

Introduzione: Gli indecisivi

di Roberto Gritti

Secondo gli studiosi della globalizzazione stiamo vivendo nell'età dell'incertezza. Anche su temi diversi come quello del voto, a livello dell'analisi svolta da discipline come la scienza della politica, la sociologia elettorale o la comunicazione politica, l'incertezza ha assunto una nuova rilevanza nella lettura dei comportamenti politici dei cittadini e dell'opinione pubblica. In questo senso il nostro tema centrale è quello dell'indecisione politica – o, meglio – di una delle sue manifestazioni più cruciali, l'indecisione elettorale.

1. Italia 2008: la prevalenza dell'offerta e le sue conseguenze

Prima di entrare nello specifico della nostra ricerca a cui è dedicato questo volume collettaneo è opportuno tratteggiare il contesto politico-elettorale entro cui ha avuto luogo, quello delle consultazioni politiche del 2008 largamente vinte dal centro-destra guidato da Berlusconi¹. Le elezioni politiche del 2008 sono la conseguenza di un evento inatteso e traumatico dal punto di vista istituzionale: l'interruzione della legislatura a seguito della caduta del secondo governo Prodi. Si è trattato quindi di elezioni anticipate causate dalla dissoluzione della maggioranza di centro-sinistra. Nel volgere di pochi mesi, dalla crisi del secondo governo Prodi al voto di aprile, lo scenario è apparso radicalmente mutato. In nome della semplificazione del quadro politico e di un bipolarismo sostanzialmente bipar-

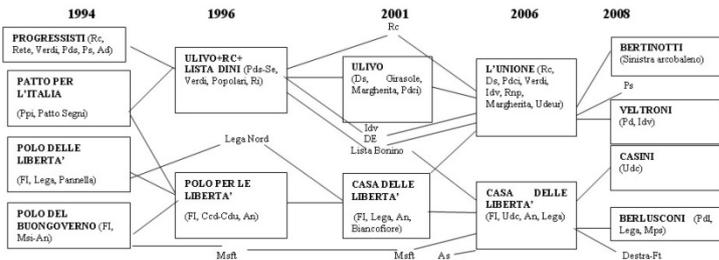
¹ Per una trattazione più ampia e completa del contesto e degli esiti delle elezioni politiche 2008 rimando a Di Virgilio A. (2008), Gritti (2009), Prospero (2009).

titico, sono “nati” due nuovi partiti “contenitori” a vocazione maggioritaria, il Pdl e il Pd, che hanno provocato la rottura dei vecchi sistemi di alleanza. Ciò ha determinato una sostanziale rimodulazione dell’offerta elettorale che è stata la vera novità del voto per le politiche del 2008 (vedi tab. 1). La nuova offerta è stata determinata non tanto dagli incentivi/disincentivi del sistema elettorale quanto dalla volontà politica dei leader dei due nuovi partiti principali di dar vita ad un sistema politico più semplice e – dunque, in teoria – più stabile. La politica delle alleanze è stato quindi l’aspetto cruciale della breve campagna elettorale. Dalle coalizioni “stirate” ed extra large del 2006 si è così passati a coalizioni ridotte: tre liste per la coalizione “Berlusconi” (Pdl, Lega al Nord e Mpa al Sud) e due per la coalizione “Veltroni” (Pd e Idv). Tutti gli altri competitori hanno dovuto presentarsi con liste singole non coalizzate. La nascita dei due nuovi partiti “contenitori” e la scelta dei loro alleati in coalizione non è stato un processo né facile né indolore. La coalizione Berlusconi ha tagliato fuori l’Udc di Casini e la Destra di Storace. Il Pd ha invece rotto con la sinistra radicale (confluita nella lista Sinistra Arcobaleno a cui si è aggiunta la componente della Sinistra Democratica fuoriuscita dal Pd) e con i socialisti, scegliendo come unico alleato l’Idv di Di Pietro. Inoltre il Pd ha fatto confluire all’interno delle sue liste alcuni esponenti del Partito Radicale. Ma il “nuovismo” delle sigle della sinistra questa volta non ha funzionato come fattore di mobilitazione elettorale² come invece accadde nel periodo 1993-1996, all’indomani del crollo della prima repub-

² Il Pd è stato percepito da molti potenziali elettori di centro-sinistra come un amalgama mal riuscito di culture e tradizioni politiche di cui si faceva (e si fa) fatica a vedere la coerenza e la sintesi. La sua formazione è apparsa agli occhi di molti militanti, simpatizzanti e potenziali elettori come una “operazione dall’alto” senza un reale coinvolgimento e ascolto della base. Lo stesso è accaduto alla Sinistra Arcobaleno, sigla vissuta come una “furbata” tecnica e politica piuttosto che un progetto coraggioso e di più ampio respiro. Per contro il Pdl – parimenti indistinto e calato dall’alto – è riuscito a mobilitare un elettorato che invece crede nella cultura del forzaleghismo e nella figura centrale del “capo” nazional-popolare e populista.

blica. Anzi a prevalere, ad attrarre, a mobilitare, sono stati proprio i leader e i partiti più “persistenti”, più a lungo sulla scena politica nazionale, come Berlusconi (e non il Pdl) e la Lega di Bossi³. Accanto ai due principali competitori si sono presentati tre liste (SA, Udc e Destra) che aspiravano ad ottenere una rappresentanza parlamentare e a fungere da semipoli nel prospettato assetto bipartitico. La loro campagna si è svolta essenzialmente nel contrastare la scelta bipartitica e la logica del cosiddetto “voto utile”. I risultati elettorali hanno punito tali aspirazioni, con la sola parziale eccezione dell’Udc.

Fig 1. Evoluzione dell’offerta politica in Italia, 1994-2008



A partire da questo nuovo e quasi inatteso assetto politico si è sviluppata una campagna elettorale debole e poco incisiva, dominata dal clima d’opinione⁴ che si era ormai solidificato negli ultimi mesi del governo Prodi a favore di Berlusconi e del centro-destra. Berlusconi si è limitato a ripetere pochi punti programmatici (ad es. l’eliminazione dell’Ici) e a criticare la gestione del centro-sinistra su alcune vicende contingenti (Alitalia e rifiuti in Campania). Veltroni ha invece affastellato messaggi tra loro troppo diversi e il Pd si è presentato come un partito leaderizzato. Veltroni ha avuto il torto di accettare (o imporre?) una politica centrata sui candidati piuttosto che

³ Non è un caso che la Lega sia oggi – a parte l’eccezione della SVP, formazione di raccolta etnica nata nel 1945 – il partito più “vecchio” tra quelli che si sono presentati alle elezioni 2008.

⁴ Per una definizione del clima di opinione si veda Grossi (2003).

sul partito o il programma. Dunque ha contribuito alla personalizzazione, alla presidenzializzazione e alla mediatizzazione della competizione. Ex post si può dire che nel gioco della personalizzazione Berlusconi ha nettamente prevalso, come era prevedibile, su Veltroni.

Le elezioni anticipate del 2008 si sono svolte con le norme elettorali varate nel 2005 (e utilizzate per la prima volta nel 2006) caratterizzate da un sistema proporzionale con premio di maggioranza e importanti soglie di sbarramento e dal voto degli italiani all'estero. Altrove ho esaminato i punti critici del nuovo sistema elettorale (Gritti, 2007) che nel 2006 ebbe effetti distorsivi e paradossali producendo, a fronte di risultati elettorali simili fra le due principali coalizioni, una forte differenza nella rappresentanza politica nei due rami del Parlamento. Alla netta maggioranza del centro-sinistra alla Camera corrispose una esigua maggioranza della stessa coalizione al Senato con evidenti conseguenze negative sulla funzionalità del Parlamento e nell'azione del governo Prodi. Il voto del 2008 ha avuto invece esiti univoci ma ciò non cancella i dubbi sulla razionalità del sistema elettorale. La chiara vittoria del centro-destra e la larga maggioranza di seggi nei due rami del Parlamento è il risultato combinato della distribuzione delle preferenze nell'elettorato e della nuova centralità dell'offerta politica che hanno reso irrilevanti – almeno per questa volta – le incongruenze del sistema elettorale.

Per quanto riguarda le conseguenze del voto, al di là dei risultati che hanno premiato Berlusconi e il centro-destra, ci soffermiamo su due aspetti che riteniamo cruciali: a) la crescita del non voto e il problema della rappresentatività; b) le caratteristiche del nuovo sistema politico emerso dalle urne.

