

Tutti i nuovi test elettorali danno il candidato democratico in netto vantaggio smentendo l'esito di quell'unico in cui la distanza era ridotta al 2%. Scettici gli esperti  
«Sono campioni esigui, quel che conta sono gli Stati»

# Dieci sondaggi dicono Clinton

## A 4 giorni dal voto arranca la rimonta di Bush

In dieci diversi sondaggi, paralleli a quello che dava la distanza ridotta ad un esiguo 2%, Clinton supera Bush, con un margine che varia a seconda delle previsioni per Perot. La media dei 10 sondaggi è Clinton 42%, Bush 36%, Perot 17%. Ma il parere degli esperti è che vanno presi tutti con le pinze, se non altro perché si tratta di campioni ridotti e volatili. Mentre quel che conta davvero è l'andamento Stato per Stato.

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE  
**SIEGMUND GINZBERG**

NEW YORK. Mia figlia è tornata a casa dicendomi che avevano votato e aveva stravinto Clinton 120 voti per Clinton 20 per Bush 20 per Perot i risultati nella sua scuola elettorale. Da un'altra di casa di una di quei quartieri più liberali di New York. Ma non fa testo. Così come non fa molto più che il solito, attissimo «tracking poll» della Gallup per la Cnn che dà il vantaggio di Clinton ridotto ad un sottile 2%. Un altro sondaggio fatto dalla Afx esattamente nelle stesse ore di questo con lo stesso metodo, intervistando lo stesso numero di persone dà invece al candidato democratico un vantaggio del 7%. Identico a quello che risulta alla Nbc e al Wall Street Journal. Se anziché prendere in considerazione solo i «probabili votanti» come in questi nuovi sondaggi, si considera l'insieme degli elettori registrati il vantaggio resta di ben 10 punti (14% contro il 34% di Bush e il 17% di Perot) per il Washington Post di addirittura 11 punti (Clinton 44%, Bush 33%, Perot 17%) per il Wall Street Journal.

Se si limita ai sondaggi più seri delle ultime ore (e ne sono contemporaneamente almeno una decina) la prima cosa che salta agli occhi mettendoli a confronto è che tutti danno in testa Clinton. Se si fa la media, includendo quello del paturo avvicinamento al 2%, viene fuori il 42% per Clinton, il 36% per Bush e il 17% per Perot.

Ma bisogna prenderli tutti quanti con le pinze. Innanzitutto perché il campione intervistato è in genere ridottissimo da un massimo di 1200 persone ad un minimo di 500. Poi perché tutti questi sondaggi ammettono un margine di errore di 3-4 punti minimo. Il che significa che se tra i uno o l'altro dei candidati c'è un distacco di 8 punti percentuali potrebbe anche essere che il vincitore sia quello che viene dato in coda. La ragione addotta dalla Gallup per cambiare il campione base è limitare il sondaggio solo a chi sostiene

che «probabilmente» si recerà effettivamente alle urne. È che a questo punto della campagna è assai più significativo occuparsi solo di quelli che voteranno davvero. E vero. Ma una delle costanti con cui devo fare i conti gli esperti di demoscopia è che gli intervistati che rispondono al telefono se si escludono quelli che mandano subito l'interlocutore a quel paese e non vengono conteggiati, in genere si vergognano di dire che non sono interessati alla politica o che non andranno a votare il 90% degli intervistati così risulta come «probabile elettore», mentre si sa che nelle presidenziali americane in genere solo poco più di metà degli elettori va a votare.

Tra gli esperti c'è uno scetticismo diffuso. «I sondaggi erano una grande cosa negli anni '60 e '70. Avevano previsto che vinceva Kennedy su Nixon nel 1960. Tutti si misero a copiare quello che facevamo allora. Ma ora c'è una sovrapproduzione di sondaggi e ciò fa sì che vengano usati più per influenzare l'elettorato che per anticipare il risultato», osserva in un'intervista telefonica la professoressa Ellen Piro dell'Università dell'Iowa. Ma tra i politologi non c'è neppure accordo sulla direzione in cui assiste l'influenza. C'è chi dice che dare uno dei candidati nettamente in vantaggio invita l'elettore a «saltare sul carro del vincitore». Altri ritengono che al contrario l'idea di Clinton (in realtà la Casa Bianca preferisce far ripensare a chi lo avrebbe votato dubbioso e viceversa). L'idea che Bush e la sua Casa Bianca faranno tutto il possibile per favorire Clinton.

