



**RICERCA POLIS 2000** L'ATTEGGIAMENTO DEGLI ITALIANI

## Infinitamente inconsapevoli

**G**li italiani conoscono poco le nanotecnologie. A dirlo sono i risultati della ricerca condotta da Polis 2000, gruppo di docenti di psicologia dell'Università di Torino, e commissionata da Nanomat, il progetto finanziato dalla Regione Piemonte e dalla Ue volto a favorire il trasferimento tecnologico delle innovazioni verso le imprese piemontesi.

L'indagine ha coinvolto circa 2.500 persone in tutto il Paese e ha rilevato che, benché vi sia un atteggiamento generale che valuta posi-

tivamente la ricerca quale veicolo per migliorare la qualità della vita, le nanotecnologie e le loro applicazioni sono assai poco conosciute. Oltre l'83% degli italiani afferma di avere una conoscenza nulla o assai limitata di quest'ambito della ricerca; ciò è dovuto alla poca informazione: per esempio, è emerso che molti intervistati associano erroneamente le nanotecnologie al processo di miniaturizzazione delle componenti informatiche. Per questo la ricerca sottolinea che anche la piccola percentuale di italia-

ni che afferma di conoscere bene le nanotecnologie (meno del 3%), ha un'idea poco chiara di ciò che è effettivamente la tecnologia dell'infinitamente piccolo.

Tale considerazione è supportata dal fatto che oltre il 70% degli italiani afferma di considerare le nanotecnologie poco diffuse nell'industria nazionale. In pochissimi sanno che prodotti basati su nanotecnologie sono già sul mercato. Il quadro si completa con l'atteggiamento positivo, di curiosità e di fiducia nei confronti di questo

filone di ricerca: solo il 7% afferma infatti di avere timore delle conseguenze della ricerca nanotecnologica.

I risultati italiani sono in linea con quelli emersi in Europa e negli Usa dove appare elevata la curiosità e la fiducia nelle potenzialità della ricerca (soprattutto quando è associata all'ambito farmaceutico e sanitario), ma assai limitata l'effettiva conoscenza. In generale, la ricerca nanotech è vista come qualcosa che potrà creare vantaggi in futuro piuttosto che come attività capace di generare opportunità già oggi come effettivamente accade.

**EMIL ABIRASCID**  
*emil@abirascid.com*