Uno dei dati più rilevanti delle politiche 2008 ha riguardato la partecipazione elettorale e "l'efficacia" del voto (per una trattazione teorica di questa problematica si veda Martire cap. 2). In queste elezioni si è registrato il più alto tasso di astensione nella storia repubblicana che ha raggiunto per la Camera il 19,5% in Italia e il 21,8% del totale (compresa quindi la cir-

coscrizione estero) degli elettori (+ 3% rispetto al 2006)⁵. Rispetto al 2006 si sono astenute oltre un milione e mezzo di persone in più (+1.523.570) e vi sono state quasi 400.000 schede bianche e nulle in più (+ 396.799). L'area del non voto (astenuti+bianche e nulle) è dunque cresciuta di oltre 1,9 milioni di persone (+3,8%) attestandosi complessivamente al 25,1%, superando quindi anche il dato record del 2001 (24,6%). Appare significativo il fatto che le due elezioni con la più alta percentuale di non voto (2001 e 2008) si siano tenute dopo legislature caratterizzate da governi di centro-sinistra e ciò dovrebbe essere illuminante per comprendere l'astensionismo di sinistra. Ad incentivare il non voto hanno contribuito anche alcune norme del nuovo sistema elettorale, in primo luogo il meccanismo delle liste bloccate che tende a svalutare la rilevanza del voto del singolo elettore (oltre a modificare la conduzione della campagna, tutta giocata sulla figura dei leader).

Al non voto si è accompagnato un fenomeno nuovo (per la dimensione), quello del voto "inutile". Si tratta cioè della quota di voti validi andati a liste che non hanno ottenuto neppure un seggio. In passato si trattava del voto, in certo qual modo fisiologico, dato ai micro-partitini o partiti pulviscolo; questa volta ha interessato formazioni di media grandezza come la SA o la Destra. Così il "voto inutile" che nel 2006 alla Camera aveva raggiunto quasi 1,5 milioni di voti validi, nel 2008 è più che raddoppiato raggiungendo la cifra di 3,7 milioni di voti (+ 2.230.643 rispetto al 2006). Il non voto e il voto "inutile" delineano una crisi di rappresentatività del nuovo Parlamento e disegnano una vasta – mai così ampia – area di "esclusione", volontaria o involontaria, di cittadini rispetto al voto e alla politica. Se nel 2006, per la Camera, gli italiani non rappresentati (ANV+voto inutile) erano oltre 12 milioni (24,24% del corpo elettorale) nel 2008 sono stati 16,2 milioni

⁵ I dati del Senato sono quasi perfettamente sovrapponibili e non differiscono da quelli della Camera.

pari al 32,45% degli aventi diritto, ovvero un cittadino su tre. Questi dati danno forse una dimensione, quanto meno parziale, dell'area coinvolta dal vento dell'antipolitica. Il bipartitismo "coatto" ha dunque espulso dal Parlamento non solo la partitocrazia (che però potrebbe risorgere dentro i due grandi partiti contenitori) ma anche – e questo non è certo un bene – importanti identità e culture politiche radicate nella storia e nel tessuto sociale del paese. Ciò sta a significare una pericolosa riduzione delle basi della democrazia parlamentare.

I dati più rilevanti del voto politico 2008 sono tre: 1) l'esclusione della sinistra radicale (raccolta nella lista Sinistra Arcobaleno) da ogni rappresentanza parlamentare; 2) l'affermazione dei partiti minori coalizzati (Lega+Mpa e Idv) con i due grandi partiti di centro-destra e centro sinistra (Pdl e Pd), accomunati da una sorta di "radicalismo dei ceti medi" con venature populiste; 3) il ruolo sostanzialmente residuale di un ipotetico terzo polo di centro moderato (Udc) incapace, almeno in questa elezione, di capovolgere la tendenza prima bipolare e poi bipartitica.

Il voto 2008 (e la novità nell'offerta politica) ha radicalmente mutato – per l'ennesima volta negli ultimi quindici anni – l'assetto del sistema politico e dei partiti.

Gli elettori sembrano aver premiato l'ipotesi di un bipolarismo fondato su bipartitismo "forte". In apparenza i risultati hanno confermato l'ipotesi bipartitica anche se non mancano alcuni dubbi sulla effettiva consistenza e tenuta dei due grandi partiti. Il Pdl non è ancora un partito vero e la sua coesione è stata garantita finora solo dalla figura carismatica di Berlusconi. Il Pd si è invece strutturato solo sei mesi prima del voto ma non aveva e non ha ancora oggi un profilo identitario chiaro e coerente, come testimoniato dalla successione di tre segretari nel giro di appena due anni. Paradossalmente siamo di fronte ad un bipartitismo forte con partiti "contenitori" deboli e fragili⁶. La concentrazione del voto per i primi due par-

⁶ Nei primi diciotto mesi di legislatura vi sono stati evidenti segnali di

titi ha raggiunto addirittura il 70,5%, superando di quasi 10 punti il dato del 1987 (quando esistevano ancora la Dc e il Pci). In termini di seggi il dato è ancora più rilevante in quanto a Pdl e Pd sono andati il 78,3% dei seggi della Camera. A rendere più complesso il consolidamento dello schema bipartitico contribuisce tuttavia il risultato elettorale e il ruolo giocato dai due “alleati-competitori” all’interno delle coalizioni principali, la Lega Nord e l’Idv. Il voto ha infatti assegnato a questi due partiti, uno al governo e l’altro all’opposizione, una sorta di potere di veto all’interno delle coalizioni che stanno facendo valere. Insomma la questione della stabilità del nuovo sistema politico è tutta da dimostrare in quanto i rapporti tra i partiti e le nuove coalizioni emerse nel 2008 potrebbero evolvere in direzioni non desiderate, al di fuori dello schema del bipolarismo bipartitico. E il primo scorcio della legislatura dimostra che è in atto un sostanziale ripensamento delle strategie e delle politiche di alleanza di cui al momento è impossibile prevedere l’esito. L’unico risultato sistemico completamente raggiunto con le politiche del 2008 è la semplificazione del quadro politico con la drastica riduzione delle liste che ottengono seggi e – di conseguenza – dei gruppi presenti in Parlamento. Le liste che hanno ottenuto seggi nel 2008 sono state 7 contro le 13 del 2006. Lo stesso dimezzamento si ha per quanto riguarda i gruppi parlamentari passati, alla Camera, dai 12 del 2006 agli attuali 6. I primi quattro partiti (Pdl, Pd, Lega e Udc) hanno raggiunto complessivamente l’84,5% dei voti validi, il valore di gran lunga più elevato dal 1992. Queste misure evidenziano dunque una riduzione della frammentazione partitica e, più in

sfaldamento dei due grandi partiti. A parte un certo numero di parlamentari che hanno cambiato partito o si sono rifugiati nel gruppo misto, sono da sottolineare l’uscita di Rutelli dal Pd dopo la vittoria di Bersani e l’instabilità della coalizione di centro-destra con i continui distinguo di Fini, il malessere dei moderati verso le posizioni leghiste e le frequenti contestazioni da parte di esponenti del Pdl all’operato del governo. Qualcuno arriva ad ipotizzare che è iniziato il “tramonto” di Berlusconi; se così fosse si aprirebbe lo scenario di una nuova ed ennesima transizione che porterebbe con sé il rimescolamento e la ridefinizione degli attori del sistema partitico, Pd compreso.

generale, della rappresentanza politica. Il definitiva il voto del 2008 piuttosto che portare stabilità e consolidamento nel sistema politico ha innestato, con la nuova offerta politica “ridotta” e forzosa, l’avvio di una nuova transizione che si caratterizza per l’incertezza del profilo e della tenuta dei nuovi soggetti politici e la crescente indecisione di parti importanti dell’elettorato.