È diverso anche il caso dei sondaggi Stato per Stato, basati sui «grandi voti» in palio in ognuno dei collegi: su campioni di 10.000 elettori e passa. Da questo punto di vista Clinton appare in vantaggio in 39 Stati con un totale di 413 grandi voti. Che ne basterebbero 270 per vincere. Bush è in vantaggio solo in 11 Stati con un totale di 93 grandi voti.

Riportiamo alcuni brani dell'intervista di Clinton al più famoso giornalista delle telecamere in un'andata in onda mercoledì scorso.

LARRY KING: È arrabbiato?

CLINTON: Ci può scommettere che lo sono. Ne ho fin qui trovo stupelenti che uno possa rivolgermi al popolo americano e dirmi «Dovete votare per me perché potete fidarsi di me». E questo quel che dice Bush. E poi fa male fare in onda pubblicità patentesca in un'andata patentesca. Quando si mostra un'andata di Clinton, non si vede mai un'andata di Clinton. Si vede un'andata di Clinton con la faccia di un'andata di Clinton. Ma io sono l'andata di Clinton. Sono l'andata di Clinton. Sono l'andata di Clinton. Sono l'andata di Clinton.

KING: Intende dire che la paura rende voti?

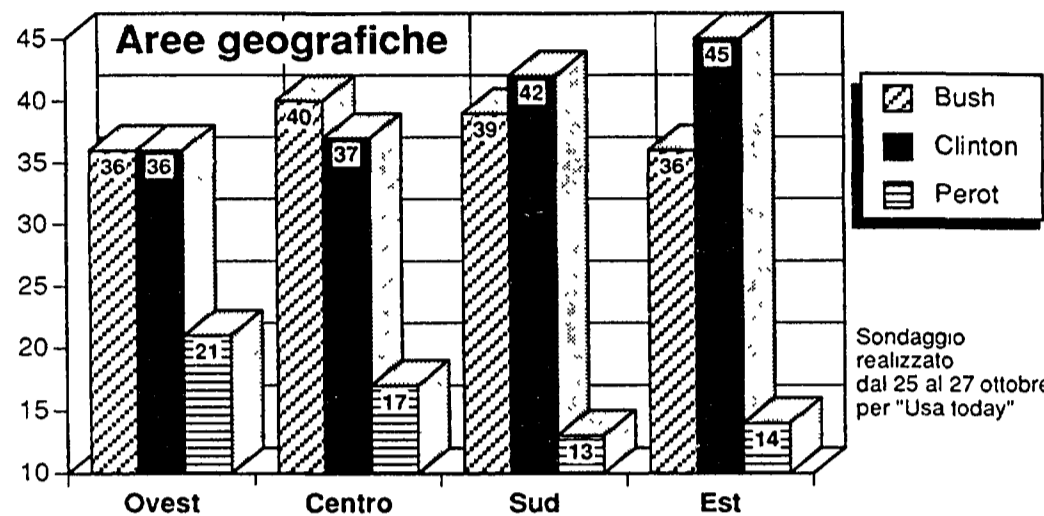
CLINTON: Certamente. Lo status quo è sempre il male che conosce di fronte al male sconosciuto. Quel che chiedo al popolo americano è di avere il coraggio di cambiare. Mentre Bush ha trasformato la campagna in un attacco strettamente personale nei miei confronti.

KING: E che parte ha Perot in tutto questo?

