

**SOLDI  
IN TESTA****Marco  
lo Conte***L'economia  
per gli adulti di  
oggi e domani*

Pochi contesti come i talk show politici rispecchiano la pochezza e l'ignoranza degli italiani in materia economico-finanziaria. L'aggravante - rispetto ad altri sfogatoi come i social media o i bar di periferia - è che a pontificare dal piccolo schermo su temi delicati come sostenibilità del debito pubblico e politica monetaria, ci sono i politici, che mostrano sovente deficit culturali imbarazzanti. La speranza che riescano a correggere gli errori dei loro predecessori non è altissima e l'auspicio è che gli elettori votino in futuro non tanto sull'efficacia delle loro urla, quanto sulla loro competenza, anche e soprattutto in materia economica. Anche per ottenere questo risultato il Sole 24 Ore ha lanciato l'iniziativa del Giornale della famiglia, in cui vengono spiegate cause ed effetti dei temi caldi dell'economia. Che ce ne sia un gran bisogno lo conferma il risultato di un quiz sul web: alla domanda (ebbene sì, un po' a trabocchetto) in cui si chiedeva "come si definisce il fenomeno di rallentamento della crescita dei prezzi?" il 54% dei rispondenti ha risposto «la deflazione» invece che «la disinflazione» (meno del 20% delle risposte). Gli interventi di alfabetizzazione finanziaria "lato adulti" sono necessari per mille motivi, compresa la

riduzione delle truffe finanziarie. Come più volte sottolineato, questo giornale svolge un ruolo di supplenza rispetto a forti carenze di altri soggetti: basti pensare al ruolo della Rai come servizio pubblico e contemporaneamente al successo dei programmi di divulgazione (per intenderci, quelli di Alberto e Piero Angela). Sperare nel futuro e nei giovani non basta ma intanto è qualcosa; le iniziative si susseguono e adottano non solo "contenuti" ma anche e soprattutto codici e contesti vicini alla comunicazione dei più giovani. È il caso del percorso presentato ieri a Roma dalla Fondazione per l'educazione finanziaria e il risparmio insieme a soggetti come il [Museo del Risparmio](#) insieme a Zeranta Edutainment per avvicinare all'economia cittadini di ogni età. I messaggi video su Youtube, così come gli accenti "pop e rock", sono un punto di forza utile per farsi comprendere dai ragazzi che comunicano senza l'intermediazione dei canali tradizionali. Una modalità che, affiancata al supporto decisivo della scuola - come indicato previsto dal documento del governo "La buona scuola" -, può seminare per un futuro di consumatori e cittadini più consapevoli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