2. La genesi dell'elettore indeciso

Quella dell’elettore indeciso è un categoria socialmente costruita, una astrazione, una “comunità immaginata”, in primo luogo dai sondaggi pre-elettorali, dai competitori politici e dagli staff che organizzano le loro campagne elettorali. Ed è poi una categoria “volatile”, a “tempo (determinato)” nel senso che nel giorno delle elezioni si trasforma in votante deciso: o verso l’astensione o verso uno dei competitori elettorali. Come sottolinea giustamente Antenore (cap. 1.2) “l’indecisione politica, è evidente, assai raramente appare una proprietà esistenziale dell’elettore. Molto più frequentemente essa è destinata ad essere sciolta e superata nel corso della competizione elettorale”. Il nodo teorico cruciale è che essi “appaiono” e si dichiarano all’osservatore (ad es. il sondaggista) “incerti” o “indecisi”. Si tratta quindi di una auto-percezione e di una auto-rappresentazione che nel lavoro di traduzione della ricerca sociale viene in qualche modo “oggettivato”. Qui si apre una questione metodologica di fondo inerente l’accuratezza e l’adeguatezza degli strumenti utilizzati per costruire la categoria socio-politica dell’elettore indeciso (Martire, cap. 2). Non è certo possibile riportare qui il vasto dibattito sulla attendibilità e la validità dei sondaggi pre-elettorali (Pitrone e Martire, 2007; Gasperoni, 2007; Pisati, 2008) e dunque ci limitiamo a qualche osservazione che riteniamo non marginale. Primo, se da un lato cresce la richiesta e la pressione della politica e dei media per avere informazioni sulle preferenze e gli orienta-

menti di voto, dall'altro si moltiplicano le "criticità" metodologiche dei sondaggi che riguardano principalmente tre temi principali: la costruzione e la rappresentatività del campione, la sua dimensione, le modalità di rilevamento dei dati. In un recente e ben documentato articolo Gasperoni e Callegaro hanno comparato la capacità predittiva dei sondaggi svolti in Italia per le elezioni politiche del 2001, 2006, 2008 (Gasperoni e Callegaro, 2008) ponendo in chiara evidenza queste e altre criticità che determinano una ormai sistematica discrepanza tra intenzioni di voto rilevate dai sondaggi pre-elettorali e il voto reale ed effettivo. Sulla costruzione e rappresentatività dei campioni utilizzati – riferendosi ai sondaggi 2008 - Gasperoni e Callegaro sostengono che "per la caratterizzazione del campione si usa un ampio ventaglio di termini, molti dei quali sono privi di un significato tecnico condiviso: «stratificato» in 17 casi, «segmentato» in 12 casi, «rappresentativo per» una o più caratteristiche in 10 casi, «rappresentativo per quote» in 3, «rappresentativo» *tout court* in 6, per «quote» in 7, «strutturato» in 4, «disaggregato» in 3, «controllato per» alcune caratteristiche in 3; in 3 casi, infine, si parla di «campione rappresentativo della popolazione italiana, stratificato» per due variabili, «con quote pre-assegnate» per altre due, e «controllato ex post» su 5 variabili, comprese le 4 usate per la stratificazione e la determinazione delle quote"(Gasperoni e Callegaro, 2008, p. 488). Insomma un vero ginepraio terminologico che sta ad indicare la sostanziale incertezza circa le modalità di costruzione e la rappresentatività dei campioni utilizzati. Per ciò che concerne la dimensione del campione preso in esame, i due autori fanno notare che "Le dimensioni medie dei campioni sono diminuite apprezzabilmente nel corso del tempo, dalle 2.888 e dalle 2.339 unità, rispettivamente, per i sondaggi riferiti alla scheda proporzionale e a quella maggioritaria nel 2001, alle 1.460 unità nel 2006, alle 1.125 nel 2008" (Gasperoni e Callegaro, 2008, p. 487). Infine, sempre riferendosi alla campagna elettorale 2008, Gasperoni e Callegaro ci ricordano che "la maggioranza dei sondaggi (54 su 72) è stata condotta esclusivamente con

metodi Cati (*computer-assisted telephone interviewing*, interviste telefoniche con l'ausilio di un computer); 6 sono stati realizzati mediante internet (Cawi, *computer-assisted web interviewing*); 11 si sono avvalsi di un approccio misto che coniuga interviste telefoniche e interviste Cawi; in un solo caso sono state combinate interviste personali e telefoniche” (Gasperoni e Callegaro, 2008, p. 487). Solo riflettendo su questo ultimo punto e in relazione al tema dei votanti indecisi ricordiamo che già negli '80 negli USA fu evidenziato come “con la diffusione dell'uso dell'interviste telefoniche nei sondaggi [...] la percentuale di coloro che si autodefiniscono indecisi tende chiaramente ad aumentare” (Fenwick, Wiseman, Becker e Heiman, 1982, p. 391).

Da qui una seconda osservazione che riteniamo cruciale: per lacune tecniche e metodologiche i sondaggi pre-elettorali non sono molto adeguati a rivelare la figura dell'elettore indeciso. Già nel 1949 Katz indica nello scarso o nullo riconoscimento del votante indeciso una delle principali fonti di errore nei sondaggi pre-elettorali americani affermando che “il fallimento dei sondaggi nello studiare il voto indeciso illustra la mancanza di un disegno di ricerca nei loro metodi. Credo invece che sarebbe stato possibile costruire una griglia di ipotesi sistematiche circa questo gruppo ed esplorare meglio la natura della loro indecisione, le ragioni della loro indecisione, la loro filosofia politica di base etc.” (Katz, 1949, p. 22)⁷. Sessanta anni dopo Gasperoni e Callegaro, riferendosi ai sondaggi per le politiche del 2008, affermano che “analogamente a quanto osservato in passato, la documentazione [dei sondaggi] è carente per quanto attiene all'incidenza degli elettori indecisi, degli astensionisti convinti e di coloro che non hanno voluto rispondere... Nel 2008, infine, ben 38 dei 72 documenti esa-

⁷ Gli errori teorico-metodologici dei sondaggi pre-elettorali del 1948 furono così rilevanti che, dopo l'intervento di D. Katz, la comunità scientifica americana sentì il bisogno di avviare un grande dibattito che può essere ripercorso (per la sua attualità) attraverso il saggio di F. Mosteller, (1949) dal significativo titolo *Measuring the Error*.

minati non contengono alcuna notizia su queste categorie di intervistati; soltanto 8 riportano un'incidenza percentuale che comprenda tutte e tre le categorie” (Gasperoni e Callegaro, 2008, p. 488) e “che l'incidenza di queste varie forme di non risposta (pari a circa il 31% in quei pochi sondaggi che forniscono informazioni *complete* su questo aspetto) serve per determinare la base empirica *effettiva* rispetto alle quali vengono calcolate le percentuali di intenzioni di voto attribuite ai vari partiti e coalizioni.” (Gasperoni e Callegaro, 2008, p. 489). Dunque la complessa galassia dell'indecisione elettorale viene, nella maggioranza dei casi, rilevata dai sondaggisti (in modo del tutto inadeguato) solo attingendo al “gran calderone” di coloro che si rifugiano nella risposta “non sa/non risponde”⁸.

Terza (e finale) osservazione: le distorsioni appena evidenziate provocano ormai sistematiche sottostime e sovrastime relativamente all'astensionismo, al voto nullo, alle intenzioni di voto per singoli partiti o coalizioni. Dal 1994 ad oggi in Italia l'area del non voto (astensione+voto nullo) risulta sistematicamente sottostimata dai sondaggi pre-elettorali. La causa primaria di questo fenomeno è – come abbiamo visto – l'indifferenza dei sondaggisti nel profilare più correttamente queste categorie di elettori. Vi sono poi altre cause concorrenti: l'inaccuratezza delle domande poste nei sondaggi che di solito cercano in un'unica direzione, quella di far esprimere – quasi forzatamente – una preferenza di voto per un partito, un leader, una coalizione; il conseguente squilibrio nelle tecniche di rilevazione tutte centrate a sondare chi ha un'opinione e a “dimenticare” l'altro corno del problema, la mancanza di opinione; l'incapacità dei sondaggi di “seguire” l'elettore nel suo processo di scelta, elettore che resta dunque “pietrificato” alla data in cui si effettua l'intervista e non viene presa in considerazione la possibilità di un mutamento delle sue preferenze e

