando sul mare, ma non nuotando, quasi fossero uccelli...Non amano l'acqua, e la temono, e non si capisce perché la frequentino. Anche loro vanno a branchi, ma non portano femmine, e si indovina che esse stanno altrove, ma sono sempre invisibili.

(da "Una balena vede gli uomini" di A. Tabucchi)

Un italiano su quattro non sa nuotare. Un italiano su tre ha comunque paura dell'acqua alta, indipendentemente dal saper nuotare o meno. Il 50% del Paese non si riconosce nella tradizionale identità dell'essere "un popolo di navigatori". Eppure l'80% ritiene che passato, presente e soprattutto futuro della storia d'Italia passi per il mare e la navigazione, e addirittura quasi il 70% vorrebbe un Ministero del Mare.

Sono questi, in estrema sintesi, i dati più emblematici dell'indagine realizzata dalla Confitarma sugli italiani e il mare. Una indagine ampia, rappresentativa, suddivisa in tre temi principali: la cultura del mare (i cui risultati sono proposti in questo Rapporto), il mare ed i media (che verrà presentata in autunno) e i giovani e le professioni marittime (disponibile entro dicembre).

L'obiettivo di questa ricerca è quello di contribuire, come imprese italiane di navigazione, alla riscoperta ed al rilancio della cultura marittima in Italia, una cultura ancora sottovalutata e troppo spesso accantonata da media, Istituzioni, collettività tutta, nonostante la centralità che per molti versi interpreta proprio il mondo marittimo nei diversi aspetti del vivere quotidiano, del produrre, del generare occupazione.

Per questo, all'interno del più ampio programma di attività "L'Italia del navigare", la Confitarma ha deciso di dedicare una specifica attenzione ai temi del sociale, accanto alle altre iniziative intraprese (giornata del mare, accordi con le Istituzioni, Road Show nei porti italiani, solidarietà, statistiche, etc.).

Nel corso di questa prima parte di indagine si è inteso ricostruire a grandi linee innanzitutto il rapporto che gli italiani hanno con il mare, soffermandosi sulle esperienze che stabiliscono l'incontro con questa realtà.

Luogo di vacanza, ma anche espressione del confine che a differenza di quello terrestre separa nettamente dall'altro, non lo rende visibile. Orizzonte, orlo, bordo, margine. Su cui ogni cosa oscilla tra la visibilità e la scomparsa, l'avvicinamento e l'allontanamento, uno stadio intermedio tra ciò che è noto e la diversità.

Il mare come immagine di uno spazio metafisico. In cui il porto diventa il punto da cui partire per incontrare altro, il posto di confine, e la nave il contenitore con cui si realizza il passaggio, si supera il confine. E' forse questa *intermedietà* in cui gli italiani hanno difficoltà ad immergersi?

L'esperienza del mare è più forte e diffusa tra la componente maschile della popolazione, tra le giovani generazioni e chi ha un livello culturale più elevato. La contiguità, il riconoscerlo come parte del proprio paesaggio di riferimento porta senza dubbio ad un rapporto più intenso, e ad una minore diffidenza (tab. 1.1)

E proprio nel passaggio generazionale tra i giovani (tra i 18 e i 29 anni) e gli anziani (oltre 65 anni) e in quello tra uomini e donne risiedono numerosi degli interrogativi su ciò che è stato e ciò che sta divenendo il rapporto tra l'Italia, i suoi abitanti, e il grande orizzonte marino.

Si sta configurando oggi, infatti, una nuova identità che vede un approccio rinnovato e disponibile, dinamico, ai temi marittimi, sulla quale occorrerà lavorare nei prossimi mesi ed anni per riportare il Paese a riappropriarsi di una considerevole porzione della sua storia e del suo futuro; riavvicinando terra e mare in una continuità in cui i porti rappresentino delle piattaforme di scambio fluide e non già delle frontiere tra certezza ed incertezza, opportunità e rischio, cammino e navigazione.

E le navi, in questo mutato scenario, continueranno ad interpretare il loro naturale ruolo di protagonismo, metà sogno e metà prodotto, accompagnando il Paese nei suoi viaggi, nel suo turismo, nei suoi commerci, nelle sue scoperte.

Tab. 1.1- L'esperienza del mare: evasione, confine, attraversamento, contatto. Val. %

	totale	genere		età		titolo di studio		comune di residenza		aree			
		maschio	femmina	giovani	anziani	fino a media inferiore	media superiore e laurea	di mare	entroterra	Nord ovest	Centro	Sud e isole	
Negli ultimi due anni ha trascorso prevalentemente vacanze al mare	67,6	68,6	66,7	81,8	45,5	43,8	74,2	66,7	68,3	65,2	62,8	63,1	74,9
Ha visitato più volte un porto turistico	76,8	79,1	74,9	73,8	73,1	60,2	85,6	85,2	70,3	89,3	76,2	75,8	67,7
Ha visitato più volte un porto peschereccio/commerciale	64,6	71,2	58,0	60,6	66,3	55,8	66,6	78,2	53,0	60,0	62,2	72,9	63,3
E' stato a bordo/ha visto da vicino di un traghetto/aliscafo	87,4	89,8	85,4	90,4	83,4	82,0	94,1	88,5	86,5	90,0	82,6	87,1	88,2
E' stato a bordo/ha visto da vicino di una nave da crociera	25,5	29,7	21,9	17,8	26,0	13,0	31,4	29,4	22,4	38,4	21,2	24,7	18,3
E' stato a bordo/ha visto da vicino di un peschereccio	37,8	45,5	31,2	33,9	37,3	26,8	43,0	41,8	34,7	37,5	41,5	40,2	34,7
E' stato a bordo/ha visto da vicino di una barca (vela, motore, etc.)	70,6	79,2	63,0	71,1	61,8	54,0	80,7	76,6	65,8	69,6	70,7	80,0	65,7
Nuota bene	57,4	69,5	47,0	79,7	35,1	29,7	72,6	67,9	49,2	62,3	56,6	51,8	57,1
Non sa nuotare	23,6	11,8	32,6	3,2	45,9	56,3	10,0	16,7	27,8	20,7	23,3	28,2	21,6
Ha paura dell'acqua alta	32,9	23,0	42,2	18,7	45,1	52,4	24,2	26,8	37,9	27,8	29,4	30,1	39,9
Vuole il Ministero del Mare	68,4	68,2	68,4	67,0	64,5	67,5	69,0	66,8	69,6	80,6	77,7	59,4	58,7

Fonte: indagine Confitarma, 2004

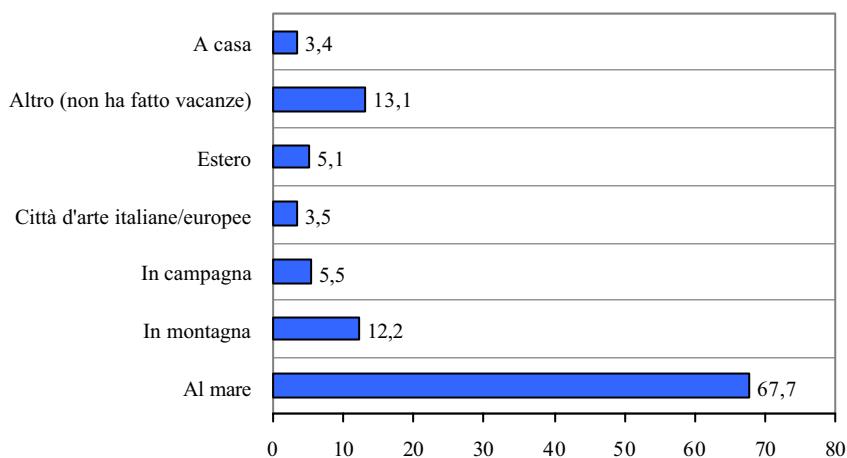
2. L'esperienza

2.1. L'evasione

Andare al mare sembra essere sinonimo di vacanza: il 67,6% del campione lo ha scelto negli ultimi due anni come luogo prevalentemente destinato alla vacanza, contro il 12,2% che trascorre le vacanze in montagna, il 5,5% che si sposta in campagna, il 5,1% che va all'estero ed un 3,5% che preferisce le città d'arte (fig. 2.1).