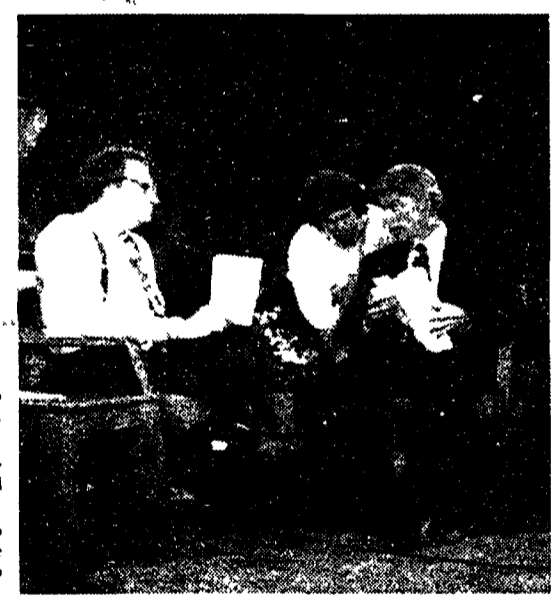
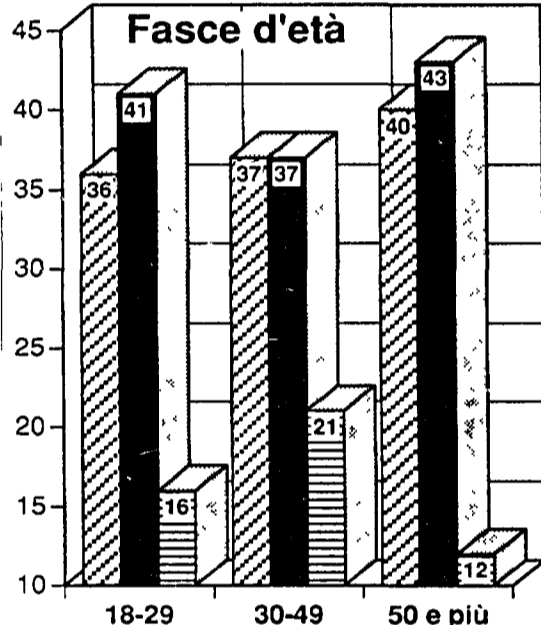
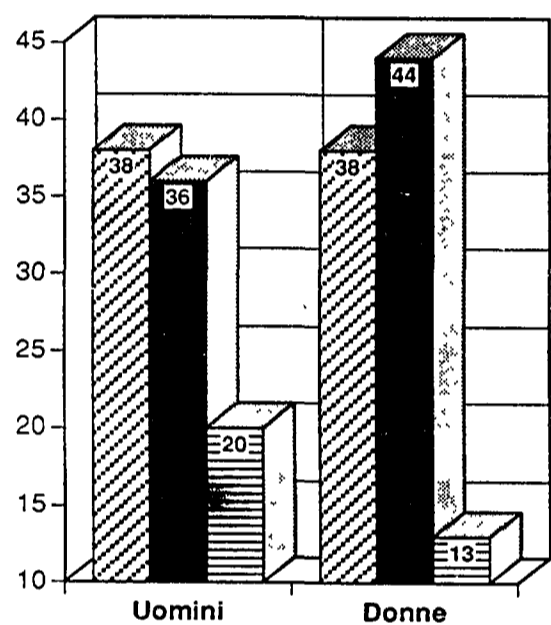
CLINTON: (Credo che divida il voto anti Bush).

KING: Cioè danneggia lei...

CLINTON: In una certa misura è difficile dirlo. Sapete ai fini dei suoi sostenitori vote rebbero per Bush se Perot non fosse in corsa. Alcuni vorrebbero



Sondaggio realizzato dal 25 al 27 ottobre per "Usa today"



# «In Usa si vince sempre sul filo di lana»

berò per me. I sondaggi indicano che se non fosse in corsa un maggior numero di loro voterebbe per me anziché per Bush.

KING: I nuovi sondaggi della Cnn danno Bush a ormai solo 2 punti. È uno shock per lei?

CLINTON: È bizzarro che abbiano deciso all'improvviso di cambiare il metodo dei loro sondaggi (limitandoli agli elettori che probabilmente andranno a votare anziché prendersi in considerazione l'insieme degli elettori registrati ndr). Insomma hanno deciso all'improvviso che i lavoratori a basso reddito e i giovani non andranno a votare. Io sono d'accordo con questi sondaggi. Nel senso che se i lavoratori e i giovani il giorno delle elezioni stanno a casa la corsa diventa molto più un testa a testa perché proprio questa è la gente che io rap-

presento.

KING: Ma lei è preoccupato o no?

CLINTON: Ebbene si sono preoccupati. Sono sempre stato preoccupato. Ma sta a sentire: ci sono sondaggi di ogni tipo. Ce ne sono cinque contemporaneamente. Uno mi dà 11 punti di vantaggio (uno 10 uno 8 uno 7 e 2). Qualunque cosa succeda io mi attendo che la corsa divenga più ardua. Sapete Bush aveva avuto una vittoria a tap-pa contro Dukakis 49 Stati su 50 con un margine di appena 181. Aveva avuto (nel 1988, ndr) il 53,7%. Le presidenziali americane in genere non vengono decise da ampi margini. Ho sempre pensato che il vantaggio nel finale si sarebbe ristretto. Ma penso che dobbiamo continuare a sostenere la causa del cambiamento. Dobbiamo chiedere alla gente di immaginare

quel che sarebbe ro altri 4 anni di Bush e Quayle e invece di quello che rappresentiamo io e Al Gore.