⁸ Sull'uso (e l'abuso) della categoria dei “non so/non risponde” e sugli effetti distortivi che ciò produce nelle stime dei sondaggi si veda Sanchez e Morchio (1992)

opzioni che può avvenire fino al giorno delle elezioni; la volontà di una parte dell'elettorato a mantenere segreta la propria scelta di voto che si traduce in un certo grado di slealtà dei rispondenti. L'assenza di una chiara concettualizzazione del non voto si riflette sull'attendibilità dei sondaggi stessi che, in definitiva, non vanno a cercare l'astensionista o colui che annulla la scheda. Ciò determina, a cascata, la sottostima o la sovrastima di partiti e coalizioni. È un dato ormai riconosciuto e consolidato che i sondaggi pre-elettorali nell'Italia bipolarizzata tendono (nella grande maggioranza dei casi) a sovrastimare l'area del centro-sinistra e a sottostimare quella del centro-destra. Basti ricordare come andò a finire nel 1994 con la "gioiosa macchina da guerra" dei progressisti o la sorpresa del 2006 per l'esiguità della vittoria di Prodi. Riferendosi al 2008 Gasperoni e Callegaro sottolineano che "la coalizione di centro-destra risulta sottostimata (di un paio di punti percentuali) dal complesso dei sondaggi, mentre la coalizione di centro-sinistra risulta leggermente sovrastimata" mentre "la sinistra radicale è stata gravemente sovrastimata dai sondaggi pre-elettorali, i quali le assegnavano, in media, un livello di consensi più che doppio rispetto al risultato effettivo che avrebbe conseguito" così come non hanno saputo leggere per intero, all'interno dei due blocchi, le affermazioni di Lega Nord e IDV (Gasperoni e Callegaro, 2008, pp. 489-492). Da queste osservazioni preliminari ci sembra che rimanga (drammaticamente) attuale la constatazione svolta da Daniel Katz sessanta anni fa secondo cui "è normalmente accettato che le più importanti fonti di errore [dei sondaggi pre-elettorali], si possono trovare [nella mancata valutazione]: (1) del differenziale di astensionismo; (2) del votante indeciso; (3) del votante che cambia opinione; e (4) nella rappresentatività del campione" (Katz 1949, p. 19). Questo volume, e la ricerca che contiene, tenta di offrire una risposta positiva attraverso un disegno di ricerca piuttosto sofisticato che, come sottolinea Antenore (cap. 1), combinando tecniche standard a procedure non-standard, tenta di superare alcune delle criticità teoriche e me-

metodologiche dei sondaggi pre-elettorali che abbiamo sopra ricordato. Di particolare valore è la scelta di “inseguire” 99 elettori indecisi lungo tutto il loro percorso di valutazione ed elaborazione della scelta che evita il fenomeno della “pietrificazione” dell’elettore ad una singola data di rilevazione delle sue attitudini di voto⁹. Positiva è anche la scelta delle interviste in profondità mirata a chiarire i motivi dell’indecisione, i processi decisionali e il percorso politico-elettorale di questo gruppo di elettori.

3. L’albero della scelta elettorale

Prima di esplorare in dettaglio le questioni relative all’indecisione è opportuno dar conto della complessità di quel sofferto e persino sofisticato processo che è la scelta di voto, nel senso di individuare tutte le possibili opzioni che si profilano per ogni singolo elettore. Dunque non trattiamo qui di come sceglie l’elettore, sulla base di quali fattori e strategie gli individui intraprendono la decisione di voto. A tale interrogativo risponde il saggio di Fabrizio Martire in questo volume che analizza una ampia gamma dei modelli più accreditati nella letteratura circa la decisione di voto: da quello della scelta razionale standard a quello della consistenza cognitiva (prima socializzazione) per finire a quello della razionalità limitata o della scelta intuitiva. Qui invece il punto è chiarire ed evidenziare le molteplici opzioni di scelta che l’offerta politica e il sistema elettorale propongono al cittadino. Si tratta di esemplificare dunque il complesso percorso della scelta: vado a votare o no? Vado al seggio ma annullo la scheda? Vado a votare ma per chi? Per il centro-destra, il centro-sinistra, il centro, la sini-

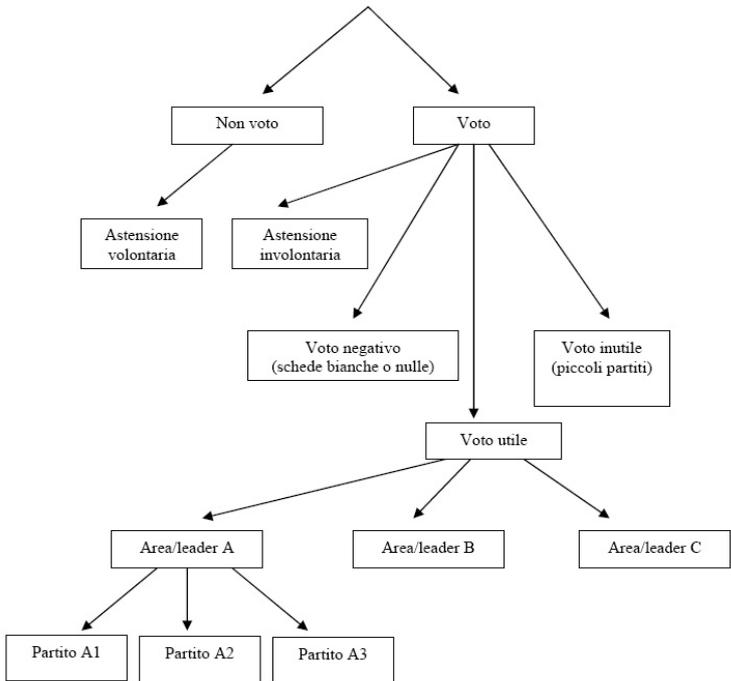
⁹ Una simile scelta metodologica è stata perseguita recentemente da un gruppo di studiosi del Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione dell’Università di Padova, anch’essi interessati all’analisi dell’indecisione elettorale (Arcuri L., Castelli L., Galdi S., Zogmaister C. e Amadori A., 2008)

stra radicale? Scelgo sulla base del leader? E fra i partiti della coalizione che scelgo a quale andrà il mio voto? Queste sono solo alcune delle domande che si sono posti gli elettori in Italia nel 2008. Come si vede si tratta di un percorso di decisione che prevede scelte successive, a cascata. Ovviamente il singolo elettore può decidere di interrompere ad ogni livello il processo di scelta. C'è chi lo interrompe subito (l'astensionista deciso e dichiarato) e chi invece elabora lungamente la propria decisione arrivando a scegliere nel dettaglio il singolo candidato o partito. Si tratta quindi di diverse potenziali soglie di decisione a cui l'elettore si sottopone e a cui reagisce in modo differenziato (per l'analisi del voto come processo decisionale si veda Martire, cap. 2). Già i teorici della scelta razionale avevano sottolineato la natura sequenziale (*multistage decision*) della scelta di voto e di partecipazione (Downs, 1957; Riker e Ordeshook, 1968, 1973). Per sintetizzare questo complesso processo è stato elaborato "l'albero della scelta elettorale"¹⁰ che vuole rappresentare graficamente tutte le opzioni di scelta (*decision point or node*) con cui si deve confrontare l'elettore. L'albero della scelta elettorale¹¹ evidenzia il carattere gerarchico delle decisioni che "emergono naturalmente in quanto l'implementazione di ogni decisione richiede una sequenza di azioni che sono necessariamente separate nel tempo" (Pudney, 1989, p. 137).

¹⁰ Ovviamente il tipo di albero della scelta che qui rappresentiamo si riferisce ad un preciso momento elettorale, quello delle politiche italiane del 2008. Il mutamento dell'offerta politica o della legge elettorale possono determinare o l'aumento o la diminuzione dei vari passaggi di scelta. Così, ad esempio, l'albero della scelta per le politiche è diverso da quello per le elezioni regionali o dei sindaci; si pensi solo alle differenze che il tipo di scheda può introdurre.

¹¹ Per una attenta valutazione della logica dell'albero della scelta elettorale tra i teorici del voto come scelta razionale si veda Thurner e Eymann (2000).

Fig 2. L'Albero della scelta elettorale



4. La distinzione: tipi di indecisione elettorale

Secondo una ormai ampia letteratura (Dalton, McAllister and Wattenberg, 2000, pp. 38–49; Gallagher, Laver and Mair, 2006, pp. 293–296; Campbell, 2008, pp. 118–119) l'elettore indeciso o incerto è considerato decisivo per la vittoria elettorale, specialmente se la competizione è sostanzialmente bipolare e dunque prevedibilmente serrata. I leader, i partiti e le coalizioni orientano sempre più le loro strategie elettorali al fine di persuadere gli “indecisi” (Rohrshneider, 2002) o, meglio, gli “indecisivi”. Si tratta quindi di elettori fluttuanti tra diverse opzioni: voto o astensione, voto per aree politi-

che/leader differenti, voto tra partiti di una stessa area. La visione ottimistica degli indecisi si basa su due premesse: a) che i leader e i partiti offrano programmi e argomenti chiari e convincenti, capaci di persuadere questo gruppo di elettori; b) che gli indecisi siano attenti ed informati rispetto ai messaggi lanciati in campagna elettorale. Ora non sempre queste due condizioni si realizzano. Subentra quindi la visione pessimista degli indecisi secondo cui questo è un gruppo difficile da conoscere e riconoscere, poco o per nulla interessato alla politica e sostanzialmente disattento rispetto ai temi e ai messaggi della campagna elettorale. Il loro impatto sull'esito elettorale sarebbe minimo in quanto i movimenti tra diverse opzioni di voto a livello individuale perdono di rilevanza quando si va a conteggiare il voto aggregato. Meglio sarebbe quindi centrare le campagne elettorali per rafforzare le predisposizioni esistenti piuttosto che perdere tempo con un piccolo gruppo di elettori indecisi, disattenti e probabilmente ininfluenti (Hayes and McAllister, 1996, pp. 136–137).