Mare come spazio di libertà dal lavoro, come Altro-luogo in cui effettuare la sospensione dalla regolarità dei ritmi quotidiani. La vacanza è momento di riposo, ma anche di scoperta, di ricerca di una condizione altra in cui separarsi da ciò che è, invece, abituale.

Fig. 2.1- La meta prevalente delle vacanze. Val. %



Fonte: indagine Confitarma, 2004

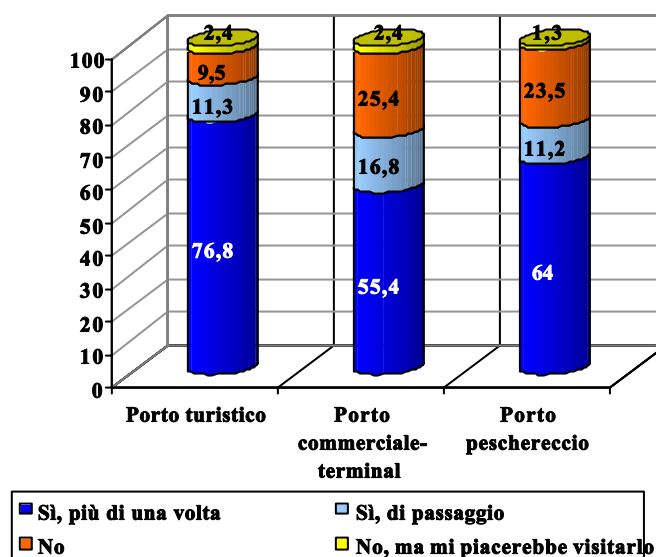
Certamente il desiderio di evasione e di scoperta è più forte tra i giovanissimi: 8 su 10 hanno trascorso al mare le proprie vacanze, mentre al contrario si affievolisce tra gli anziani (45,5%). Altrettanto evidente appare la modalità comportamentale tra chi ha un titolo di studio più elevato e gli altri (74,2% contro il 43,8%). La differente appartenenza generazionale e culturale determina un diverso approccio alla scelta del luogo di evasione. La contrapposizione tra costa ed entroterra, invece, non evidenzia uno scostamento rilevante

nell'identificazione del mare-vacanza, anche per coloro per cui il mare rappresenta uno scenario della quotidianità. A sottolineare ancora una volta la sua valenza come luogo del tempo di non lavoro.

2.2. Il confine

Il Porto è luogo di partenza, lì dove si supera il limite del proprio territorio per dirigersi verso altro. E' lo snodo nei meccanismi di produzione e di scambio. Qui si muovono i flussi turistici, le merci e il sistema di raccolta delle risorse marine, la pesca. Il percorso costiero al limite della terraferma è costellato di porti turistici, commerciali, pescherecci. Punti di connessione. Se il mare è legato all'esperienza della vacanza, non stupisce che la tipologia del porto turistico sia quella più conosciuta: 9 italiani su 10 ci sono stati, ed 8 più di una volta. Oltre la metà del campione (64%) ha visitato un porto peschereccio ed uno commerciale (55,4%), mentre in media 3 italiani su 10 non hanno mai messo piede in entrambe queste tipologie portuali (fig. 2.2).

Fig. 2.2– Visita al porto. Val. %



Fonte: indagine Confitarma, 2004

In particolare, gli abitanti dei comuni costieri mostrano naturalmente una maggiore confidenza con l'ambiente portuale (85,2% ha visitato più volte un porto turistico e il 78,2% un porto peschereccio contro il 70,3% ed il 53% degli abitanti dei comuni interni) (tab. 2.1).

Tab. 2.1- Al confine. Ha visitato più volte un porto... Val.%

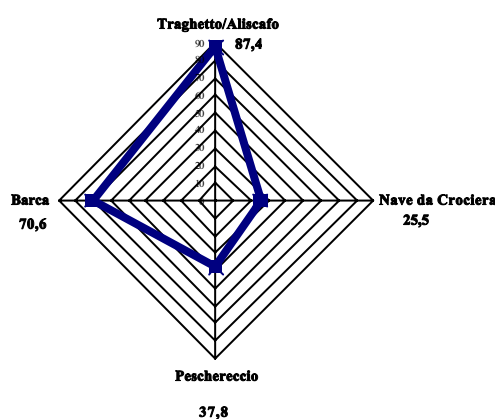
	totale	genere		età		titolo di studio		comune di residenza	
		maschio	femmina	giovani	anziani	fino a media inferiore	media superiore e laurea	di mare	entroterra
turistico	76,8	79,1	74,9	73,8	73,1	60,2	85,6	85,2	70,3
peschereccio	64,0	71,2	58,0	60,6	66,3	55,8	66,6	78,2	53,0

Fonte: indagine Confitarma, 2004

2.3. L'attraversamento

Se il mare è luogo di passaggio, la nave è il contenitore che scivolando sull'acqua trasporta turisti, beni e lavoratori che raccolgono le risorse del mare. Scarica ciò che viene da altri lidi e carica ciò che si prepara a partire. Ma quanti italiani hanno familiarità con l'attraversamento del mare? Su 10 intervistati, 9 sono saliti a bordo/hanno visto da vicino di un traghetto o un aliscafo, 7 di una barca (a vela, gommone, etc.), 4 di un peschereccio e 3 di una nave da crociera (fig.2.3).

Fig. 2.3– Sono saliti a bordo o comunque conoscono da vicino le “navi”. Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

La nave da crociera rappresenta, dunque, il caso meno frequente ma comunque estremamente significativo, anche considerando che si tratta di una particolare modalità di viaggiare in cui lo spostamento coincide con l'esperienza stessa del viaggio. Una modalità che diventa più diffusa con l'età (26% degli anziani contro il 17,8% dei giovanissimi) – quasi a sottolineare che tra i non più giovani il rapporto con il mare si conclude nell'attraversamento piuttosto che nella scoperta di ciò che si trova oltre (tab.2.2)

Tab. 2.2– L'attraversamento. E' stato a bordo/ha visto da vicino di ... Val.%

	totale	genere		età		titolo di studio		comune di residenza	
		maschio	femmina	giovani	anziani	fino a media inferiore	media superiore e laurea	di mare	entroterra
un traghetto/ali scafo	87,4	89,8	85,4	90,4	83,4	82,0	94,1	88,5	86,5
una nave da crociera	25,5	29,7	21,9	17,8	26,0	13,0	31,4	29,4	22,4
un peschereccio	37,8	45,5	31,2	33,9	37,3	26,8	43,0	41,8	34,7
una barca (vela, motore, etc.)	70,6	79,2	63,0	71,1	61,8	54,0	80,7	76,6	65,8

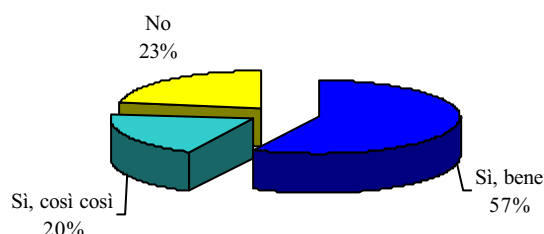
Fonte: indagine Confitarma, 2004

2.4. Il contatto

Nella nave il rapporto uomo-mare trova un elemento di mediazione, una scatola protettiva da utilizzare per andare oltre, per vivere il mare dall'interno e guardare il confine del proprio territorio dall'esterno. Nuotare, invece, presuppone un contatto diretto corpo-mare. Galleggiare e spostarsi nell'acqua modifica la prospettiva del proprio movimento, cambia la posizione da eretta ad orizzontale, inverte la base di appoggio, altera il ritmo respiratorio che cerca l'equilibrio tra aria e acqua.

Dalle risposte degli intervistati, in un Paese che ha la forma di una penisola, 6 italiani su 10 si muovono con disinvoltura nelle acque marine, degli altri quattro 2 non nuotano affatto (fig. 2.4).