KING: L'altra sera il vicepresidente Quayle è venuto a questo programma con una tabella, da cui risulta che l'economia Usa oggi è la più forte che abbiamo mai avuto nella storia.

CLINTON: Se gli americani credono davvero che attualmente abbiamo l'economia più forte che abbiamo mai avuto allora possiamo anche fare a meno di andare a votare. Bush è il primo presidente da tempi di Hoover (grande depressione del 1929 ndr) che nei quattro anni del suo mandato non abbia prodotto nuovi posti di lavoro nel settore privato. C'è stato un declino dei salari negli ultimi 10 anni. E anche quando creava nuovi posti di lavoro sotto Reagan il salario medio scende-

va. La gente accettava posti di lavoro per i quali guadagnavano meno e dovevano lavorare più a lungo. 100 mila persone ogni mese hanno perso l'assistenza sanitaria questi sono dati del censimento non documenti di partito.

Anch'io ho una tabella. Economici secondo i consiglieri economici del presidente abbiamo avuto crescita nella produttività sotto tutti i presidenti da Truman in poi ad eccezione di Bush. E ci sarebbe da aggiungere che le cose stanno anche peggio perché per oltre un decennio in una certa misura già a partire da Carter poi in modo assai più pronunciato sotto Reagan la crescita è venuta dall'indebitamento e dal fatto che la gente lavorava più ore.

KING: È Truman che ha avuto la maggiore crescita?

CLINTON: Sì Truman subito dopo la fine della guerra mondiale. Il secondo è Johnson.



L'attore Bruce Willis si schiera con George Bush, sotto, il candidato democratico Bill Clinton intervistato da Larry King.

# Tutti a lezione da Ross Perot il re dello spot

DAL NOSTRO INVIATO

NEW YORK. Una domanda circola, in queste ore di vigilia, tra gli esperti di tecniche elettorali: che cosa sarebbe accaduto se Ross Perot non fosse stato Ross Perot? O meglio quali potrebbero essere, oggi, i rapporti di forza tra i tre contendenti, se il miliardario texano avesse posto la sua fantasia innovatrice ed il suo straordinario istinto di piazzista al servizio di un personaggio più credibile e più psichicamente stabile di sé medesimo?

Un tale quesito, solo apparentemente bizzarro, trova più che legittime ragioni in un fatto di assoluta evidenza in materia di rapporto media-politica, tutte le grandi e vicine novità di questa corsa per la Casa Bianca sono indiscutibilmente fannulle del sacco di Perot. A lui infatti, si deve la scoperta del talk-show come veicolo di propaganda. A lui — ed in parte all'ex candidato democratico Jerry Brown — si deve l'applicazione dei cosiddetti «1-800 numbers» (chiamatemi ed io, a mie spese, vi spiegherò tutti i

dettagli del mio programma), come forma di contatto diretto con l'elettorato. Ed a lui, infine, si deve l'introduzione di tecniche di pubblicità televisiva che — considerate fino a ieri «folli» dai guru della mediologia — stanno in realtà attirando la massiccia e stupefacente attenzione di milioni di telespettatori.

«Vedere per credere. Gli ultimi «canonelli» televisivi comprati dal miliardario texano sono lunghi mezz'ora ciascuno e consistono sostanzialmente in confessioni in Ross Perot che, solo con le sue ormai celebri orecchie a sventola, illustra attraverso grafici e tabelle (primo tempo) le ragioni del colossale deficit pubblico americano, e quindi (secondo tempo) le sue proposte per appianarlo in un quadriennio. Un terzo tempo è infine dedicato, con evidenti concessioni al culto della personalità, alla narrazione della vita dello stesso Ross Perot, virtuoso self-made man che «ama il popolo americano». Or bene gli indici di ascolto di queste didascaliche trasmissioni hanno toccato punte record. Ed hanno prepotentemente contribuito — prima che lo stesso Perot provvedesse a rafforzarla con una grottesca scivolata delle sue — a rilanciare una campagna che pareva compromessa.

La cronaca ci dice come questa incontentibile forza inventiva abbia in realtà goduto d'un enorme ed assai raro vantaggio: 130 milioni che, di tasca propria, Perot ha potuto

quattro anni e non mi è piaciuto.

KING: Quindi lei nominerà sia democratici che repubblicani. E Perot sarà nella lista?