Le possibili e divergenti interpretazioni sul ruolo e la rilevanza dei votanti indecisi suggerisce che all'interno di questo gruppo possono coesistere diversi tipi di votanti. È necessario quindi operare una distinzione tra diversi modi di essere dell'indecisione elettorale. Gli studi empirici più accreditati ci forniscono una prima risposta indicando due tipi di elettori indecisi che sono tra loro distanti e perfino incompatibili: gli elettori ambivalenti e quelli indifferenti. Dunque, ad un primo sguardo, l'indecisione può avere almeno due radici, l'ambivalenza e l'indifferenza.

L'elettore ambivalente è colui che risponde in modo ambiguo alla domanda sulle sue preferenze nel senso che valuta favorevolmente diverse opzioni di voto e diverse offerte politiche, tra loro più o meno distanti e alternative¹². Si tratta in de-

¹² In letteratura esistono diversi indici che sulla base della valutazione dei diversi partiti (o leader o coalizioni) stabiliscono il grado di univalenza o ambivalenza dei rispondenti ai sondaggi. In particolare si vedano Lavine (2001)

finitiva dei cosiddetti swing voters ovvero quella parte di elettorato che è sospinta in direzioni differenti rispetto alla scelta di voto ed è “disponibile” ad una “conversione” (Mayer, 2008, p. 2). L’empatia verso diversi leader o partiti fra loro alternativi dimostra che essi non hanno una singola preferenza o comunque non hanno una chiara preferenza verso una particolare offerta politica (Karp and Banducci, 2007; Karp 2006). Per contro gli indifferenti (o alienati) sono coloro che non percepiscono alcuna differenza tra le diverse offerte politiche, non hanno preferenze, sono ostili e indisponibili alla “conversione” e si rifugiano nell’antipolitica.

Per collocare adeguatamente gli elettori indecisi, nelle due varianti degli ambivalenti e degli indifferenti, utilizziamo (sia pure con qualche aggiustamento anche terminologico) il modello teorico “parsimonioso” proposto da Peter Söderlund (2009) che utilizza due semplici variabili: il differenziale di simpatia e l’efficacia politica. In altri termini il differenziale di simpatia altro non è che una misura della polarizzazione della scelta elettorale e, indirettamente, dell’identità politica. Questa variabile permette di distinguere chi prende in considerazione più alternative di voto (bassa polarizzazione della scelta) da chi ha una sola preferenza ben radicata e solida (alta polarizzazione della scelta). L’efficacia politica porta a distinguere coloro che ritengono utile il voto, nel senso che la propria scelta può fare la differenza, da quelli che invece ritengono che votare, in un modo o nell’altro, non incida e non abbia una conseguenza sull’esito elettorale. Dall’incrocio tra queste due variabili (vedi tab. 1) possiamo quindi identificare quattro categorie di votanti: il sostenitore deciso, il sostenitore deluso, l’ambivalente e l’indifferente. A parte il primo tipo, gli altri tre rientrano tutti nel fenomeno dell’indecisione sia pure con modalità differenti.

Tab 1. Il modello teorico: tipi di elettori

	<i>Alta polarizzazione della scelta/della identità</i>	<i>Bassa polarizzazione della scelta/della identità</i>
<i>Alto valore/efficacia del voto</i>	Sostenitore deciso	Ambivalente
<i>Basso valore/efficacia del voto</i>	Sostenitore deluso	Indifferente

Il sostenitore deciso. È il prototipo dell'elettore schierato (partisan) che esprime una chiara volontà verso un leader o un partito e non prende in considerazione nessuna altra alternativa politica. Il sostenitore deciso ritiene che il suo voto sia anche altamente efficace nell'orientare l'esito elettorale ed esprime un rilevante grado di fiducia nella politica. Questo tipo di elettore è molto informato ed è sensibile ai messaggi inviati in campagna elettorale che rinforzano la propria opinione o preferenza politica già formata e univalente.

Il sostenitore deluso. In passato era un sostenitore deciso e fortemente schierato ma nel tempo ha visto deluse le proprie aspettative politiche ed ha assunto un atteggiamento critico (se non cinico) circa la rilevanza del proprio voto per l'esito elettorale. È un elettore che si è allontanato dalla politica ed è diventato insensibile alle campagne elettorali finendo così per essere poco informato. Per certi versi si avvicina al sostenitore deciso in quanto ha (o, meglio, aveva) una spiccata preferenza verso un leader o un partito; per altri si accosta all'elettore indifferente in quanto dubita fortemente che il suo voto possa essere utile. È dunque un elettore "tormentato" che spesso decide all'ultimo momento se rimanere fedele alla sua appartenenza politica o rifugiarsi nell'astensione, nel voto nullo o nel voto di protesta per competitori che non hanno alcuna possibilità di successo.

L'ambivalente. Si tratta di un tipo di elettore che prende

in considerazione l'opzione tra due o più partiti/coalizioni/leader ed è fortemente motivato a partecipare al voto. Gli individui che appartengono a questo gruppo sono dunque molto aperti (alle influenze) e riflessivi in quanto sono portati a comparare le differenti offerte politiche tra alternative. La disponibilità ad appoggiare più di un partito rende la loro scelta finale un processo assai sofisticato. Rispetto agli indifferenti essi sono più informati, più interessati alla politica e credono all'efficacia del proprio voto. Si tratta quindi di elettori sufficientemente "razionali" o "calcolatori", nel senso che assorbono le informazioni che provengono dalla campagna elettorale e le elaborano lungamente (anche fino all'ultimo momento) prima di prendere la decisione finale sulla propria opzione di voto.

L'indifferente. È un tipo di elettore che valuta negativamente tutte le offerte proposte nella campagna elettorale e che si manifesta attraverso una forte disaffezione e delusione nei confronti della politica e del suo articolato sistema. Questo gruppo di elettori reputa che il proprio voto non sia né rilevante né utile per orientare l'esito finale della competizione. Manifestano quindi un forte disinteresse per la politica che si traduce in un basso livello di informazione e in un altrettanto basso interesse a conoscere le proposte dei diversi candidati o partiti. Non superano quindi la soglia minima dell'informazione e non si spongono ai messaggi lanciati in campagna elettorale.

Da questa descrizione si può notare come in realtà la zona grigia dell'indecisione non si limita a due sole categorie di elettori (ambivalenti e indifferenti) ma tocca anche una terza, quella del sostenitore deluso. Tuttavia ciò che distingue questi tre tipi di elettori coinvolti nell'incertezza è il diverso grado di astensionismo finale: probabilmente minore tra i sostenitori delusi, ad un livello intermedio tra gli ambivalenti e, infine, piuttosto elevato tra gli indifferenti.

In questo volume, correttamente, si è scelto di operationalizzare l'indecisione non attraverso il profilo politico dell'elettore (come abbiamo fatto finora per una necessità di chiarezza teorica) ma per il contenuto stesso della scelta elettorale¹³. Come spiegano adeguatamente i contributi di Antenore (cfr. cap. 1) e Totaro (cfr. cap. 3), riprendendo in questo lo schema proposto da Barisione (2001), ci si è concentrati sulle alternative di voto offerte all'elettore indeciso: 1) l'indecisione "in entrata" che richiama l'alternativa tra voto e astensione; 2) l'indecisione inter-area che postula l'incertezza di voto tra aree politiche differenti e tra loro alternative; 3) l'indecisione intra-area espressa dagli elettori incerti su quale partito votare entro una determinata area politica. È auspicabile che in futuro la ricerca sia in grado di incrociare i due livelli, quello dei tipi di elettori indecisi e quello dei tipi di scelta possibili.

5. Il profilo socio-politico degli indecisi

La strategia ad "imbuto" della ricerca presentata in questo volume (vedi le tre fasi in Antenore) rappresenta una scelta cruciale poiché sposta progressivamente il focus da un approccio quantitativo ad uno qualitativo. Antenore (cap. 1.2) sottolinea che l'obiettivo della ricerca è "quello di sapere perché le persone votano in un certo modo, in un dato momento e sotto quali influenze e non quanti fossero gli indecisi sulla popolazione, quesito che abbiamo preferito lasciare nelle mani dei sondaggisti". Pur tuttavia i dati quantitativi forniti dalla ricerca offrono un quadro complesso dell'indecisione e permettono di formulare un profilo socio-politico degli elettori indecisi.

