

Quel rumore di fondo che viene dal sondaggio

STEFANO DRAGHI

Non c'è stata negli ultimi anni tornata elettorale che non abbia riproposto all'attenzione dell'opinione pubblica la questione dei sondaggi politici, della loro attendibilità, della loro utilità per i partiti, della loro capacità di prevedere il comportamento degli elettori, del loro uso strumentale nella competizione politica, dei rischi che un continuo ricorso ai sondaggi può rappresentare per le procedure democratiche. E se è vero che in Italia «ogni giorno è vigilia di elezioni», è facile capire perché l'uso dei sondaggi in politica è diventato pratica quotidiana e i problemi che ne derivano sono spesso all'ordine del giorno nel dibattito politico.

Per mettere un po' d'ordine in un dibattito troppo spesso confuso e superficiale, iniziamo con un po' di pedanteria accademica dalla questione dell'attendibilità dei risultati. La «survey» (è questo il termine tecnico, purtroppo intraducibile, che definisce quel particolare tipo di ricerca sociale che chiamiamo genericamente «sondaggio») è una tecnica di rilevazione con una lunga tradizione scientifica, dunque ben collaudata e affidabile, e che può dare risultati robusti solo se vengono rispettati in modo scrupoloso precisi criteri di scientificità. Come ad esempio la scelta casuale (che non significa «a casaccio») delle persone da intervistare, l'adeguato dimensionamento del campione e la sua rappresentatività, la validazione delle domande e così via. Le ricerche che applicano questi criteri sono purtroppo lunghe e costose (un «buon» sondaggio sulla popolazione adulta italiana non può costare meno di 100-150 milioni e richiede almeno un paio di mesi di tempo), mentre di solito in campo politico la fretta e la necessità di ridurre all'osso i costi, fanno troppo spesso dimenticare il rigore del metodo scientifico. Si adottano così varie scor-

ciatoie, a volte davvero disinvoltate, che aprono ad esiti poco o per nulla affidabili. È dunque sbagliato credere che i sondaggi siano tutti inaffidabili, che la loro scarsa attendibilità dipenda cioè dal metodo; al contrario ci sono ottimi sondaggi e pessimi sondaggi e tutte le gradazioni intermedie. La qualità, la validità e l'attendibilità dei risultati sono strettamente correlate al rigore metodologico dei ricercatori, all'indipendenza degli intervistatori e all'indipendenza della direzione della ricerca dal committente. La forza del metodo non sta nell'essere privo di errore, ma nella possibilità di conoscerlo a priori e nel controllarlo.

Se questi sono i problemi di tutti i sondaggi, in campo politico e più in generale nel «regime» della comunicazione politica le cose si fanno ancor più complicate. Per molti anni il comportamento elettorale degli italiani è stato caratterizzato da una no-

tevole stabilità, ma il nuovo ciclo politico che si è aperto con gli anni 80 ha prodotto fenomeni di mobilità e di frammentazione elettorale che i partiti maggiori non sono stati più in grado di interpretare e controllare con le tradizionali «antenne» dell'apparato. Di qui la necessità di ricorrere al sondaggio come strumento di conoscenza dei sogni, degli atteggiamenti, delle opinioni, delle possibili opzioni di voto, ma anche di orientamento e di verifica della linea e delle decisioni politiche. Il sondaggio politico viene dunque strumento indispensabile di orientamento al mercato elettorale secondo i dettami più recenti del «marketing politico», con tutte le potenzialità offerte da una apertura dei partiti al mondo esterno e con tutte le possibili derive demagogiche.