CLINTON: No. Quel che ho detto su Perot è che pensavo avesse da dare un contributo in due o tre aree. Penso che comprenda la necessità di tagliare il deficit. È impegnato nella riforma della politica. Avendo lui partecipato al sistema in vigore a Washington sa di che cosa si tratta. E io credo che bisogna ridurre l'influenza dei lobbisti e dei gruppi di interesse. E se non chiediamo presto la faccenda dei prigionieri di guerra in Vietnam — abbiamo fatto di recente progressi su questo — credo possa interessargli occuparsene.

KING: Da presidente lei potrebbe dover fare una guerra. Potrebbe dover ricorrendo alla leva. A quel punto alcuni potrebbero dire: «Caro presidente, come ha fatto lei lo sceglie di non fare il servizio militare?»

CLINTON: No. Io non ho mai detto che non volevo fare il servizio militare. Come altri ho chiesto un differimento. Poi non mi sentivo a mio agio: sono formato al sostegno e non sono stato sottostegato. Ma sono stato abbastanza franco da dire che io ero contro la guerra in Vietnam e non volevo andare a farla. E poi ora non abbiamo la leva. L'esercito di soli volontari che abbiamo ora funziona benissimo.

gettare nell'impresa (si calcola che la sua sia stata, in proporzione, la più costosa campagna della storia televisiva). E gli stonci, domani, si premureranno di spiegarci come l'incredibile genialità della campagna perotiana si sia infine tramutata contro un'insormontabile ostacolo: quello della qualità del prodotto. Ovvero: come le splendide invenzioni di Clinton-Piazzista siano state a conti fatti ridimensionate proprio dalle insensate e dalle paranoiche stravaganze del Perot-candidato. Ma un fatto resta: il «piccoletto di Dallas» è stato il primo a spezzare gli antichi rapporti di mediazione dell'informazione televisiva. Ed a rispondere con nuove idee alla «fame di fatti» che circola tra la pubblica opinione.

Gli altri due candidati, in ogni caso, si sono presto posti nella sua scia. E qualche contraddittorio risultato già si è visto nelle rispettive campagne televisive. Laddove quattro anni fa dominava la tecnica dei pugni nello stomaco — ricordate il malfamato spot su Willie Horton usato da Bush contro Dukakis? — oggi prevale l'illustrazione dei programmi. Laddove i candidati usavano lanciarsi manciate di fango, oggi si assiste ad un fitto scambio di cifre e statistiche sulle incongruenze dei rispettivi piani economici.

Un ravvedimento? No proprio. Perché, seppur ridimensionati, fango e pugni nello stomaco sono tutt'altro che scomparsi. E poi perché, nel mare dei «fatti» che popolano questa nuova generazione di spot televisivi, assai arduo resta, in ogni caso, trovare qualche goccia di verità. «L'evoluzione» in corso, insomma sembra aver cambiato tutto tranne una cosa. La più importante: l'obiettivo della propaganda elettorale televisiva. Un obiettivo che, anche in questo «doppio-Perot», resta immancabilmente il medesimo: confondere le idee della gente.

► M. Cav

KING: Ma potrebbe esserci una crisi.

CLINTON: È difficile concepire una crisi tale da costringerci a ricorrere alla leva. Ma se dovessi ricorrere alla leva innanzitutto vorrei che fosse il Congresso a dichiarare la guerra (per il Vietnam non avvenne, ndr). A differenza del Vietnam vorrei obiettivi chiaramente definiti e usare la potenza americana per finire il lavoro rapidamente e con la minima perdita di vite americane. Quindi non viene ammesso. Quando non viene ammesso.

KING: C'è stato un momento in cui ha pensato che avrebbe perso le elezioni?

CLINTON: Non so. Ci sono stati momenti in cui non ci ho pensato. Non potevo permettermi di pensarci. Quel che posso dirle è che non ho mai pensato di abbandonare. Ho sempre pensato che toccava al popolo decidere. Ho pensato che se la gente voleva che io lasciassi perdere potevano non votarmi.

KING: È preparato a perdere?

CLINTON: Non ci penso neppure.

IL PUBBLICO (di sostenitori di Clinton, ndr), in coro: «Nooo!»

CLINTON: Non ci penso neppure. Non credo che perderò perché con tutto il cuore ritengo di essere dalla parte giusta della storia non per me ma perché le cose per cui sto sono le cose giuste per l'America in questo momento.