Quindi a partire dalla rilevazione di un dato sostanzialmente in linea con i sondaggi pre-elettorali – 33% degli intervistati

¹³ Per questo tipo di scelta operativa si veda Barisione (2001) e Barisione, Castellani e De Sio (2006)

che si dichiara indeciso nell'intervallo di tempo che va da 45 giorni a 15 giorni prima del voto – la ricerca propone una classificazione più dettagliata dell'elettore indeciso. Come riporta Totaro (cap. 3.1) questo 33% di elettori indecisi si articola in un 11% di indecisi se andare a votare, in un 12% che non sa quale area politica votare, un 10% che ha scelto l'area politica ma non ancora il partito o la coalizione e, infine, un 5% che dichiara di non voler andare a votare pur avendo votato nelle precedenti elezioni.

La Totaro (cap. 3.1) pone in evidenza come l'elevata incidenza di elettori indecisi sia da mettere in relazione alla nuova offerta politica presentata nel 2008. Se è vero che gli elettori sviluppano una forte e stabile lealtà di partito quando il sistema dei partiti è stabile e dura nel tempo (Converse, 1969) è altrettanto probabile che la propensione a cambiare il proprio voto da una elezione all'altra va aumentando in quei contesti in cui si allentano e si indeboliscono le appartenenze partitiche tradizionali e si sperimenta una forte discontinuità nel tipo di offerta elettorale come nel caso delle politiche del 2008.

Altro dato di fondo riportato dalla Totaro (fig. 2) che fa riflettere e che si ricollega a quanto affermato in precedenza, è la sistematica sottostima dell'astensionismo nei sondaggi pre-elettorali; anche in questa ricerca il numero di elettori che dichiarano che non andranno a votare (10,2% del campione) è ben lontana dalla cifra effettivamente riscontrata nelle urne (19,5% Italia, 21,8% Italia+Estero) e neanche tenendo conto di una certa quota di astensionismo involontario si può spiegare questa discrepanza. Qui, ancora una volta, ci si deve interrogare su due criticità già segnalate in precedenza. La prima riguarda l'incapacità delle tecniche di rilevazione a cogliere pienamente l'ampiezza del fenomeno astensionista e più generalmente del non voto; ci si "dimentica" sistematicamente che esiste una quota non irrilevante di elettori (nel 2008 il 3,3% degli aventi diritto) che si reca al seggio o per annullare la scheda o per lasciarla in bianco. La seconda è invece quella

che esiste un certo grado (sostanzialmente incompressibile) di “slealtà” tra coloro che rispondono alle interviste.

Secondo la ricerca MediamonitorPolitica il profilo socio-demografico (cap. 3.1) degli elettori indecisi vede la prevalenza delle donne, dei giovani tra i 18 e i 24 anni, delle persone con basso titolo di studio e con una condizione economica percepita come “difficile”. Queste stesse caratteristiche, salvo quella di genere, specificano anche il gruppo delle persone che dichiarano che non andranno a votare. Ad un profilo sociologico simile giungono Cautres e Jadot (2007, p. 4) quando affermano che gli indecisi in Francia nel 2007 “sono nettamente più frequentemente donne, di meno di 35 anni e studenti”. La variabile del lavoro, e quindi della condizione socio-economica, sembra rilevante in quanto, come sostiene Emiliano Bevilacqua (cap. 11) “il profilo degli elettori indecisi appare, quindi, certamente interclassista ma anche sbilanciato, seppur debolmente, tanto verso la categoria operaia quanto verso quella del commercio e servizi. Il rifiuto di collocarsi nelle classiche aree politiche e il debole livello informativo sembrano caratterizzare con più forza questa parte della cittadinanza. Tali indicazioni offrono conferme al carattere periferico e marginale dell’indecisione”, per poi concludere che se “l’indecisione appare, quindi come un fenomeno diffuso e complesso è tuttavia maggiormente vicino a settori della società periferici e marginali, vincolati ad occupazioni dipendenti e non particolarmente remunerative dal punto di vista economico”. Perifericità e marginalità sono concetti ribaditi anche da Barbara Mazza (cap. 8) nella sua analisi “territoriale” dell’indecisione, che risulta più accentuata nei piccoli centri del Mezzogiorno che appaiono più disagiati, rispetto ai grandi nuclei urbani del centro-nord, nelle “opportunità di accesso alle fonti dell’informazione e sulle possibilità di sviluppare un processo decisionale”.

Rispetto all’appartenenza politica la maggior quota di indecisione e di astensionismo si ritrova tra coloro che non si collocano né a destra, né al centro, né a sinistra. Un discreto livel-

lo di indecisione e di volontà astensionista lo manifestano anche gli elettori che si dicono di centro e che faticano ad operare una scelta secondo la rigida logica bipolare imposta dai due principali competitori nelle elezioni del 2008. Le motivazioni e i percorsi di scelta di questi elettori “medianti” sono descritti e interpretati nell’analisi delle interviste in profondità condotta da Lorenza Parisi (cap. 4). Non a caso molti di questi elettori “centrali” hanno utilizzato alle politiche una sorta di scorciatoia decisionale, finendo per votare e premiare le formazioni minori delle due coalizioni principali (Lega e Idv). L’indecisione è minima tra coloro che si collocano a destra mentre l’elettorato di sinistra propone il più alto valore di indecisione intra-area che si può mettere in relazione alla nuova ma incerta offerta formulata dal Pd.

La nostra ricerca affronta poi il nodo cruciale del rapporto tra gli elettori indecisi e la politica (cap. 3.2.). A partire dalla costruzione di due indici di fiducia e di coinvolgimento (e informazione) ci si propone di capire se l’elettore sia indeciso perché disinteressato e lontano dalla politica oppure lo sia perché ha un atteggiamento attivo e costruttivo, e valuta, calcola, a lungo la sua scelta. Qui riappare il binomio teorico tra ambivalenza e indifferenza che abbiamo richiamato in precedenza analizzando i tipi di elettori indecisi (cap. 3 fig. 6). Gli indifferenti sono coloro che hanno il più basso indice di fiducia e coinvolgimento e tendono in prevalenza a dichiarare che non andranno a votare. Gli ambivalenti sono invece caratterizzati da un livello intermedio di fiducia (sono scettici e tormentati) ma mostrano un buon grado di coinvolgimento nel senso che si informano e sono sensibili ai richiami della campagna elettorale. Gli ambivalenti sono dunque fluttuanti tra diverse opzioni: non votare oppure andare a votare e, in questo caso, quale coalizione o partito scegliere. Nel 2008 l’ambivalenza sembra aver colpito soprattutto l’elettorato di sinistra. Come afferma la Totaro “i soggetti che si sono dichiarati di sinistra sembrano sfiduciati ma non disinformati” e “sembra emergere il profilo di un elettore di sinistra che deci-

de di non andare a votare perché profondamente deluso dai partiti e dalla politica in generale, che utilizza il “non voto” come forma di protesta”. Sulla stessa linea è anche la riflessione della Parisi (cap. 4.6.) quando evidenzia tre tipi di indecisione differenti: gli indecisi anti-politici, gli indecisi per disaffezione e gli indecisi per un conflitto strategico/identitario. Questi dati sembrano confermati dalle considerazioni formulate dall’Istituto Cattaneo dopo un’analisi dei flussi elettorali in sette città della Lombardia e dell’Emilia-Romagna (Corbetta, Marcotti, Vanelli, 2008). In estrema sintesi le conclusioni del centro di ricerca sono state: a) non vi è stato alcun passaggio significativo di voti dalla Sinistra arcobaleno alla Lega nord; b) modesti sono stati i «passaggi di area», ossia quelli che coinvolgono elettori che da destra sono passati a sinistra o viceversa; c) vi sono stati importanti passaggi da e verso l’astensione. Nel dettaglio l’analisi dei flussi del Cattaneo spiega che la Sinistra arcobaleno ha perso voti quasi unicamente verso il Partito democratico e verso l’area dell’astensione e che la Lega nord ha preso voti soprattutto da Forza Italia e da Alleanza nazionale mentre scarsi sono stati i flussi elettorali inter-area rappresentati da elettori che hanno effettuato un «passaggio di campo», cioè da sinistra a destra, o viceversa. La conclusione dei ricercatori del Cattaneo è che “questi risultati confermano un fatto già ben noto agli analisti elettorali: la sostanziale tendenza all’imper-meabilità degli elettorati dei due schieramenti” (Corbetta, Marcotti, Vanelli, 2008, p. 4).