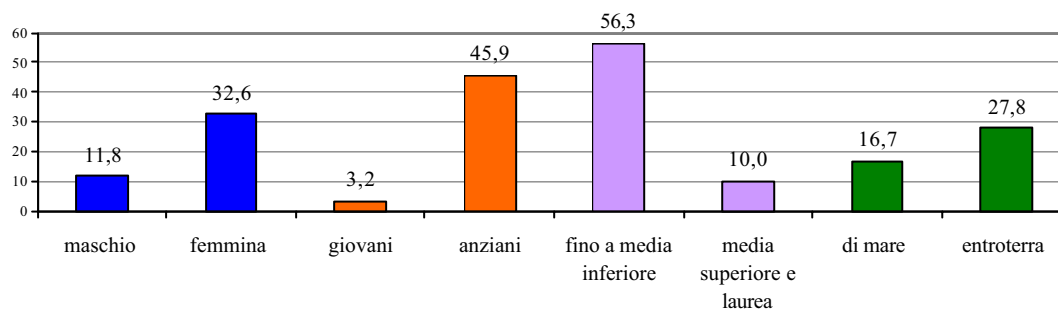
Fig. 24 – Sa nuotare? Val. %



Fonte: indagine Confitarma, 2004

L'incapacità di nuotare è più diffusa tra la componente femminile del campione, quasi il triplo di quella maschile: il 32,6% delle donne non nuota contro l'11,8% degli uomini (fig. 2.5). Ma ad una disarticolazione del campione appare particolarmente evidente il contrasto tra generazioni: solo il 3,2% dei giovani non sa nuotare a fronte di un 45,9% degli intervistati che ha oltre 65 anni. Tra gli anziani la metà del campione non nuota. La percentuale aumenta tra coloro che posseggono un basso livello di istruzione (56,3%). La differenza nel contatto con il mare tra chi abita in un comune posto sulla costa e chi invece vive nell'entroterra, pur esistendo, non è altrettanto evidente. A sottolineare che la diffidenza espressa nel rapporto sul mare non è rintracciabile tanto nella distanza fisica dall'elemento, quanto in un registro culturale che sembra ora mutare.

Fig. 2.5 – Chi non sa nuotare ... Val. %

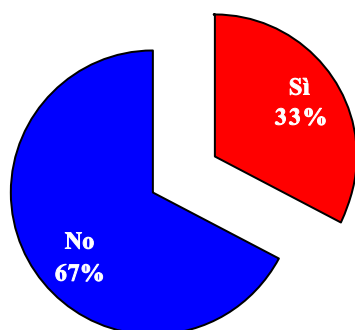


Fonte: indagine Confitarma, 2004

Il mare definisce una zona di confine dove chi è dall'altra parte del limite non si vede. Concretizza la distanza, è lo spazio della sospensione dell'incontro con l'altro. Uno spazio intermedio, luogo di passaggio tra sé e l'altro. E' forse la paura dell'altro – nascosto al di là dell'orizzonte - che si cela dietro alla paura del mare?

Tra gli intervistati il 33% dichiara di aver paura dell'acqua alta (fig. 2.6). Se la paura dell'acqua potrà probabilmente essere il motivo per cui alcuni non riescono ad imparare a nuotare, la profondità del mare spaventa in alcuni casi anche chi è in grado di entrarci. Di fatto, la percentuale di chi dichiara di temere l'acqua alta è più elevata di quella che ha dichiarato di non saper nuotare.

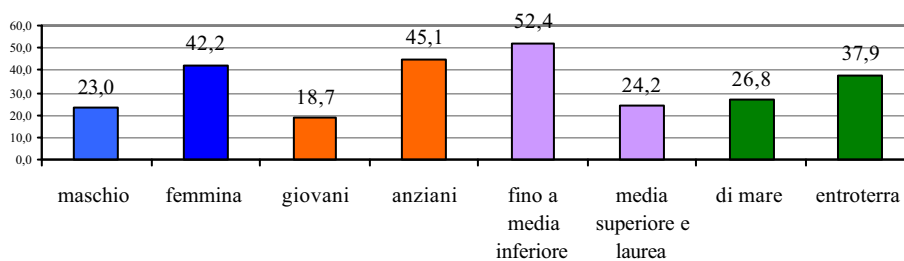
Fig. 2. 6- La profondità del mare fa paura ... Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

Ad avvertire la paura sono soprattutto le donne (42,2% contro il 23% degli uomini), gli anziani (45,1%), chi ha un livello di istruzione inferiore (52,4%) e vive nell'entroterra (37,9%) (fig.2.7).

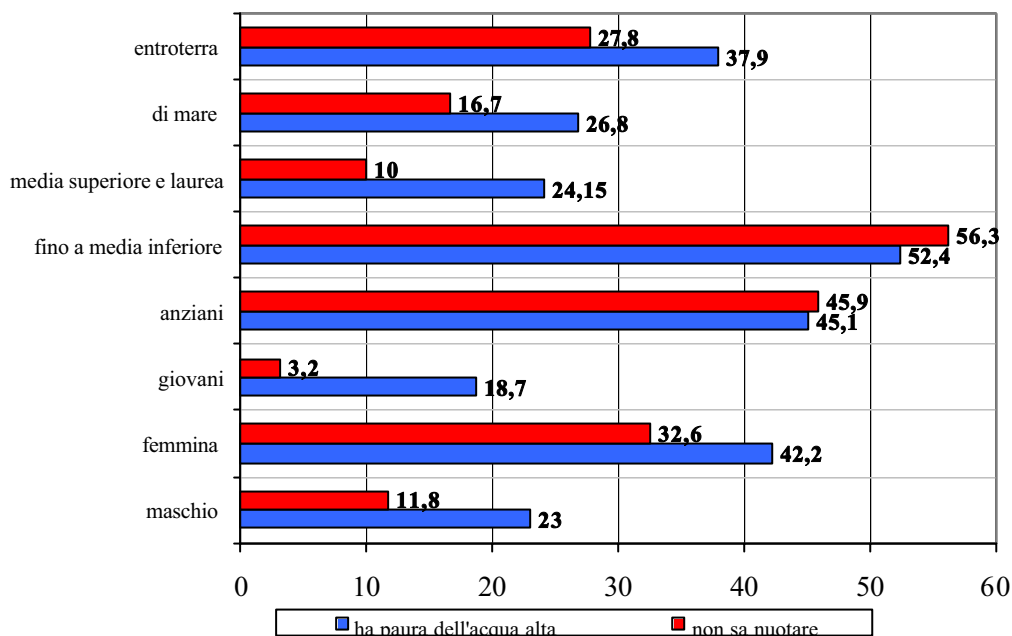
Fig. 2.7- La paura del mare. Un dettaglio. Val. %



Fonte: indagine Confitarma, 2004

Ma c'è da osservare che se tra gli anziani l'incapacità di nuotare si allinea con la paura delle profondità marine, così come accade tra chi è meno istruito, negli altri casi la paura tende a prevalere sulla capacità di fronteggiare il mare attraversandolo. Una paura che in apparenza sembra essere irrazionale, quasi a nascondere motivazioni lontane. Così stranamente tra i giovani il 18,7% ha paura anche se solo il 3,2% non nuota, e tra gli uomini ha paura il 23%, una percentuale quasi doppia rispetto a chi non nuota (11,8%). Lo scostamento è meno evidente per la componente femminile, dove a fronte di un 32,6% che non nuota ha paura dell'acqua il 42,2% (fig. 2.8).

Fig. 2.8- Una paura irrazionale. Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

3. Dal mito all'identità

*Or entra ne lo stretto e passa il corto
varco, e s'ingolfa in pelago infinito.
Se 'l mar qui è tanto ove il terreno serra,
che fia colà dov'egli ha in serra?
...Fuggite son le terre e i lidi tutti:
de l'onda il ciel, del ciel l'onda è confine.
(da Canto XXV Inferno)*

La diffusione dell'esperienza del viaggio restringe i limiti del mondo e segna anche la fine delle grandi esplorazioni. Già nel 1955 Levi-Strauss osservava in *Tristi Tropici* “viaggi, scrigni magici pieni di promesse fantastiche, non offrirete più intatti i vostri tesori. Una civiltà proliferante e sovraccitata turba per sempre il silenzio dei mari”. Ciononostante, il mare resta il luogo del confine con la diversità. L'orizzonte da cui storicamente arriva l'altro e da cui si parte per esplorare, simbolo dunque del passaggio per raggiungere la conoscenza, insieme espressione di passione e diffidenza. Figura mitica della cultura occidentale è Ulisse, la cui ombra di cercatore si aggira nel Mediterraneo, in un processo di andata e ritorno che passa attraverso il mare. Una ricerca di identità che presuppone la scoperta di altro e rischia l'annullamento di sé, Ulisse diventerà Nessuno per sfuggire a Polifemo. Così il mare racconta contemporaneamente la passione che muove l'uomo verso l'ignoto, il viaggio, la scoperta, e la diffidenza che nasce dalla paura di perdersi.

