

Una riflessione sul temporaneo fallimento dei sondaggi elettorali

di *Lidio Maresca** - 25 aprile 2006

Crederne nei sondaggi è ancora possibile? L'orientamento generale, alla luce di quanto è successo il 10 aprile, potrebbe portare a prendere definitivamente le distanze da questo strumento di analisi. Tutti gli elementi che ne hanno caratterizzato la clamorosa disfatta in quest'ultima tornata elettorale, infatti, sembrano indicare che l'attendibilità del metodo sociologico di contatto basato sulla riproduzione della scelta fatta nel segreto dell'urna, sia assai fragile.

Altra domanda: è ancora necessario parlarne? Riflettere sui sondaggi (che sono cosa diversa dagli exit-poll) potrebbe sembrare un'operazione fuori tempo, ora che l'attenzione del Paese è spostata sull'ingorgo istituzionale, sulla formazione del nuovo governo e sulle ultime esternazioni dell'ex premier, il quale vuole sfruttare fino all'ultimo un orientamento di pensiero, da lui stesso generato, pronto a delegittimare qualsiasi iniziativa della compagine uscita in qualche modo vittoriosa da questa prova elettorale.

Tuttavia ripensare ai sondaggi come strumento di controllo in vista delle prossime amministrative, può e deve essere lecito. Anzi: è obbligatorio concentrarsi sull'utilità che tale forma di feedback potrà avere su un altro tipo di campagna, assai importante per il futuro del Paese, e verso la quale tutti saremo chiamati a prestare la massima attenzione: quella in difesa della Costituzione repubblicana attraverso il NO al referendum confermativo della legge voluta dai "saggi" di Lorenzago.

Soffermiamoci un istante ancora sulla differenza fra exit-poll e sondaggi prolungati nel tempo. Seguendo un orientamento forse un po' drastico, potremmo essere tentati dall'affermare l'assoluta inutilità degli exit-poll, adducendo come motivazione lo scarso valore che tali elaborazioni avrebbero dopo poche ore (a patto che non siano totalmente sbagliate). In effetti l'exit-poll costa esageratamente rispetto a ciò che offre. Inoltre, per quanto riguarda l'ente televisivo di stato, questo servizio pressoché inutile viene pagato dai cittadini abbonati al canone. Tanto varrebbe eliminarlo, dunque, e aspettare con pazienza le proiezioni sugli esiti reali.

I sondaggi, invece (e giova ripeterlo!), sono un'altra cosa.

Lasciando da parte la polemica relativa all'angosciante pomeriggio del 10 aprile, occorre a questo punto capire quali risposte dare agli interrogativi iniziali: ai sondaggi ci possiamo ancora credere? E' ancora opportuno tornare sull'argomento?

Personalmente rispondo sì a tutte e due i quesiti poiché sarebbe un insulto alla nostra intelligenza sia, da una parte, rinnegare l'attenzione avuta per mesi nei confronti delle tabelle diffuse periodicamente dai più disparati istituti, sia, dall'altra, ritenere che un errore (poiché di errore certamente si tratta) possa definitivamente inficiare un metodo.

I sondaggi che davano Kerry in vantaggio in Florida erano un dato fuorviante rispetto alla vittoria dell'attuale presidente degli Stati Uniti. Ciononostante sono certamente pochi i cittadini democratici che, negli USA, hanno messo in dubbio la scientificità della ricerca.

Sebbene il precedente americano sia stato argomento di riflessione, la metà degli Italiani che hanno poi votato per il centro sinistra ha avuto, durante l'estenuante campagna elettorale, pochissimi dubbi sull'attendibilità dei sondaggi eseguiti nel periodo ottobre-marzo sull'esito della

* Dottore in sociologia indirizzo comunicazioni di massa, informatico, consulente di ASTRID.

nostra consultazione nazionale. Molti di questi elettori erano certamente con Renato Mannheimer, quando, lo scorso 14 febbraio, sosteneva sul Corriere della Sera che «i sondaggi sulle intenzioni di voto si susseguono con una significativa similitudine nei risultati. Ciò ne mostra l'attendibilità scientifica (la statistica insegna che uno stesso quesito, posto a campioni analoghi anche se diversi tra loro, deve portare a esiti simili) e conferma il permanere del vantaggio del centrosinistra».

Non è giusto, dunque, confondere il metodo con il campione dei dati analizzati che ha portato allo “svarione” relativo a questa tornata elettorale. Occorre un po' di chiarezza, poiché c'è una bella differenza fra la tecnica statistica (che funziona benissimo sull'analisi dei dati e che si basa su paradigmi matematici) e la tecnica dell'individuazione delle unità di analisi, aventi ciascuna una differente proprietà rilevabile.