Dunque il punto teorico da sottolineare è che l’indecisione elettorale, anche elevata come ha registrato la ricerca *Media-monitorPolitica*, non è alla fine sinonimo di mobilità elettorale. Anzi i due fenomeni sembrano disgiunti. Questo ci dice qualcosa su come gli elettori risolvono la propria indecisione. Pochi alla fine compiono la “rivoluzione copernicana” di un passaggio inter-area. Molti invece si sentono disponibili a “conversioni ridotte”, movimenti limitati: sono i flussi che dalla sinistra radicale vanno al Pd (in nome del voto utile) o all’astensionismo o quelli che da votanti ex An e Forza Italia

finiscono alla Lega Nord. E piuttosto che tradire in modo radicale e definitivo le passate convinzioni e appartenenze partitiche si preferisce “sospendere” il giudizio e rifugiarsi nel non voto.

6. La fine dell'incertezza: tempi e modi della decisione elettorale

La nostra ricerca tenta di rispondere, seguendo le indicazioni di alcuni contributi ormai “classici” (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1948; Berelson, Lazarsfeld e McPhee, 1954; Campbell, Converse, Miller e Stokes, 1960), ad una domanda cruciale: quando e come gli elettori indecisi si liberano di questa condizione di incertezza e compiono la loro scelta di voto. Come già ricordato, i dati della nostra survey hanno evidenziato che a 40 giorni dal voto il 33% degli intervistati si dichiarava indeciso (articolandosi nei diversi tipi d'indecisione). Questo dato appare sostanzialmente in linea con le ricerche più recenti svolte, tanto in Italia che all'estero, sul timing dell'indecisione/decisione di voto (vedi tab. 3). Dai dati relativi all'Italia e alla Francia si evince che circa un quarto degli elettori decidono se e come votare negli ultimi sette giorni prima delle elezioni, e una parte non indifferente (9%) lo decide addirittura l'ultimo giorno. Come sostengono Cautres e Jadot (2007, p. 2) si assiste – riferendosi al caso francese – “ad una cristallizzazione della scelta tardiva, anzi molto tardiva, per un po' più di quattro elettori su dieci”.

Tab 2 Tempo della decisione di voto in USA, Italia e Francia in diverse elezioni

	Usa 1972	Usa 1976	Usa 1980	Usa 1984	Usa 1988	Italia 1996	Francia 1997	Francia 2007
Elettori indecisi (decisione in cabina)	14	24	26	13	17	9,1	22	24
Decisione ultima settimana						18,5		
Decisione qualche settimana prima (da 2 a 4 settimane prima e comunque durante la campagna elettorale)	53	56	54	56	51	15,4	13,8	18
Elettori "risoluti" (decisione molto tempo prima)	34	20	20	30	32	57	64,2	58

Fonti: per i dati Usa 1972-1988 Gopoian and Hadjiharalambous (1994); per i dati Italia 1996 e Francia 1997 Barisione (2001); per i dati Francia 2007 Cautres e Jadot (2007).

Questi dati ci pongono di fronte ad un interrogativo: la fine dell'incertezza, specialmente di quella più prolungata, è dovuta all'efficacia della campagna elettorale o è invece frutto di altri fattori legati alla condizione sociale e politica degli indecisi?

È evidente che le campagne elettorali non influenzano tutti i cittadini-elettori allo stesso modo. Ed è altrettanto noto che esiste una ampia eterogeneità di fattori che influenzano le decisioni elettorali degli individui. Si deve quindi ritenere che la stessa eterogeneità di fattori valga anche quando si ragiona sull'influenza della campagna elettorale nella scelta di voto. Il momento della scelta di voto rappresenta per molti studiosi (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1948; Berelson, Lazarsfeld e

McPhee, 1954; Campbell, Converse, Miller e Stokes, 1960, Chaffee e Choe, 1980; Gopoian e Hadjiharalambous, 1994) una variabile chiave per comprendere gli effetti della campagna elettorale anche se è difficile sostenere empiricamente che coloro che decidono durante questo ristretto periodo lo fanno in base a specifici eventi o informazioni prodotti nella campagna stessa. Vale la pena ricordare che negli studi pionieristici del gruppo della Columbia University (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1948; Berelson, Lazarsfeld e McPhee, 1954) si sosteneva che la campagna elettorale ha un impatto tutto sommato minimo sulle preferenze di voto, nel senso che porta alla conversione di voto solo un piccolo gruppo di elettori, mentre ha effetti rilevanti in termini di rafforzamento delle proprie predisposizioni politiche.

Nel continuum che va dagli elettori risolti, la cui scelta si basa su fattori di lungo termine come l'identificazione partitica e l'ideologia, a quelli che invece decidono in cabina elettorale si ravvisano dunque modalità di comportamento e di scelta molto differenti. Secondo alcune ricerche (Gopoian e Hadjiharalambous, 1994; Barisione, 2001; Fournier, Nadeau, Blais, Gidengil e Nevitte, 2003) è possibile operare una netta distinzione tra i "convertiti" durante la campagna e gli elettori "last minute" (si veda Parisi cap. 4.2). Distinzione che è tutta politica in quanto dal punto di vista socio-demografico i due gruppi sono praticamente simili (con la prevalenza di donne e giovani). Riprendendo quindi il nostro modello teorico dei tipi di elettori si può sostenere che gli ambivalenti sono coloro che sciolgono prima, durante il periodo della campagna elettorale, la loro condizione di indecisi. Per contro gli elettori "last minute" appartengono in larga maggioranza alla categoria degli indifferenti e, in misura minore, ai sostenitori delusi. Secondo Gopoian e Hadjiharalambous (1994, p. 71) "vi sono, essenzialmente, due intriganti misteri che riguardano gli elettori che decidono all'ultimo momento". Il primo si sostanzia nella domanda: perché questi elettori ritardano così tanto la loro scelta di voto? La risposta fornita da Gopoian e Hadjihara-

lambous (1994, p. 72) è che essi “sono meno interessati all’esito elettorale degli altri elettori, sono meno attivi politicamente e meno disponibili politicamente di altri elettori, e sono meno coinvolti nella discussione politica rispetto agli altri elettori. Tutte queste variabili sono positivamente associate con il ritardo nella decisione di scelta di un candidato”. Il secondo mistero evocato da Gopoian e Hadjiharalambous riguarda la spiegazione della scelta di voto raggiunta dagli elettori last-minute; per questi due autori (1994, p. 72) “il comportamento degli elettori che decidono all’ultimo è quasi casuale” nel senso che esso “appare così non strutturato dalle forze politiche convenzionali”. Ad una conclusione simile giunge anche Barisione (2001, p. 101) quando sostiene che “gli elettori marginali, al contrario, sembrerebbero assai poco soggetti ai condizionamenti delle determinanti strutturali del voto”. Barisione esclude che la spiegazione del voto degli indecisi possa ritrovarsi nel paradigma determinista (i vari modelli del voto d’appartenenza) o nell’ipotesi razionalista (tutti i modelli non deterministi tra cui quello del voto d’opinione) e propone una lettura alternativa secondo cui “la determinante ultima della scelta di voto degli elettori marginali sarebbe l’*impressione* globale – politicamente sfuocata, ma non per questo politicamente infondata – che essi si sono fatti di coalizioni, partiti e leader politici nel medio periodo, e in particolar modo nel corso della campagna elettorale. Tale impressione consisterebbe in una rappresentazione cognitiva sintetica e affettivamente orientata del messaggio e dell’immagine trasmessi dagli attori politici attraverso i media e soprattutto la televisione”. Dunque gli elettori dell’ultimo minuto sono elettori indifferenti (rispetto alle logiche politiche tradizionali) e giungono infine ad una scelta di voto in modo quasi casuale e/o basandosi su una lettura impressionistica della realtà politica.

Da diversi studi sul comportamento elettorale (Flanigan e Zingale, 1994; Norris, Curtice, Sanders, Scammell e Semetko, 1999; Dalton McAllister e Wattenberg, 2000, McAllister, 2002) emerge anche un altro dato incontrovertibile: in tutte le

democrazie occidentali la quota di elettori indecisi è andata progressivamente aumentando negli ultimi due-tre decenni. Questa tendenza può essere spiegata con il costante declino dell'identificazione partitica e della rilevanza dei tradizionali *cleavages* socio-politici. Infatti, come sostengono Fournier, Nadeau, Blais, Gidengil e Nevitte (2004, p. 668), “la sola caratteristica che distingue coloro che decidono prima della campagna da coloro che decidono durante la campagna elettorale è il livello e la forza del senso di appartenenza. Gli individui che decidono durante e sono persuasi dalle campagne elettorali sono i meno identificati con i partiti politici”.