La novità relativamente recente in Italia (penso agli ultimi 5-10 anni) è rappresentata dal considerevole aumento della committenza di sondaggi politici da parte dei mezzi di informazione, quotidiani e settimanali in particolare, con diversi tipi di conseguenze. La qualità dei dati in primo luogo è generalmente modesta, sia per l'impossibilità dei giornali di affrontare i notevoli costi di un sondaggio metodologicamente ineccepibile, sia per l'opportunità che in questa situazione hanno intravisto gli istituti di ricerca (quelli meno noti o quelli emergenti) di farsi buona pubblicità vendendo ai giornali a prezzi stracciati un prodotto in realtà assai più costoso. E poi anche dal punto di vista della presentazione sui mezzi di comunicazione di massa il sondaggio sfugge spesso ai possibili elementi di verifica: come si potrebbero presentare i risultati corredati di tutte le pedanterie e ai più incomprensibili notazioni scientifico-metodologiche che avrebbero il solo risultato di suggerire al lettore dubbioso la precisione dei dati che invece il giornalista

ha interesse a valorizzare come base scientifica per il proprio commento?

Ma il caso più interessante e controverso nel rapporto tra sondaggi, politica e mass media è quello dei sondaggi pre-elettorali, quelli che mirano a prevedere il comportamento di voto degli elettori o quantomeno a misurare le probabili propensioni. Come tutte le tecniche di ricerca scientifica, il sondaggio è più adatto a misurare alcuni tipi di opinioni e di comportamenti che non altri. Il rapporto tra intervistato e intervistatore può infatti condizionare le risposte quando le domande vanno a toccare argomenti «delicati» o «riservati», come sono ancora per molti le proprie opinioni politiche. L'effetto intervistatore raramente induce risposte compiacenti, più spesso provoca rifiuti all'intervista o mancate risposte a singole domande. In Italia questo è il limite più severo dei sondaggi politici e pre-elettorali: la quota di coloro che non dichiarano il proprio voto passato o futuro non è di norma inferiore al 15-20%, a cui va aggiunto quel 10-15% di elettori indecisi che ancora poco prima delle elezioni sono in dubbio sulla decisione da prendere nell'urna.

In queste condizioni sembra dunque improbabile che i sondaggi possano prevedere con una qualche approssimazione i risultati elettorali. Ma non è questo ciò che dobbiamo aspettarci da un sondaggio, soprattutto se condotto con scarsità di risorse e criteri metodologici alquanto approssimativi. Una prova che è possibile leggere dai risultati dei sondaggi le corrette tendenze dell'elettorato è fornita da quanto è avvenuto in occasione delle elezioni politiche del 1983. La conclusione a cui si può giungere, leggendo le previsioni elaborate dai diversi istituti di ricerca qualche settimana prima del voto e con metodologie anche diverse tra loro, è piuttosto evidente: nella stragrande maggioranza dei casi le tenden-

ze (e non le percentuali) previste dai sondaggi si sono rivelate esatte, con qualche errore veniale sui partiti minori. In buona sostanza chi avesse avuto l'accortezza di trascurare le stime percentuali fornite dai giornali in modo piatto e acritico e la serenità per distinguere il «rumore informativo» e il furore polemico di commenti dal reale valore dei dati prodotti, avrebbe avuto a disposizione un'ottima base informativa per cogliere in modo sintetico e efficace la sostanza politica dei risultati: arretramento dei due partiti maggiori e guadagni più o meno consistenti di tutti gli altri partiti (esclusi i radicali che in quell'occasione teorizzavano l'astensione).

Nel 1987 il dibattito sui sondaggi pre-elettorali ha assunto toni polemicamente molto aspri, soprattutto per il risalto che trasmissioni televisive come *Mixer* o quotidiani come *La Repubblica* hanno dato ai sondaggi da loro commissionati. La pubblicazione dei risultati di un sondaggio può influire, e in che modo, sull'esito del voto? E in tal caso è giusto pubblicare i risultati?

