

«Il mio sondaggio dice che sono avanti dello 0,2%»

Berlusconi tira fuori i «numeri americani»
Ds primi, lui secondo, tutti gli altri niente

di Marcella Ciarelli / Roma / Segue dalla prima

LA TRASMISSIONE che va in onda su Canale Italia, in versione "tappetino" dato che Luciano Rispoli ha accettato di registrare la puntata nel salotto privato del premier. Luci soffuse. Nei vasi rose in quantità. Poltrone comode, mobili antichi per un set accattivo.

C'è anche lo champagne. «Sono soddisfatto» dice il premier «perché ho ricevuto un nuovo sondaggio dalla più antica azienda degli Stati Uniti». Che porta alla conclusione che «statisticamente è un pareggio, siamo solo lo 0,2 avanti (48,4 contro 48,2), ma c'è un trend a nostro favore che è diventato evidente da quando io sono tornato in televisione a spiegare le cose che il mio governo ha fatto. Abbiamo recuperato sette punti mentre la sinistra ne ha persi dieci. Avevo commesso l'errore di pensare che il buon governo si affermasse da solo con i risultati. Ma un altro sondaggio mi ha fatto capire che i cittadini non sapevano».

Non lo sfiora neanche l'idea che la gente non se ne sia accorta perché non c'è nulla di cui rendersi conto. Quindi si crogiola in quel «24,9 accreditato a Forza Italia, una percentuale a cui non riuscivo a credere» e che gli ha addolcito la pillola amara dei Ds primo partito, un punto più su. Ma c'è tempo per recuperare. E Berlusconi è pronto per raggiungere l'obiettivo della vittoria, trascinandosi dietro i suoi alleati

che, se fosse per loro, non si andrebbero da nessuna parte. E sono stati acconciamente ridimensionati dai sondaggi americani. A lui farebbe piacere fare altro («non ho alcun entusiasmo per la politica e pote-

vo fare una vita più divertente») ma non può rinunciare alla missione di ergersi come baluardo contro il comunismo. «Se dovesse vincere la sinistra, ipotesi comunque lontanissima sentirei l'obbligo di restare in Italia e di fare un'opposizione assoluta, determinata, forte convinta e pervicace». Per evitarlo bisogna tenere gli occhi aperti perché «i pericoli si avverano» hanno «una certa capacità di modificare i risultati elettorali». «È lo stile di una certa parte ed è cosa a cui stiamo cercando di porre rimedio». Per il premier anche i

sondaggi italiani «sono molto legati alla sinistra» ed hanno fatto un accordo per allinearsi tutti e darlo per sconfitto. L'uomo che si «sacrifica per il bene degli italiani» e argina la sinistra («che fa politica per sbarcare il lunario») si è esibito nell'elenco delle sue riforme e delle sue amicizie estere, a cominciare da Putin che non per caso ha limitato i danni all'Italia a proposito dell'erogazione del gas. «Se è mancato è perché l'Ucraina lo ha emunto». Ha detto di apprezzare, nello schieramento di sinistra, Giuliano Amato, cui darebbe an-

che un ministero. Ha valorizzato il ruolo delle donne in politica sollecitato dalla ex miss Tania Zampanò, sorvolando sul diritto negato ad una presenza adeguata. Dopo Gesù, Napoleone e l'Unto del signore ha annunciato possibili altri iperbolici paragoni. E si è esibito in alcune melodie di sua fattura con Mariano Apicella alla chitarra. Il Berlusconi paroliere «è iscritto nell'archivio storico della canzone napoletana con ben cinque pezzi». A provarlo c'è un certificato. Esibito come i sondaggi. Più credibile.



Nubi nere sopra un poster elettorale di Silvio Berlusconi Foto di Gregorio Borgialini

«Temo le rilevazioni fatte per propaganda»

L'allarme di Pagnoncelli: oggi strumento di democrazia, ma possono perdere immagine

«Psb? Sta per Pier Silvio Berlusconi?» La battuta è di Nicola Piepoli, che dice di «non conoscere» la Psb che ha realizzato il sondaggio per Forza Italia. «È un risultato anche possibile, poco probabile - spiega - ma gli istituti che lavorano in Italia sono tutti sulla stessa linea, diversa da questa. Io uso il sistema francofono, che per rendere più probabile la risposta la confronta anche con il voto nelle elezioni precedenti. Ma in Francia, e nei 30 stati in cui è stato esportato ha funzionato in ben 140 elezioni; un unico errore al primo turno delle presidenziali francesi». Dei dati Psb «posso dire che il dato del centrodestra, 47,3, si avvicina al 47,5 che diamo noi. Diverso è invece quello del centrosinistra. La tendenza comunque sembra a favore del centrodestra: in quattro settimane ha guadagnato due punti. Abacus, Pagnoncelli, Mannheim e io abbiamo risultati analoghi». Per Renato Mannheim, «il campione del sondaggio Psb va bene e il sistema è quello tradizionale. Però bisogna capire bene cosa vuol dire "coloro che intendono andare a votare". E molto dipende dalle domande. A volte perfino dall'ordine delle domande. Quando abbiamo fatto l'indagine sulle liste civiche solo il fatto di chiedere "conosce le liste civiche" ha fatto sì che poi nelle intenzioni di voto siano state più indicate».