3.1. Le figure dell'immaginario

Agli intervistati è stato chiesto di citare personaggi, eventi, riferimenti letterari e cinematografici che potessero collegarsi alle navi e al mare. Il percorso attraverso la galleria dell'immaginario mostra il prevalere degli esploratori, primo fra tutti Colombo (69,3%), poi Vespucci (19,7%) e Marco Polo (19,7%). Sono principalmente personaggi reali quelli a cui pensano gli intervistati – esploratori, conquistatori, armatori. Ad affiancarli le figure dell'invenzione. Ulisse, la figura mitica del navigatore-cercatore da cui nascerà Colombo; Moby Dick, il naufragio nell'incontro con l'alterità-balena; Capitano Uncino, la sospensione del tempo nell'isola che non c'è; Capitano Nemo, l'addentrarsi nelle profondità degli abissi marini (tab. 3.1 e tav. 3.1).

Tab. 3.1– Una ricostruzione dell’immaginario*. I principali riferimenti. Val. %

Personaggio		Evento		Libro/film/spettacolo	
	val.%		val.%		val.%
Colombo	69,3	Scoperta dell’America	30,6	Titanic	51,3
Vespucci	19,7	Titanic	18,2	Il Vecchio e il Mare	14,4
Marco Polo	11,0	Sbarco dei Mille	7,2	20000 Leghe sotto i mari	13,3
Magellano	7,2	Coppa America	5,9	Moby Dick	7,5
Soldini	4,3	Sbarco in Normandia	4,7	La tempesta perfetta	5,2
Garibaldi	3,5	Andrea Doria	4,5	Gli ammutinati del Bounty	4,1
Ulisse	2,9	Regate	3,6	Master e commander	2,9
Onassis	2,8	Sbarchi Clandestini	2,7	Lo squalo	2,3
Amm. Nelson	2,1	Achille Lauro	2,5	Caccia a Ottobre rosso	1,8
Moby Dick	2,1	Luna Rossa	2,5	L’Uomo e il mare	1,1
Achille Lauro	1,9	Battaglia di Lepanto	2,0	Pearl Harbor	1,1
Vasco De Gama	1,9	Incendio Moby Prince	1,8	La Maledizione della prima luna	1,0
Capitan Uncino	1,8	Petroliera affondata in Galizia	1,8	Colombo	0,8
Capitano Nemo	1,7	Pearl Harbor	1,6	Il milione	0,8

Fonte: indagine Confitarma, 2004

*erano possibili più risposte

Lo scenario immaginato è, dunque, quello del viaggio alla scoperta di nuove terre (la scoperta dell’America citata dal 30,6% del campione), o comunque della ricerca di una conquista che sia essa storica o sportiva. Ma dietro all’esperienza del viaggio per mare si nasconde il timore del naufragio (il 18,2% del campione fa riferimento alla

tragedia del Titanic, ed il 51,3% ne cita la trasposizione cinematografica), come l'opportunità di una professione - e si citano le grandi compagnie navali – che a volte, come nel caso dei clandestini sbarcati sulle nostre coste, è disperatamente cercata.

Tav. 3.1 – Mare e immaginario

Esplorazione	<ul style="list-style-type: none"> • scoperta di nuove terre • viaggio mitico 	Colombo, la scoperta dell'America, Vespucci, Marco Polo, Magellano, Vasco De Gama, Ulisse, Capitan Uncino
Conquista	<ul style="list-style-type: none"> • storia • sport 	Garibaldi, lo sbarco dei Mille, Nelson, sbarco in Normandia, battaglia di Lepanto, Pearl Harbor, la Coppa America, regate, Luna Rossa
Rischio	<ul style="list-style-type: none"> • naufragio • mostro marino • pirata 	Titanic, Moby Dick, petroliera affondata in Galizia, incendio Moby Prince, 20000 Leghe sotto i mari, Lo squalo, Master e commander, la maledizione della prima luna
Lavoro	<ul style="list-style-type: none"> • armatori • clandestini 	Onassis, Achille Lauro, sbarchi di clandestini

Fonte: indagine Confitarma, 2004

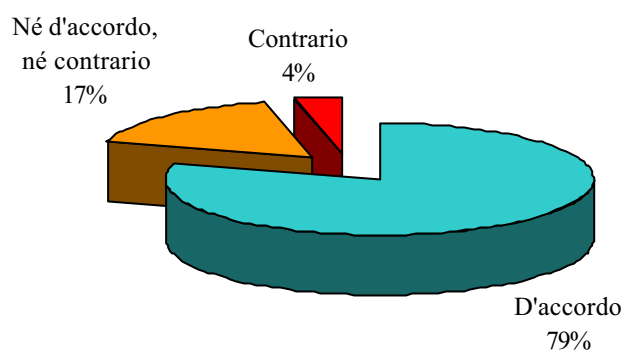
3.2. Storia e navigazione

Il rapporto con il mare passa attraverso le evoluzioni storiche del Paese, le conquiste fatte e quelle subite, il fasto delle città marinare e il loro declino, fino alle vicende più recenti dallo sbarco degli alleati al finire delle guerre mondiali, o agli sbarchi di clandestini. *La grande storia si ostina ad attraversare il mare*¹ dirà Braudel. Il mare come via della scoperta, della conquista, del potere economico.

La centralità del mare nei percorsi storici trova concordi 8 intervistati su 10; soltanto il 4% del campione non condivide questa opinione (fig. 3.1). Il ruolo storico attribuibile al mare, comunque diffuso, è più sentito tra i giovani (81%), tra chi ha un minor livello di istruzione (84,1%), chi vive sulla costa (81,4%) e soprattutto nelle aree centrali del Paese (85,5%) (tab. 3.2).

¹ F. Braudel “Il mediterraneo. Lo spazio la storia gli uomini le tradizioni”, Bompiani, Milano 1987.

Fig. 3.1– Opinioni. Passato e presente nella storia passano per il mare.Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

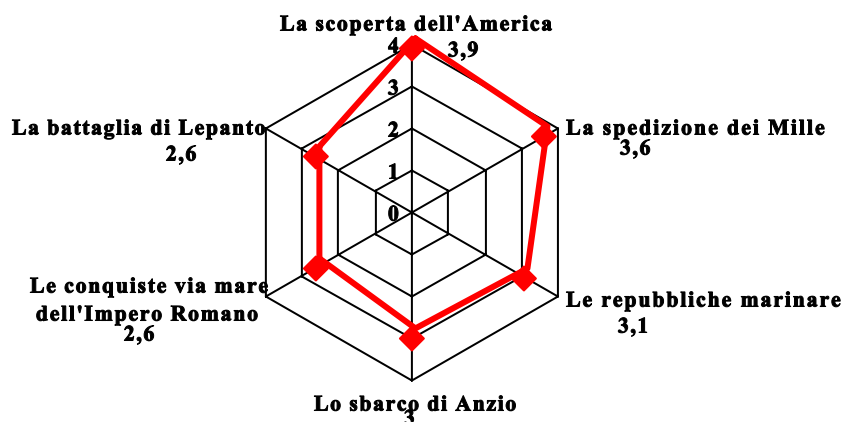
Tab. 3.2– Dal mito all'identità. Storia, navigazione e rappresentanza. Val.%

	totale	genere		età		titolo di studio		comune di residenza		aree			
		maschio	femmina	giovani	anziani	fino a media inferiore	media superior e laurea	di mare	entroterra	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud e isole
Pensa che passato e presente della nostra storia passano per il mare.	79,8	80,8	78,9	81,0	75,1	84,1	81,3	81,4	78,5	84,6	79,9	85,5	72,6
Non si riconosce nel "popolo di navigatori".	15,6	12,5	18,3	16,3	19,6	17,5	13,7	11,5	18,8	13,1	21,4	16,4	14,0
Pensa che bisognerebbe creare un Ministero del Mare.	68,4	68,2	68,4	67,0	64,5	67,5	69,0	66,8	69,6	80,6	77,7	59,4	58,7

Fonte: indagine Confitarma, 2004

La scoperta dell'America sembra essere l'emblema dell'avvenimento storico legato al mare, quello più conosciuto, insieme alla spedizione dei Mille: il nuovo mondo e il processo di costruzione dell'unità nazionale. L'alterità e l'identità (fig.3.2)

