

I social hanno rovinato una generazione? Gallup risponde: dipende

scritto da Veronica Zin | 29 Ottobre 2026



Il rapporto Gallup 2026 mette in relazione l'uso dei social e il benessere in 97 Paesi. Il confronto grezzo gonfia i vantaggi, ma dopo la correzione dei dati restano effetti modesti. Il profilo migliore è l'uso moderato, mentre con oltre due ore crescono rabbia, solitudine e stress. Il quadro cambia per reddito, età e Paese.

Se si dà retta a una certa narrazione, la scena è già scritta. Una generazione piegata sullo schermo, emozioni a pezzi, adolescenti consumati da un algoritmo e, già che ci siamo, un mondo intero rovinato da un pollice che scorre. Colpevole individuato, processo chiuso.

La politica si è adeguata: secondo il report Gallup, che rimanda a un articolo di Reuters, quasi 40 Paesi discutono, propongono o adottano restrizioni di età per i social. **Ma se qualcuno andasse a guardare i numeri, che cosa troverebbe?**

Ebbene, i numeri li ha raccolti Gallup con il World Poll 2026, tra adulti dai 15 anni in su in 97 Paesi, con circa mille intervistati per Paese. Due le domande nuove: se nell'ultima settimana si è usato un social di qualunque tipo e, in caso affermativo, per quanto tempo al giorno. La risposta, come riportato nello studio di Gallup [*State of the World's Emotional Health 2026*](#), è che **una media dell'81% li usa, con un'oscillazione che va dal 98% di Bahrein e Libano al 12% del Ciad.**

Una premessa è però necessaria. Lo studio è osservazionale, quindi mostra associazioni, non cause; misura le ore, non che cosa si guarda né se l'uso è compulsivo. Con questi limiti dichiarati, vediamo che cosa emerge.

Il primo dato: il confronto grezzo gonfia i benefici

A colpo d'occhio gli utenti sembrano stare molto meglio dei non utenti: tristezza al 20% contro 33%, solitudine al 17% contro 29%. Sarebbe un regalo alle piattaforme, se non fosse che chi usa i social è anche più giovane, più istruito, in media più sano e con più persone su cui contare.

Gallup, allora, ripulisce i dati da queste differenze, e i divari si ridimensionano parecchio.

Restano vantaggi piccoli ma misurabili: più divertimento (+2,6 punti percentuali), più sorrisi (+3,1), più apprendimento (+3,2), più rispetto ricevuto (+1,9) e una valutazione della vita appena più alta (+0,1 su una scala da 0 a 10). L'unico prezzo è lo stress, che sale di 2,5 punti. **Non è un'assoluzione, è un effetto modesto che va in entrambe le**

direzioni.

Il colpo di scena arriva quando si introduce il tempo. Gallup distingue tre gruppi: uso limitato (meno di 30 minuti al giorno, non utenti compresi), uso moderato (da 30 minuti a due ore) e uso elevato (due ore o più). **Nella media dei 97 Paesi il gruppo più numeroso è quello moderato (39%),** davanti a limitato (31%) ed elevato (27%).

E il profilo migliore è proprio quello centrale. **Chi supera le due ore riporta più rabbia, solitudine e tristezza (+2,2 punti ciascuna), più stress (+2,0) e più preoccupazione (+1,7). Ma chi usa pochissimo i social non sta meglio: ha meno divertimento, meno sorrisi e una valutazione della vita più bassa.**

Quando poi il tempo viene trattato come misura continua, non emerge alcuna relazione significativa con le emozioni positive o con la valutazione della vita. Non è una retta che scende, è una curva.

Il dato del “dipende”: dipende da dove e da chi

Ecco il “dipende” nella sua forma più concreta. **Nei Paesi ad alto reddito l’uso elevato si associa a una valutazione della vita più bassa, mentre nei Paesi non ad alto reddito la differenza non c’è.** Negli Stati Uniti il divario è di circa 0,3 punti, mentre in Germania e nel Regno Unito non è significativo.

Tra i 15-29enni, il gruppo più sotto accusa, l’appendice del report indica che in 74 Paesi su 97 l’uso elevato dei social media non ha un’associazione sostanziale con la valutazione della vita. In 13 è negativa, in 10 positiva. Non per questo i giovani sono un gruppo qualunque: il 47% dei 15-29enni rientra nell’uso elevato, contro il 12% degli over 50, e tra i giovani utenti il 19% passa cinque ore o più al giorno online.

Quindi i social sono innocenti?

Sarebbe la conclusione comoda, e quindi sospetta. Gallup non misura che cosa le persone vedono né se l'uso è problematico. Una review del 2024 su oltre 250.000 persone in 28 Paesi, citata nel report, collega l'uso problematico ad ansia generalizzata, ansia sociale e paura di restare esclusi (si veda [la review pubblicata su BMC Psychology](#)).

Inoltre, l'indagine parte dai 15 anni e il report precisa di non valutare le politiche in discussione né di dire nulla sui bambini. Come riportato nel [World Happiness Report 2026 – capitolo 2](#), tra i quindicenni di 47 Paesi **un uso più elevato è associato in genere a una soddisfazione più bassa, soprattutto tra le ragazze.**

Il quadro emotivo del mondo, d'altra parte, non si spiega con uno schermo. Gallup ricorda che nel 2025 preoccupazione (38%), stress (36%) e dolore fisico (33%) restano tra le emozioni negative più diffuse, e che rispetto al 2006 il dolore fisico è salito di dieci punti. Le circostanze di vita contano, e lo mostra anche l'Afghanistan, dove un quarto delle persone dichiara di aver sorriso o riso il giorno prima nonostante una crisi prolungata.

È il messaggio di fondo del report: **capire come stiamo richiede di guardare alle vite in cui i social sono inseriti, più che al solo tempo passato a guardarli.**

E il vino cosa c'entra in tutto questo?

Non è uno studio sul vino, e va letto per quello che è. Ma chi fa comunicazione di settore parla a un pubblico in gran parte online: i social li usa il 95% dei 15-29enni e il 91% dei 30-49enni, contro il 60% degli over 50. Tra i 30-49enni, inoltre, il gruppo più numeroso (45%) è quello dell'uso moderato, cioè quello con il profilo di benessere più favorevole.

Più che una indicazione operativa è un promemoria: **il pubblico dei social non è un blocco unico**. Cambia per età, per ore e per Paese, e trattarlo come un monolite, in un senso o nell'altro, è il modo più sicuro per sbagliare bersaglio.

Punti chiave

1. **Il confronto grezzo inganna:** gli utenti sembrano più sereni perché sono più giovani, istruiti e sani.
2. **L'uso moderato** (da 30 minuti a due ore) offre il profilo migliore ed è il gruppo più numeroso (39%).
3. **Oltre due ore al giorno** crescono rabbia, solitudine e tristezza (+2,2 punti), stress (+2,0) e preoccupazione (+1,7).
4. **Nei Paesi ad alto reddito** l'uso elevato si associa a una valutazione della vita più bassa; altrove la differenza manca.
5. **Lo studio è osservazionale:** mostra associazioni, misura le ore e lascia fuori contenuti e uso compulsivo.