politici di spicco nel mondo, ci sono molti sondaggi, e non ne ho conosciuto nemmeno uno che non dica di aver lavorato con Clinton prima e con Bush ora». La Psb? «Non li conosco. Ma mi sembra un'anomalia che i Ds siano dati come primo partito al 25,9%. È una cosa che non c'è nel Paese, perché se si aggiunge al 6% del Prc, e all'1,9 dei Comunisti italiani si arriva ad un 33-34%, una percentuale come quella del Pci nel '75. Non c'è più un simile bacino in Italia, è un'eresia. Ora i Ds sono intorno al 20%, 6 punti in più sono poco credibili. Non stupisce il dato della Cdl, ma per noi l'Unione è costante al 51%».

Nando Pagnoncelli, presidente di Assirm, l'associazione che raccoglie i maggiori istituti di ricerca: «Psb è una società qualificata e specializzata del settore e fa capo al principale gruppo di comunicazione internazionale, Wpp. Hanno una gamma di servizi più ampia dei normali istituti demoscopici e sviluppano anche marketing politico». Ma Pagnoncelli avverte: «non abbiamo elementi su tre criteri importanti: la stratificazione campionaria, la natura del questionario (se c'è risposta spontanea alle domande o no), e i criteri di ponderazione, quelli che consentono di correggere gli eventuali errori del campione. Esprimo viva preoccupazione: i sondaggi sono uno strumento di democrazia, ma se vengono utilizzati per la propaganda possono vedere appannare la loro immagine presso i cittadini».

Penn & Co. i «maghi dei numeri» che danno sempre ragione al committente

di Roberto Rossi / Roma

La rivista Time li definì «i maestri del messaggio». E forse mai una definizione fu più appropriata. Perché la Penn Schoen & Berland, la società ingaggiata da Silvio Berlusconi e autrice del sondaggio secondo cui la Casa delle Libertà sarebbe in vantaggio sull'Unione, è abituata a servire il cliente nel modo più appropriato. Più che rilevare, crea, allineando le statistiche alle esigenze del cliente. Che spesso non coincidono con la realtà.

Non a caso la società, fondata nel 1973 e considerata uno dei colossi americani, ha avuto tra i suoi più famosi clienti proprio società americana. Come Coca Cola, American Express, Microsoft, società abituate a creare bisogni. E questa sua capacità è stata sfruttata anche in politica. A servirsene i Clinton, Tony Blair e anche Michael Bloomberg.

Per quest'ultimo poi ha gestito la campagna elettorale che lo avrebbe portato nel 2005 alla conquista, per la seconda volta, della poltrona di sindaco di New York. Scatenando più di una polemica. Lo scorso agosto, infatti, il New York Times ha intervistato alcuni elettori che sostenevano di aver ricevuto telefonate che sembravano

semplici sondaggi e che invece si tramutavano rapidamente in messaggi politici, perché l'intervistatore forniva informazioni negative sul candidato rivale di Bloomberg, il democratico Freddy Ferrer.

Ma la Psb se la ricordano bene anche in Venezuela, dove per poco non ha scatenato una guerra civile. Nel 2004 Hugo Chavez decise di indire un referendum, ma forse lo si dovrebbe chiamare plebiscito, sul suo governo. In gioco anche interessi di molte aziende, soprattutto petrolifere, che operano o che avrebbero voluto maggiore spazio in Venezuela. La Psb era una delle società chiamate, dalle aziende americane, a fornire gli exit poll. Che furono non solo sforzati a urne ancora aperte, violando di fatto la leg-

Quando in Venezuela dissero che Chavez avrebbe perso e invece vinse di 11 punti. E anche a New York «aiutavano» Bloomberg

ge, ma anche palesemente sbagliati (di 36 punti percentuali). La compagnia invece di ammettere la scorrettezza e l'errore incolpò il governo di brogli scatenando, così, la reazione dell'opposizione che scese in strada.

Stessa musica in Messico per le elezioni del 2000, quando la Psb fornì exit poll senza specificare chi fosse il loro finanziatore (si scoprì poi che era Vicente Fox poi eletto presidente) violando leggi e codici etici. Anche in Serbia, sempre nello stesso anno, lavorò a fianco dei partiti che si opponevano a Milosevic, appoggiati dagli americani, riuscendo a far passare il messaggio di una loro compattezza politica.

Inoltre c'è da ricordare che i sistemi di ricerca della Psb si basano su un modello bipolare. Che in Italia non esiste. Non a caso nel sondaggio di Berlusconi i grandi partiti come Ds e Fl sono sopravvalutati (25 e 24%) mentre i piccoli tendono a scomparire. Se il sondaggio è credibile, allora, non si capisce perché Berlusconi stia perdendo così tanto tempo nel reclutare tra le sue fila la Mussolini e i neo fascisti accreditati intorno al 0%. In più è in discussione anche il metodo standard usato dalla società per reclutare la popolazione campione: i volontari che accettano di sottoporsi ai questionari possono ricevere premi.