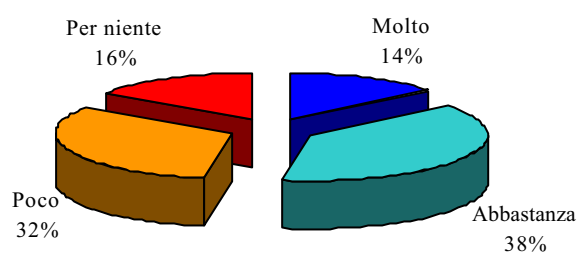
Fig. 3.2- La conoscenza. Avvenimenti storici legati al mare.
(medie da 0=non conosco a 5=conosco bene)



Fonte: indagine Confitarma, 2004

Gli italiani sono un popolo di navigatori? O meglio quanto gli intervistati si riconoscono nell'appartenere ad un popolo di navigatori? Su questa domanda il campione si divide più o meno a metà: solo il 14% si riconosce pienamente in questa affermazione, il 38% la condivide abbastanza, un altro 32% ci crede poco ed il 16% non trova in essa alcun elemento di riconoscimento (fig.3.3). Il mancato riconoscimento cresce tra le donne (18,3%), gli anziani (19,6%), coloro che hanno un livello di istruzione più basso (17,5%), chi vive nell'entroterra (18,8%) e nel Nord Est del Paese (21,4%) (tab. 3.2).

Fig. 3.3–L’identificazione. Quanto si riconosce nella frase “Italiani popolo di navigatori”? Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

3.3. La nave e il mare: immagina...

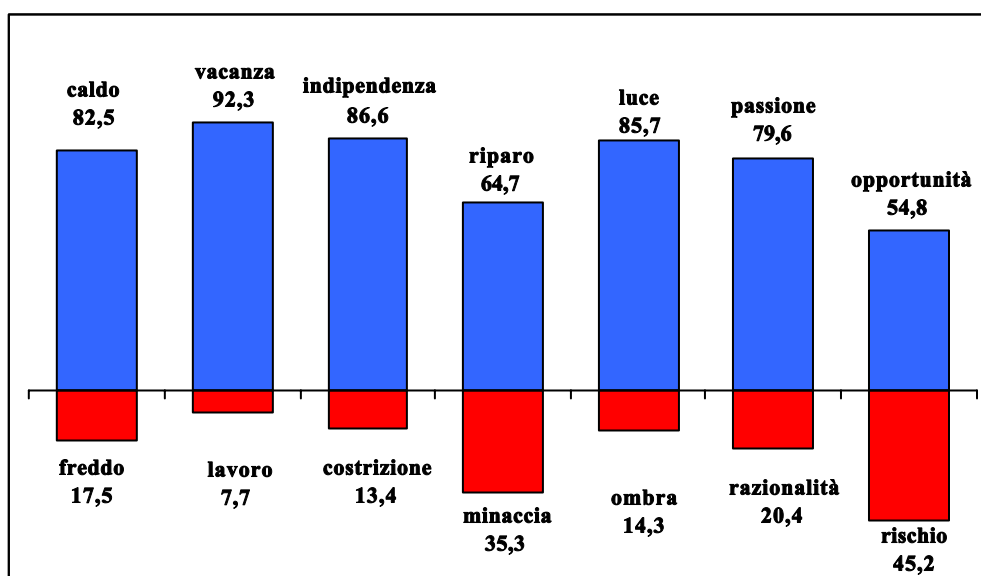
Nel corso del lavoro di indagine proviamo a giocare sulle associazioni proponendo agli intervistati coppie di parole che potessero rimandare all’immagine della nave e del mare.

Dove corre il pensiero pensando al mare? Tra gli intervistati 9 su 10 lo associa alla vacanza (92,3%), all’indipendenza (86,6%), alla luce (85,7%); 8 intervistati su 10 pensano al caldo (82,5%) e alla passione (79,6%). Quasi due terzi del campione lo vede come riparo piuttosto che minaccia. Ma il campione si spacca più o meno in due nella contrapposizione opportunità/rischio (fig. 3.4).

Emerge più chiaramente la sensazione dicotomica passione/diffidenza.

Senza dubbio al mare si attribuisce una valenza fortemente positiva legata alla libertà (vacanza, indipendenza) dal tempo del lavoro e da qualsiasi vincolo. E’ anche luogo che irradia luce e caldo, quindi passione.

Fig. 3.4– Il mare fa pensare a... Val. %



Fonte: indagine Confitarma, 2004

Nella graduatoria delle parole utilizzate per stimolare l'associazione, il lavoro viene collocato all'ultimo posto (7,7% del campione). L'idea che il mare sia una risorsa, una ricchezza viene quasi accantonata.

Prima ci sono la razionalità (20,4%), il freddo (17,5%), l'ombra (14,3%), la costrizione (13,4%) (tab.3.3).

Tab. 3.3– Un gioco di associazioni

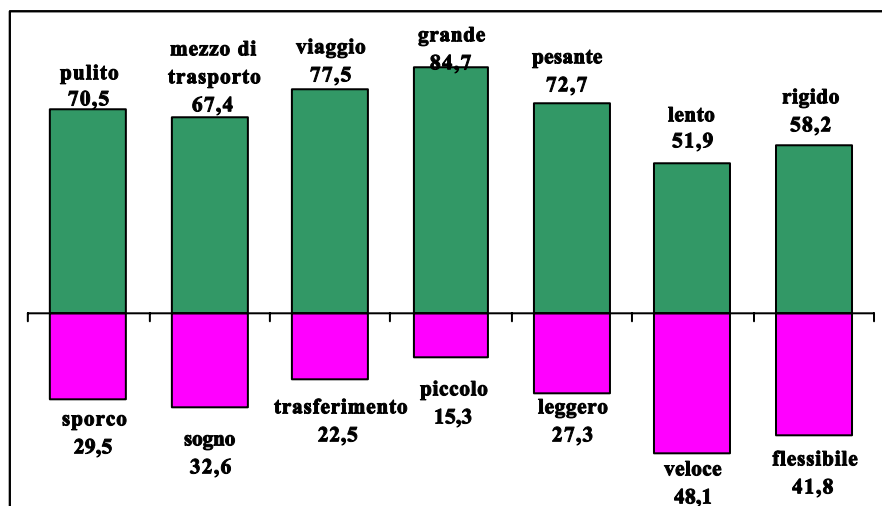
Guardando il mare pensi a...			Immagina una nave, e pensi a...		
		val. %			val. %
Vacanza	1°	92,3	Grande	1°	84,7
Indipendenza	2°	86,6	Viaggio	2°	77,5
Luce	3°	85,7	Pesante	3°	72,7
Caldo	4°	82,5	Pulito	4°	70,5
Passione	5°	79,6	Mezzo di trasporto	5°	67,4
Riparo	6°	64,7	Rigido	6°	58,2
Opportunità	7°	54,8	Lento	7°	51,9
Rischio	8°	45,2	Veloce	8°	48,1
Minaccia	9°	35,3	Flessibile	9°	41,8
Razionalità	10°	20,4	Sogno	10°	32,6
Freddo	11°	17,5	Sporco	11°	29,5
Ombra	12°	14,3	Leggero	12°	27,3
Costrizione	13°	13,4	Trasferimento	13°	22,5
Lavoro	14°	7,7	Piccolo	14°	15,3

Fonte: indagine Confitarma, 2004

Continuiamo il gioco pensando alla nave. Gli intervistati la associano a qualcosa di grande (84,7% del campione), al viaggio (77,5%), ad una struttura pesante (72,7%) e pulita (70,5%) (tab.3.3). Lo spostamento in nave è viaggio e non trasferimento. Dunque, presuppone un ritorno.

Per oltre i due terzi del campione la nave esprime comunque la concretezza del mezzo di trasporto piuttosto che l'idea di un sogno; contiene una connotazione di rigidità (58,2%) e di lentezza (51,9%), quasi a trattenere il tempo del viaggio (fig. 3.5).