Alla prima domanda non è facile rispondere in modo semplice e univoco, non essendo disponibili risultati certi di ricerche scientificamente apprezzabili. L'effetto più noto è quello conosciuto come «bandwagon effect», a causa del quale il partito indicato come favorito o in decisa crescita se ne avvantaggerebbe perché gli elettori incerti sarebbero spinti a votare per il partito dei vincitori. C'è da dubitare che questo effetto sia di un qualche rilievo almeno nel nostro sistema politico, dove non c'è mai un solo vincitore e le variazioni rispetto alle precedenti tornate elettorali sono il più delle volte talmente modeste da non arrivare a quella soglia minima che amplificata dai media può determinare un qualche effetto sul corpo elettorale. Ma un sondaggio potrebbe avere anche l'effetto opposto, il co-

siddetto «effetto underdog», che spingerebbe gli elettori del partito previsto in perdita a mobilitarsi per limitare la sconfitta. E ancora prevedere una sicura e larga vittoria di un partito potrebbe indurre gli elettori meno partecipi a disertare le urne giudicando inutile il proprio voto e danneggiando in tal modo il partito favorito. Un meccanismo che metterebbe a nudo il celebre «paradosso dell'elettore» per cui il voto del singolo elettore è vissuto come irrilevante rispetto all'esito delle elezioni.

Insomma le ipotesi plausibili sugli effetti delle previsioni elettorali effettuate tramite sondaggi sono diverse, contrastanti e difficili da verificare tanto che uno studioso come Klapper, al termine di una lunga rassegna in proposito, era spinto ad affermare che la pubblicazione dei sondaggi non produce alcun effetto apprezzabile sugli elettori. E se piccoli effetti possono prodursi è probabile che si annullino a vicenda.

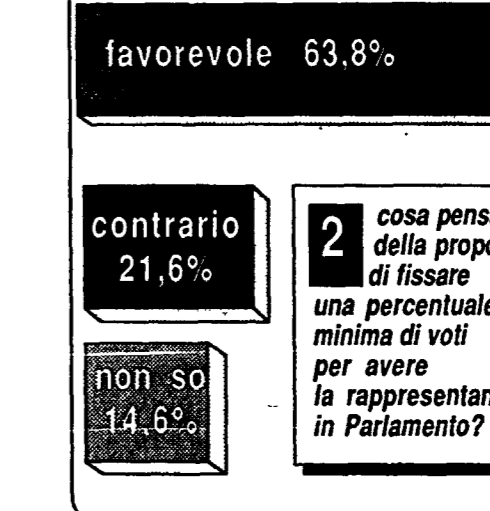
In base a queste considerazioni sembra dunque eccessiva la preoccupazione manifestata da molti studiosi e osservatori politici sui pericoli di manipolazione del voto grazie alla credibilità dei sondaggi. Ma la questione sollevata da molti riguarda un particolare tipo di sondaggio, l'«exit poll», quello che si effettua in alcuni paesi (non in Italia), chiedendo all'elettore che esce dal seggio di replicare in un'urna apposta il proprio voto in modo da permettere alle reti televisive di effettuare «proiezioni» che possono anticipare a urne ancora aperte il risultato finale.

Si pone qui il problema che solo in parte riguarda le possibili distorsioni indotte dai sondaggi, ma investe più in generale il complesso rapporto tra forme della partecipazione democratica e nuove tecnologie. Un campo di studio ancora poco frequentato, ma che sarà tra non molto in primo piano.

agli intervistati giovanissimi sono i più difficili da interpretare: sembrano i più cauti verso i cambiamenti. Le loro risposte contengono le percentuali più alte per il mantenimento del sistema elettorale attuale (33,9%) e per l'eventuale modifica parziale (40,8%): circa il 75% quindi non manifesta grandi volontà di cambiamento. È un segno della tanto discussa «indifferenza» dei giovani verso la politica? In effetti le ultime elezioni hanno registrato percentuali molto alte di astensioni nel voto giovanile e riguardo al tipo di scelte elettorali (ma il ragionamento si può estendere anche alla visione più complessiva della politica) si assiste da qualche anno ad un ritorno dei giovani - secondo le ricerche di Mannheim - a un modello di comportamento elettorale tradizionale, non dissimile da quello dei più anziani.