Nella ricerca sociale è dato per scontato un esteso campo di variazione su ciò che si intende tenere sotto controllo. E molti, nell'analisi del “flop” dei sondaggi nei giorni immediatamente successivi alle elezioni, non si sono stancati di ripeterlo in differenti occasioni. Lo ha fatto, ad esempio, Pierluigi Battista nella trasmissione Porta a Porta, proponendo una spiegazione “psicologica” al fallimento di quasi tutti i sondaggi. Il giornalista ha sostenuto una certa riluttanza da parte degli elettori del centrodestra ad ammettere le proprie propensioni di voto, sia attraverso gli “in house poll” (le interviste telefoniche), sia attraverso il contatto diretto all'uscita dai seggi.

Alla luce di questa considerazione, i cittadini orientati a favore della casa delle libertà possono essere fotografati come una cittadinanza culturalmente invisibile, ma con una coerenza e una convinzione rispetto alle proprie posizioni che si evidenzerebbe solo al momento del voto. A chi si oppone alla spiegazione di Battista, sostenendo che la segretezza è presente anche nella dinamica degli exit-poll, occorre ricordare che se un cittadino crede ai “bambini bolliti”, la logica vuole che tale persona veda il male ovunque.

Perché dunque dovrebbe fidarsi di chi gli chiede cosa ha votato, riproducendo la sua preferenza su una scheda che “potrebbe” (secondo lui) non rispettare la segretezza? La campagna fortemente aggressiva dell'ex premier Berlusconi, basata sulle paure ataviche che raggiungono senza fatica questa cittadinanza è stata dunque, nonostante tutto, sottovalutata. E' stato un errore infatti chiamare costoro “gli indecisi”. Queste persone sono fortemente determinate a conservare i loro piccoli interessi e dunque l'orientamento tendente a negare completamente il senso dello Stato ha avuto fra loro un *appeal* senza pari. Altro che indecisione!

La sfida che si prospetta a chi prenderà il timone da oggi in poi, deve essere anche culturale e non solo economica. Senza cultura non c'è economia. Senza cultura non c'è crescita.

Occorre necessariamente ripensare al rapporto fra i cittadini e le istituzioni in maniera differente. Continuare ad impostare le ricerche sociali senza tenere in debito conto questi errori sarebbe fatale. Non considerare la fascia sociale del “voto nascosto”, del “non voto”, sarebbe la definitiva sconfitta della ricerca sociale. La debolezza degli istituti di ricerca deve dunque diventare oggi la loro forza.

La massima attenzione all'orientamento che i cittadini esprimeranno da qui a qualche settimana circa le amministrative e successivamente in occasione del referendum dovrà tenere conto del fallimento delle precedenti previsioni. Alcune società hanno comunque indovinato l'esito del voto. Le interviste telefoniche sono state incrociate con incontri di persona. Le analisi psicologiche hanno contribuito allo studio basato sulle risposte a quelle che in gergo i sociologi definiscono “domande sonda”, le “probe”, domande cioè che indagano ad un livello più profondo, mettendo in risalto le eventuali contraddizioni dell'intervistato. Questo è uno dei cardini della metodologia e della tecnica della ricerca sociale. Chi ha commesso l'errore comunque lo sa. Ne faccia tesoro per le occasioni che verranno.

Il quadro che abbiamo davanti a noi per le prossime consultazioni è differente da quello appena conclusosi. Per il 9 e 10 aprile le due coalizioni hanno aggregato praticamente tutto l'aggregabile. Da una parte e dall'altra si è cercato di coinvolgere tutti i partiti e tutte le liste. Il terzo polo, che pure si attestava, frammentato, intorno al 10% nelle precedenti elezioni, è praticamente scomparso. Il Paese, qualche settimana fa, era diviso fra coloro che volevano "mandare a casa" l'ex premier e fra chi invece ne continuava a vedere l'aspetto di "nume tutelare" contro la "minaccia comunista".

Ben altra sarà la situazione intorno al quesito sulla conferma della legge costituzionale varata dal centrodestra. La sfida sarà quella di aggregare intorno al NO soprattutto i giovani, purtroppo assai poco sensibilizzati sul valore della Carta democratica, quale che sia il loro orientamento politico. Il centrodestra probabilmente non insisterà sul *refrain* della sinistra disunita e contraddittoria, visto che una parte della stessa casa delle libertà è contraria alla revisione prevista dalla legge, ma certamente cercherà di dipingere i fautori del NO come conservatori e immobilisti, insistendo ad esempio sul parallelo "conservatori e NoTav" in modo da orientare – confondendolo per l'ennesima volta – il proprio elettorato con "parole-chiave, simboli-chiave o azioni-chiave" (la citazione de *I persuasori occulti** è d'obbligo). Molti sono i critici di Vance Packard, ma di fronte alla disperazione di Berlusconi, pure il discutibile libretto di questo giornalista americano di cinquant'anni fa può tornare buono.

Le società di ricerca, fornendo le analisi che inevitabilmente orienteranno la campagna referendaria, dovranno considerare le mille strategie che escogiterà la "belva ferita", assai più pericolosa, oggi, rispetto a quel che già era un mese fa.

* Packard Vance, *The Hidden Persuaders*, New York (NY), Pocket Books, 1958. Trad. It.: *I persuasori occulti*, Torino (I), Einaudi, 1997.