Fig. 3.5– La nave fa venire in mente... Val.%

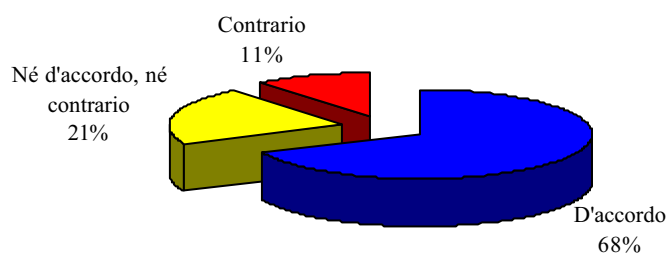


Fonte: indagine Confitarma, 2004

3.4. Identità e rappresentanza

Al mare gli intervistati attribuiscono un ruolo storico, ne intravedono la rilevanza anche se lo associano poco al lavoro. In ogni caso, 7 intervistati su 10 credono che occorra creare un Ministero ad hoc - un Ministero del Mare - e solo l'11% si mostra contrario a questa eventualità (fig.3.6).

Fig. 3.6– Opinione: bisognerebbe creare un Ministero del Mare? Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

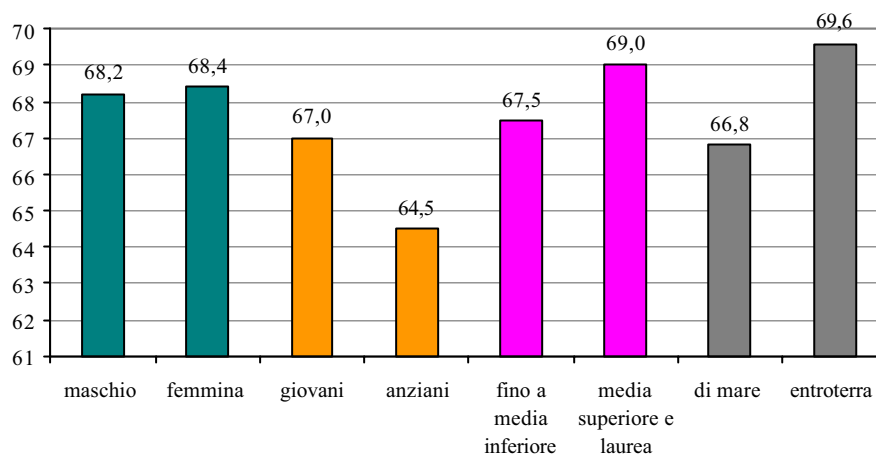
Ad una disarticolazione territoriale, l'opportunità di istituire un Ministero apposito appare decisamente più diffusa al nord del Paese: si dichiarano d'accordo 8 intervistati su 10 nel Nord sia ad ovest che ad est, contro i 6 del resto del paese (centro, sud e isole) (tab.3.4).

Tab. 3.4– Che ne pensa di creare un Ministero del Mare? Una ripartizione geografica.Val.%

	Ripartizione				Totale
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud e isole	
D'accordo	80,6	77,7	59,4	58,7	68,4
Né d'accordo, né contrario	15,2	10,6	28,1	26,6	20,8
Contrario	4,2	11,7	12,5	14,7	10,8

Fonte: indagine Confitarma, 2004

Fig. 3.7– Un Ministero del Mare. Sono d'accordo...Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

Nel corso dell'indagine sono emersi scostamenti piuttosto forti tra generazioni, tra maschile e femminile, e tra coloro che mostrano differenti livelli di istruzione, ma quando il confronto avviene sulla necessità di un riconoscimento istituzionale, il campione si mostra decisamente più compatto, il differenziale si affievolisce fino a scomparire, ad esempio, nel confronto tra componente maschile e femminile del campione (fig.3.7). Forse perché se il mare simboleggia nell'immaginario il percorso che ci confronta con l'alterità, quindi un

anello della costruzione identitaria, allora si sente l'esigenza di una corrispondenza istituzionale.

3.5. Cultura del mare: i termini di una nuova identità

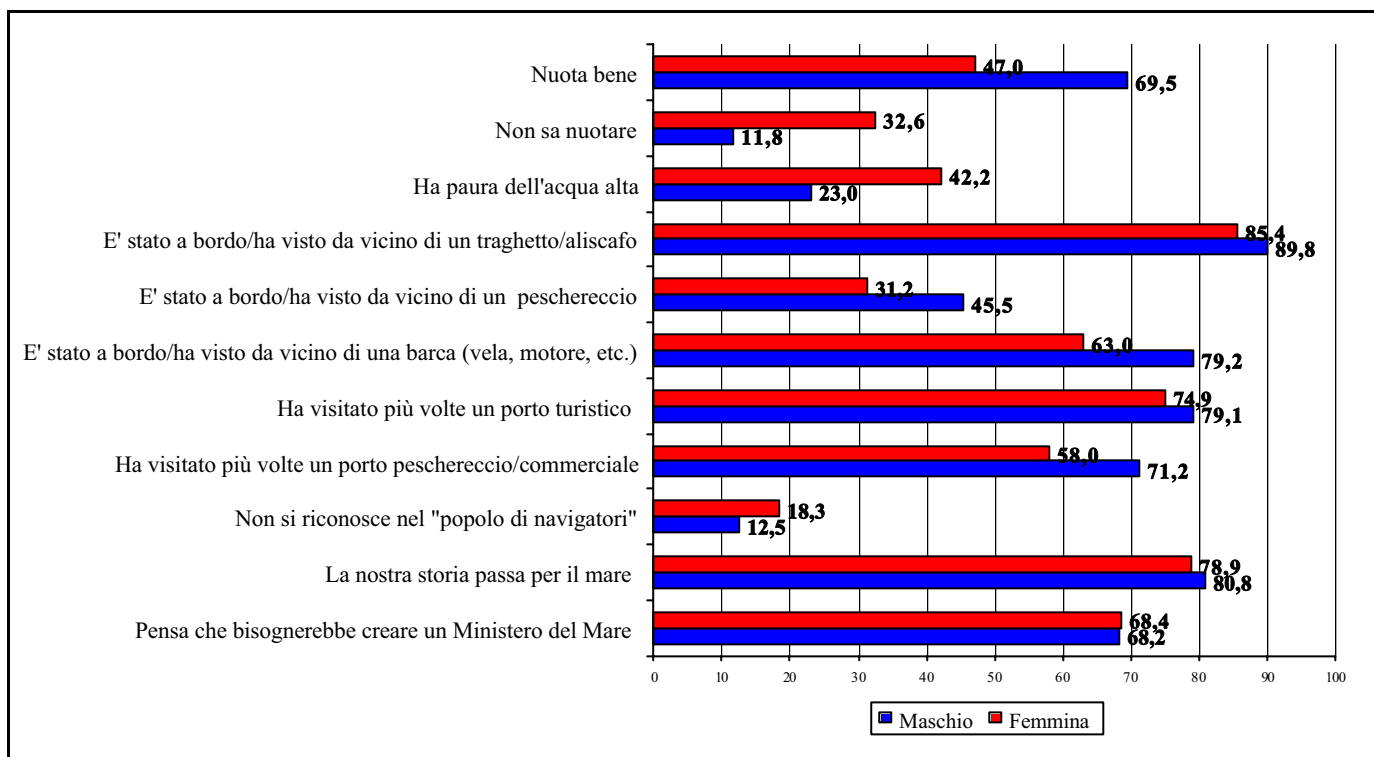
L'archetipo della navigazione come ricerca della conoscenza e costruzione dell'identità si incarna nella figura di Ulisse. I personaggi legati al mare sono generalmente figure maschili, quelli reali come quelli di fantasia. Ulisse naviga per il Mediterraneo e Penelope resta ad Itaca, il mare è un confine che non varca, per lei è espressione dell'attesa: lo spazio che segna il tempo tra partenza e ritorno. Nei racconti mitici, Medea rappresenta il femminile che oltrepassa tale confine, abbandona ciò che è noto per la scoperta. Non è però un viaggio ma un trasferimento, non si prevede alcun ritorno. Il mare definirà una separazione netta con il passato. E nella nuova terra, sarà lei diversa, assumendo su sé stessa i riferimenti dell'Alterità. Per il femminile il mare racchiude altri simboli, nasconde una minaccia più forte, la perdita del passato e il mancato riconoscimento.