Maggior cautela ed incertezza si registra tra le donne rispetto agli uomini: meno del 21% di questi ultimi preferirebbe lo status quo, contro più del 30% di donne, che per un altro consistente 18% non si pronunciano sulla necessità o meno del cambiamento.

Interessanti considerazioni possono farsi anche sulla disaggregazione dei dati a seconda delle preferenze politiche degli intervistati. Ad essi è stato preliminarmente rivolto l'invito ad indicare il partito per il quale hanno votato alle ultime elezioni



ni amministrative. Per correttezza metodologica diciamo subito che 295 hanno preferito non rispondere e quindi ci limitiamo a considerare solo coloro che affermano di aver votato per i tre maggiori partiti, Dc-Pci-Psi, essendo i dati relativi ai partiti minori non significativi dal punto di vista statistico. Il risultato più interessante è che gli elettori democristiani e socialisti manifestano sostanzialmente gli stessi orientamenti, mentre coloro che hanno risposto di aver votato Pci mostrano una più decisa preferenza per i cambiamenti del sistema elettorale. I primi si attestano sul 62-64% di favorevoli al cambiamento (parziale o totale), mentre tra gli elettori comunisti si sfiora il

70%; questi ultimi, poi, se andiamo a vedere soltanto coloro che vorrebbero il cambiamento totale, sopravanzano democristiani e socialisti addirittura di 10-11 punti percentuali.

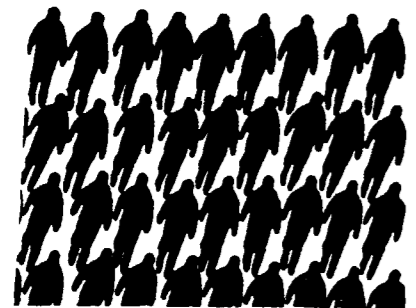
Riassumendo, allora, c'è un atteggiamento generale favorevole a cambiamenti parziali o profondi del sistema elettorale. I più decisi sono i quarantenni, gli uomini e gli elettori comunisti. I più perplessi o incerti sono gli anziani e una parte del campione femminile.

NO ALLA FRANTUMAZIONE, SÌ ALLO SBARRAMENTO

Tra le varie ipotesi fatte in questi anni per riformare il siste-

ma elettorale, ne sono state sottoposte tre al giudizio degli intervistati: lo sbarramento di una soglia minima di voti per entrare in Parlamento; il premio di maggioranza; il collegio uninominale. Infine si è aggiunta una domanda sugli sbocchi delle scelte elettorali, più che sulle procedure della rappresentanza. Si è cioè richiesto un giudizio sulla possibilità che i partiti si presentino alle elezioni con le ipotesi di alleanze di governo. Abbiamo volutamente scartato altre ipotesi che avrebbero richiesto spiegazioni più articolate (come il doppio turno della proposta Pasquino), non adatte ad un sondaggio telefonico, ed altre proposte che riguardano più ampiamente le istituzioni piuttosto che le regole elettorali (ad esempio il bicameralismo). Abbiamo escluso anche le varie ipotesi di elezione diretta del presidente della Repubblica, del presidente del Consiglio o del sindaco, perché su questi temi i sondaggi negli ultimi anni sono stati frequentissimi e tutti convergenti in una unica direzione: la maggioranza dei cittadini vuole scegliere direttamente chi governa, indipendentemente dalla preferenza per l'una o l'altra delle varie ipotesi di elezione del capo dell'esecutivo.

Anticipiamo subito che le risposte alle varie possibilità di riforma elettorale sono state posi-



I giovani, gli elettori comunisti, gli uomini sono i più favorevoli a un cambiamento del sistema elettorale. Il sondaggio è stato realizzato su un campione di mille cittadini. In questa pagina l'articolazione delle risposte per età, preferenze politiche e sesso degli intervistati.