L'INTERVISTA **MARIO MORCELLINI** Preside di Scienze della comunicazione Università «La Sapienza» di Roma

«Crede che i sondaggi costruiscano la realtà»

di Maria Zegarelli / Roma

Mario Morcellini, preside della Facoltà di scienze della Comunicazione della Sapienza, avverte: «Attenzione ai sondaggi a 100 giorni dalle elezioni: sono inattendibili». Meglio non abusarne. **Professore, c'è il rischio di un condizionamento da sondaggio?** «È difficile escludere che, in un paese non pienamente modernizzato dal punto di vista del dibattito mediatico e politico, qualche condizionamento ci sia. Il primo vero rischio è quello che corrono i giornali: cascano in questi tranelli con una prontezza incredibile. La stampa in Italia ha un problema con i numeri: pensa che possano sostituirsi alla lettura della realtà, invece i sondaggi non sono numeri ma ipotesi su orientamenti non ancora manifestatisi. È un po' rischioso affidarsi a una profezia della realtà. Sarebbe meglio pensare ai contenuti. Almeno in questa fase della campagna elettorale».

E l'opinione pubblica è immune? «La permeabilità ai sondaggi riguarda quegli strati di opinione pubblica culturalmente più marginali rispetto alla multimedialità. È chiaro che su queste perso-

ne la diffusione di un sondaggio può trainare una corrente di opinione».

Berlusconi dice: i sondaggi ci danno in vantaggio. Anche se non è vero. Perché secondo lei continua a cantare vittoria?

«È una frase tipica della scarsa cultura politica. Ma è vero anche che il centro destra ha sempre avuto un'ossessione da sondaggi».

Il centrosinistra no?

«Un po' meno e infatti è stato un piccolo errore mediatico strombazzare i sondaggi che li danno in vantaggio, perché quello è uno strumento che dovrebbe essere usato con molta cautela quando si è lontani dal voto. A 100 giorni dalle elezioni la veridicità è assolutamente labile».

Torniamo a Berlusconi. Ci investe tanto da rivolgersi agli Usa...

«Ci investe perché è abituato a pensare che i sondaggi costruiscano la realtà. Gli hanno portato bene una volta e pensa che sia un'arma compatibile con il suo modello di comunicazione. E quando quelli italiani, che pure 5 anni fa riteneva attendibili, lo danno in svantaggio, pensa che sono condizionati e preferisce rivolgersi agli

americani. Oggi (ieri per chi legge, ndr) abbiamo finalmente saputo chi lo aveva effettuato. Ma è gravissimo il fatto che per giorni ha sbandierato il sondaggio senza rivelare la fonte. In nessun paese democratico sarebbe successo. È stato un atteggiamento davvero medievale. È chiaro che in questi giorni sta puntando a rifare il pieno del suo elettorato, ma stavolta c'è un problema. Cinque anni fa il suo elettorato era composto da opinione-pubblico, come la definiamo noi, cioè tv che massaggia la società, e poi da un voto di opinione. Quest'ultimo oggi riteniamo l'abbia perso.

Il sondaggio americano lo dà vincente, però...

«Ecco la vera storiella. I sondaggi americani, ammesso che siano ineccepibili (e non si capisce come mai l'ultima volta non hanno azzeccato l'elezione del presidente americano) hanno riferimenti

Troppo diverso il sistema di sondaggio degli Usa Berlusconi? Prenda esempio dall'esperienza delle Primarie

molto diversi dai nostri. Non si può dare per scontato che il rapporto tra i sondaggi americani e l'opinione pubblica americana si possa riproporre su un paese con caratteristiche di partecipazione politica assolutamente diverse. In Italia vota il doppio della popolazione rispetto agli Usa e questo introduce una distorsione enorme; nei paesi più moderni, infine, i sondaggi considerano una piccola variabile di risposte fallaci, fenomeno piuttosto inconsistente in Italia. Insomma, usare il paradigma americano per leggere il pronostico di comportamento politico in Italia è assolutamente poco realistico.

Quali gli effetti collaterali da sondaggio?

«Ho il timore che un eccesso di produzione pubblica di sondaggi sia più uno scoraggiamento dal voto che un contributo a non dare per scontato il risultato elettorale».

Consigli ai due schieramenti?

«La Cdl dovrebbe fare un salto di qualità nella comunicazione all'altezza di quanto ha fatto il centrosinistra con le primarie. All'Unione direi di mettere tra parentesi la tv. Le Primarie ci hanno insegnato una cosa: si possono avere risultati significativi anche senza copertura mediatica».

VERSO LE ELEZIONI POLITICHE
I DEMOCRATICI DI SINISTRA
NELLA COMPETIZIONE ELETTORALE

Seminario Regionale:
strategie di comunicazione e
impostazione della campagna elettorale

Partecipano:

Gianni CUPERLO
(Resp. DS Nazionale Comunicazione)

Roberto WEBER
(SWG)

Sabato 18 Febbraio 2006
ore 9.30
c/o Hotel Massimo D'Azeglio
Via Cavour, 18 - Roma



DSLazio

www.dslazio.it - Unione Regionale DS Lazio