Una traccia delle figure archetipali emerge nelle risposte degli intervistati, la componente maschile mostra una maggiore confidenza con la realtà marina: si registra una percentuale più elevata di uomini che è salita a bordo/ha visto da vicino più volte su un traghetto (l'89,8% contro l'85,4%), su una barca (79,2% contro il 63%), che ha visitato più volte un porto turistico (79,1% contro il 74,9%) o peschereccio (71,2% contro il 58%). Soprattutto la componente maschile del campione mostra di avere un maggior contatto con l'elemento (il 69,5% nuota bene contro il 47% delle donne; l'11,8% non sa nuotare contro il 32,5% dell'altra parte del campione). Mentre il femminile esprime in maniera più evidente la minaccia che percepisce nel mare: 4 donne su 10 hanno paura dell'acqua alta, il doppio degli uomini (23%). L'identificazione con la navigazione è peraltro minore tra le donne – il 18,3% non si riconosce nel *popolo di navigatori* contro il 12,5% degli uomini (fig. 3.8).

In ogni caso la storia, il nucleo fondante che il mare assume nella definizione delle origini appartiene ad entrambi, cosicché sulla richiesta di una rappresentanza istituzionale le posizioni del maschile e del femminile si ricompongono. Il mare racconta passato e presente

della nostra storia – dichiarano 8 intervistati su 10, uomini e donne – e per 7 di loro sarebbe opportuno istituire un Ministero del Mare.

Fig. 3.8 - Il mare tra maschile e femminile. Val. %



Fonte: indagine Confitarma, 2004

Il mare incarna il viaggio verso la nuova terra, rimanda alla figura di Colombo, ad una rappresentazione dunque legata alla scoperta del nuovo che fa inevitabilmente presa sull'immaginario giovanile piuttosto che su quello senile. Così non stupisce che la cultura del mare divida le generazioni.

Nel gioco delle associazioni la costruzione dell'immagine del mare rende netto il confronto generazionale. Senza dubbio il mare è vacanza, ma poi la scala di valori si modifica: tra i giovani esprime

innanzitutto il processo di autonomia, la solarità e la passione, mentre per gli anziani fa pensare soprattutto alla luce e al caldo. Nell'immaginario giovanile prende forma il movimento, il senso della scoperta (tab.3.5).

Tab. 3.5- L'immagine del mare cambia con l'età.

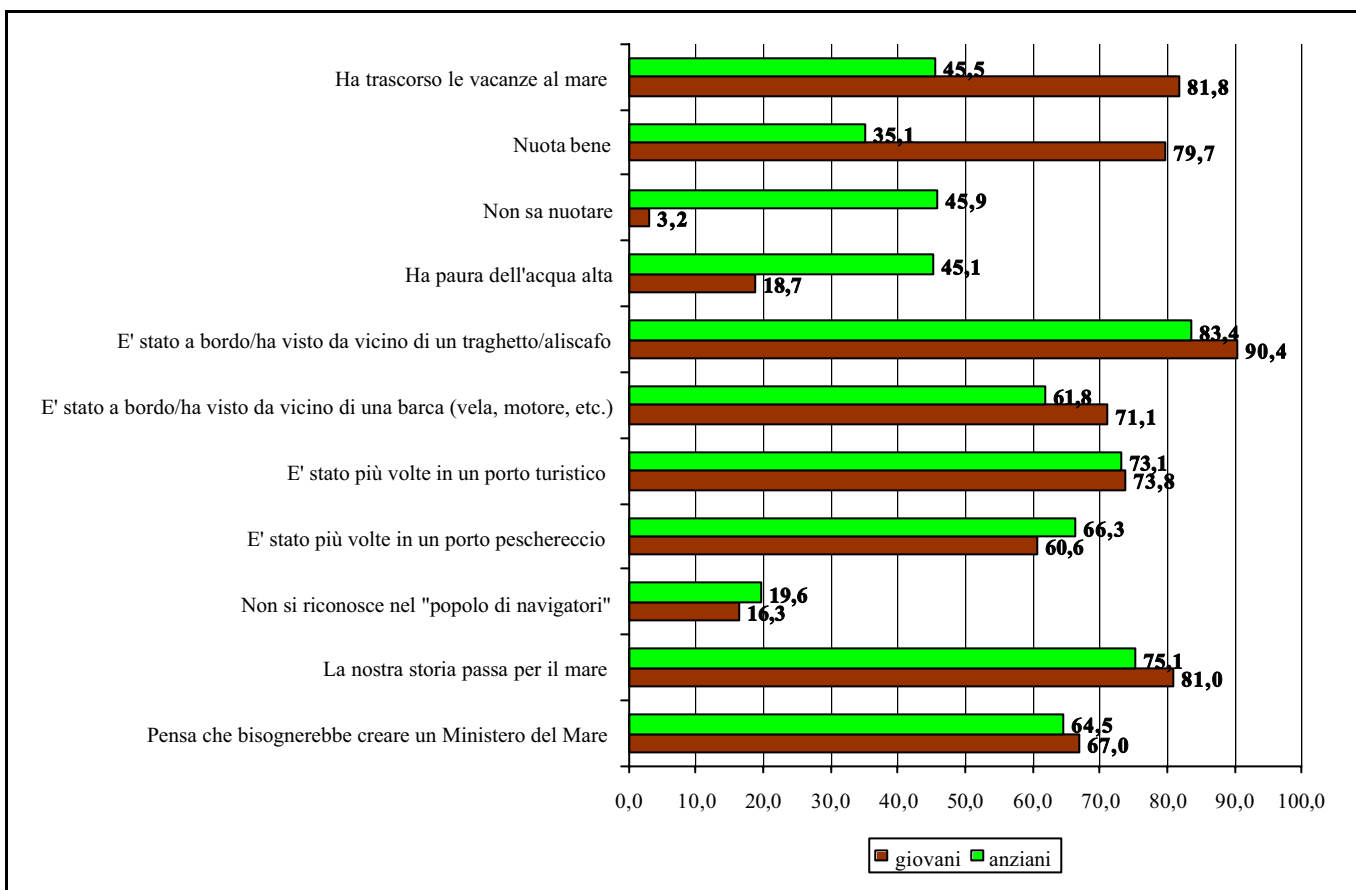
giovani			anziani		
		val.%			val.%
Vacanza	1°	94,1	Vacanza	1°	90,5
Indipendenza	2°	86,6	Luce	2°	85,9
Luce	3°	84,5	Caldo	3°	84,5
Passione	4°	83,4	Indipendenza	4°	84,1
Caldo	5°	79,7	Passione	5°	77,4
Riparo	6°	65,6	Riparo	6°	62,2
Opportunità	7°	56,7	Opportunità	7°	54,3
Rischio	8°	43,3	Rischio	8°	45,7
Minaccia	9°	34,4	Minaccia	9°	37,8
Freddo	10°	20,3	Razionalità	10°	22,6
Razionalità	11°	16,6	Costrizione	11°	15,9
Ombra	12°	15,5	Freddo	12°	15,5
Costrizione	13°	13,4	Ombra	13°	14,1
Lavoro	14°	5,9	Lavoro	14°	9,5

Fonte: indagine Confitarma, 2004

I giovani hanno con il mare un rapporto più diretto, lo scelgono quasi come emblema della vacanza: per l'81,8% è stata meta prevalente negli ultimi due anni, contro il 45,5% degli anziani. Con il mare mostrano confidenza, il 79,7% nuota bene e solo il 3,2% non sa nuotare, mentre quasi la metà degli anziani intervistati dichiara di non saper nuotare affatto. Soprattutto è minore la percentuale di giovani che avverte la paura delle profondità marine (18,7% contro il 45,1% degli anziani), salvo poi verificare, che è una paura che prescinde dalla capacità di saper nuotare (fig.3.9).

Anche l'identificazione storica appare più radicata tra i giovani che peraltro esprimono in maniera più netta il bisogno di creare un Ministero ad hoc.

Fig. 3.9- Cultura del mare e generazioni



Fonte: indagine Confitarma, 2004

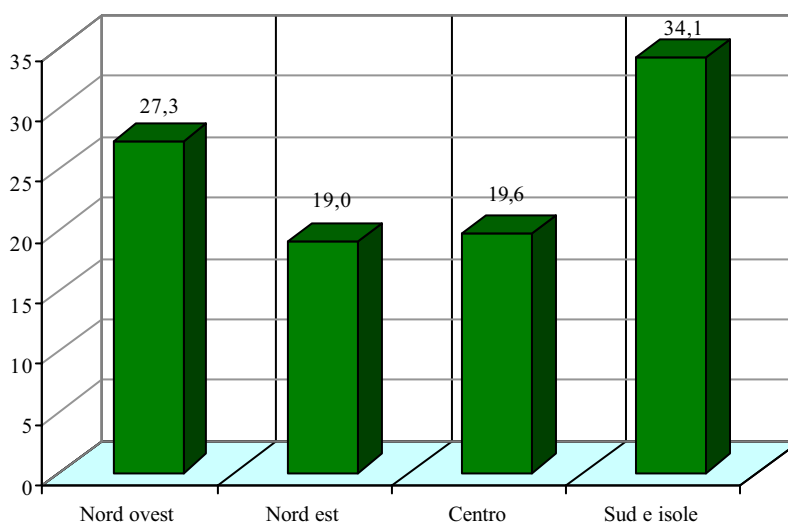
4. La struttura del campione

L'obiettivo dell'indagine, realizzata su un campione rappresentativo della popolazione italiana, è di ricostruire un'immagine della cultura del mare all'interno di un Paese che nella sua configurazione geomorfologica trova in questo elemento un aspetto connotativo del proprio territorio.

A tal fine, è stato preparato un questionario - somministrato telefonicamente ad un campione di 1.000 individui, rappresentativo della popolazione residente nell'intero Paese - che potesse far emergere dalle risposte degli intervistati il vissuto, quindi l'esperienza diretta, e i percorsi dell'immaginario.

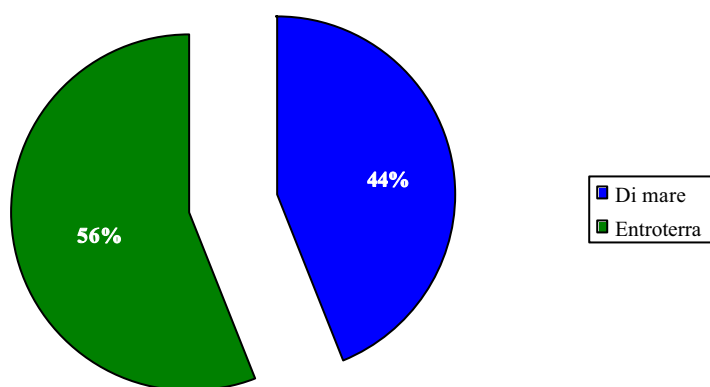
Considerando che l'oggetto di analisi appare legato alla struttura stessa della geografia territoriale, i comuni di riferimento sono stati articolati facendo riferimento sia ad una ripartizione geografica (fig. 4.1) – Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e isole – che ad una contrapposizione entroterra-costa (fig. 4.2).

Fig. 4.1– I comuni. Una ripartizione geografica. Val. %



Fonte: indagine Confitarma, 2004

Fig. 4.2- Entrotterra e costa. Val.%

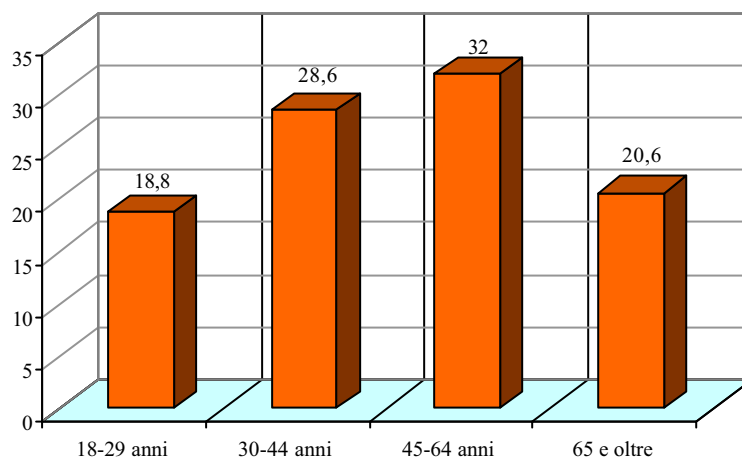


Fonte: indagine Confitarma, 2004

L'universo degli intervistati risulta strutturato:

- per *classi di età*: il 18,8 degli intervistati ha un'età compresa tra 18 e 29 anni, il 28,6% tra 30 e 44 anni, il 32% tra 45 e 64 anni, il 20,6% supera i 65 anni (fig. 4.3);

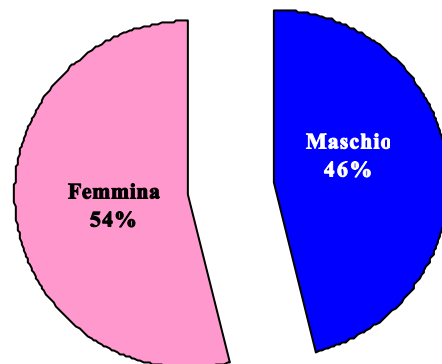
Fig. 4.3- L'età degli intervistati. Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

- per *genere*, con una separazione della componente femminile (53,8%) da quella maschile (46,2%) (fig. 4.4);

Fig. 4.4– Il genere degli intervistati. Val. %



Fonte: indagine Confitarma, 2004

- per *tipologia del nucleo familiare di appartenenza*, con il 12,7% di single, il 5,3% di nuclei monoparentali (le famiglie con un solo genitore), il 14,5% di coppie senza figli, il 54,2% di coppie con uno o due figli, il 12,9% di coppie con più di due figli e lo 0,4% di altre categorie familiari (tab. 4.1)

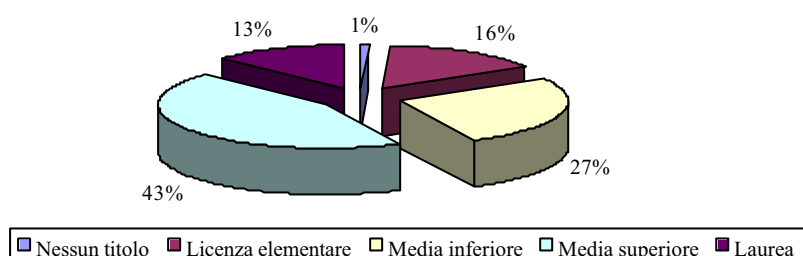
Tab. 4.1- Tipologia del nucleo familiare. Val. %

Tipologia	%
Single	12,7
Monoparentale	5,3
Coppia senza figli	14,5
Coppia con 1/2 figli	54,2
Coppia con più di 2 figli	12,9
Altro tipo	0,4
Totale	100,0

Fonte: Indagine Confitarma, 2004

- per *titolo di studio*, considerando che lo 0,7% del campione non ha alcun titolo di studio, il 15,7% possiede solo la licenza elementare, il 26,5% ha terminato il ciclo di formazione inferiore, il 44,2% ha raggiunto la maturità e il 12,9% ha conseguito la laurea (fig. 4.5);

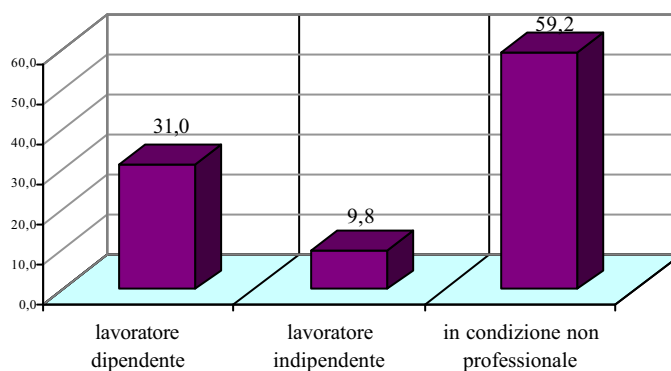
Fig. 4.5– Il titolo di studio degli intervistati. Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004

- per *attività prevalente*, dove il 31% degli intervistati ha dichiarato di essere lavoratore dipendente, quindi funzionario, dirigente, impiegato, insegnante, operaio, etc.; il 9,8% si è detto lavoratore indipendente (industriale, libero professionista, commerciante, artigiano, etc.) e il rimanente 59,2% in condizione non professionale (casalinga, studente, pensionato, in cerca di prima occupazione, disoccupato, etc.) (fig. 4.6)

Fig. 4.6– L'attività prevalente degli intervistati. Val.%



Fonte: indagine Confitarma, 2004



CONFITARMA
Confederazione Italiana Armatori

Piazza SS. Apostoli, 66 – 00187 – Roma
Tel: 06-674811 – Fax: 06-69783730
e-mail: confitarma@confitarma.it

www.confitarma.it