7. Media-mente indecisi

Dalle elezioni del 1994, data d'inizio della infinita transizione italiana, il rapporto tra comunicazione e politica è radicalmente mutato. Mentre i partiti sono diventati più leggeri, in quanto a ideologia e organizzazione, e si è ridotto il loro ruolo di referenti identitari, nel sistema politico italiano si sono manifestati con forza due nuovi processi che hanno modificato la strategia stessa dei partiti politici: la personalizzazione (e spettacolarizzazione) del confronto politico (anche elettorale) e l'accresciuta centralità dei media nella comunicazione politica. L'ingresso nell'era della video-politica e della campagna permanente ha determinato un nuovo interesse circa il rapporto tra cittadini-elettori, media e politica. In tal senso sono circolate in questi anni numerose ipotesi (per una rassegna più esauriente si veda Iannelli, cap. 6.1), talvolta radicalmente contrastanti: da quella dei media onnipotenti, capaci di indirizzare sempre e comunque l'esito elettorale, a quelle di una influenza più moderata e selettiva capace cioè di “spostare” quote di elettori tutto sommato modeste (ma spesso decisive) da un campo all'altro dello schieramento politico, per giungere a quelle del video-malessere che negano qualsiasi ruolo persuasivo dei media (Newton, 1999).

La nostra ricerca ha scelto di privilegiare una prospettiva ben precisa: qual è l'approccio degli elettori indecisi alla campagna elettorale e se e come essi raccolgono l'informazione politica che li deve condurre ad una scelta di voto.

Per quanto riguarda la campagna elettorale del 2008 appare evidente che gli indecisi non si differenziano molto dagli elettori risolti nelle strategie di fondo del consumo di media; essi sono – come gli altri -cittadini “multicanale” (vedi Lovari e Tirocchi, cap. 5.3) che “assaggiano” i diversi menù di comunicazione politica messi a disposizione. Tuttavia dai dati della nostra survey possiamo distinguere tra gli indecisi differenti consumi e mobilitazioni mediali. Per un verso abbiamo gli indecisi ambivalenti che sono convinti di andare a votare ma non sanno ancora per chi. Essi seguono la campagna elettorale e accumulano la loro informazione soprattutto attraverso la televisione e, in misura minore, dalla stampa; si tratta di più di un terzo fra gli indecisi monitorati esposti ad un iperconsumo di informazione politica (Iannelli, cap. 6.2). Per loro, la fonte principale di informazione rimangono i Tg, genere televisivo che, nonostante alcune rilevanti distorsioni¹⁴, è premiato con alti indici d'ascolto. Gli ambivalenti “tradendo la fedeltà ad un'unica emittente televisiva, scelgono di guardare più telegiornali, anche con l'intento di comparare le notizie per ottenere un'informazione più completa e multiprospettica” (Lovari e Tirocchi cap. 5.3.1). Ciò appare in linea con i dati Itanes rilevati durante la campagna elettorale del 2008 secondo cui “la forza della relazione fra Tg preferito e voto è più forte fra gli elettori che hanno deciso da tempo per chi votare, mentre gli elettori che decidono in prossimità delle elezioni hanno

¹⁴ A proposito dei tg Legnante (2009 p. 130) afferma che “mentre in Europa il 75% del tempo è dedicato alle azioni dei politici e solo il 25% alle loro esternazioni, in Italia azioni ed esternazioni coprono rispettivamente il 45% e il 55%” e conclude che “in Italia, per creare una «notizia» politica bastano le dichiarazioni dei politici: una favolosa energia rinnovabile che, mentre i Tg stranieri cercano di mostrare al pubblico «che cosa è successo», consente a quelli italiani di continuare a raccontare «che cosa è stato detto?».

una visione meno assidua dei Tg che sarebbero «coerenti» con il proprio voto” (Legnante, 2009 p. 132). E gli ambivalenti sono anche coloro che arrivano a navigare online su siti che discutono di politica; si tratta del 25% degli indecisi inseguiti nel corso della ricerca. E questo dato appare perfettamente coerente se si tiene conto che uno dei segmenti sociali che formano la galassia degli indecisi è proprio quello giovanile e di coloro che vanno a votare per la prima volta. Dunque si tratta in questo caso di una indecisione informata e pragmatica (e qui si ritrova anche il tipo dell'ex sostenitore deluso, che nelle elezioni 2008 ha riguardato soprattutto l'elettorato di sinistra).

Agli indecisi ambivalenti si contrappongono gli indecisi indifferenti, che – al pari degli astensionisti dichiarati – si mostrano totalmente disinteressati alla campagna elettorale e sono sostanzialmente impermeabili ai messaggi che da essa provengono. La smobilitazione mediale e quella cognitiva sono le caratteristiche salienti degli indifferenti che esprimono un elevato knowledge gap rispetto agli indecisi ambivalenti (si veda Iannelli, cap. 6.4). Secondo alcune ricerche (Ceccarini 2001) questo tipo di elettori indecisi è lontano dalla videopolitica e ha uno scarso livello di informazione politica accumulato quasi esclusivamente attraverso le reti sociali che li circondano (famiglia, parenti, colleghi di lavoro, amici). Tuttavia proprio gli indifferenti rischiano di diventare centrali nel modello del bazar elettorale descritto da De Sio (2006, p.412) secondo cui “è possibile che anche in Italia si consolidi una situazione in cui sono gli elettori più lontani dalla politica e con atteggiamenti meno stabili, adesso facilmente raggiungibili grazie ai media, a divenire stabilmente il *target* più remunerativo per le campagne elettorali. [...] In questo senso i lontani dalla politica diverrebbero due volte importanti per decidere le elezioni: non solo perché è più facile persuaderli, ma anche, a questo punto, perché è probabile che molti di loro in passato non abbiano votato, e che quindi il loro ingresso nell'arena elettorale incida ancora maggiormente sull'esito del voto”.

Quello su cui sembrano convergere tanto gli ambivalenti

quanto gli indifferenti è che essi subiscono più di altri l'influenza decisiva del cosiddetto clima d'opinione (si veda Fazzi, cap. 7.1) che alla fine li conduce ad una scelta di voto che appare, come ricordato in precedenza, quasi casuale e/o basata su una lettura impressionistica della competizione elettorale. La campagna elettorale del 2008 è stata "tecnicamente" breve (per via della fine anticipata della legislatura) ma in sostanza si è trattato di una campagna climate-oriented, giocata sul ruolo centrale della campagna permanente. Piuttosto che sull'agenda-setting (o, sul building della stessa) i principali competitori hanno concentrato la loro comunicazione nel definire il climate-setting; e in questo Berlusconi è stato certo più abile di Veltroni e Bertinotti. Clima d'opinione che è stato fortemente influenzato dalla copertura data dai media alla campagna elettorale e dalla presidenzializzazione della competizione elettorale, per cui è diventato sempre più rilevante per gli indecisi la valutazione e la comparazione (spesso impressionistica e superficiale) dei leader in corsa per la vittoria.

8. De-democratizzazione e sfiducia politica: il caso italiano

Il "racconto" dell'indecisione elettorale non sarebbe completo se non si indagasse sulle cause che la determinano. La domanda da porsi è: quali fattori alimentano il fenomeno dell'indecisione, dell'indifferenza e dell'ambiguità politica ed elettorale, che sembra essere in continua crescita? A livello teorico potremmo elencare una infinità di variabili sociali, economiche e politiche da mettere in relazione alla crescita dell'indecisione ma, seguendo una logica parsimoniosa, crediamo sia utile concentrarci su due macro-questioni che a nostro avviso sono cruciali per spiegare il caso italiano (ma non solo): la de-democratizzazione e la sfiducia politica. I due temi in realtà si sovrappongono e s'incrociano formando una sorta di retroterra culturale su cui si coltiva l'indecisione politica ed

elettorale.

Da anni esiste una ricca letteratura che analizza la “crisi” della democrazia, il malessere democratico, il tradimento della democrazia, il declino della qualità democratica (Almagisti, 2006), fino a spingersi a prospettare una condizione “post-democratica” (Crouch, 2003), che certo non sono fenomeni peculiari dell’Italia ma che nel nostro paese sembrano aver assunto dei tratti molto evidenti e specifici, quasi paradigmatici. Crouch sostiene che le democrazie liberali sono entrate in una fase in cui esse non sono più completamente tali in quanto, pur mantenendo le proprie caratteristiche formali e procedurali, hanno visto svanire alcune dimensioni sostanziali che erano alla base della loro legittimazione. In altri termini, sono venuti meno dei fattori non formali ed extra-istituzionali ma fortemente politici della democrazia; utilizzando le parole di Schumpeter, stiamo assistendo ad una pericolosa divaricazione tra “il metodo democratico” (elezioni, istituzioni, rappresentanza, stato di diritto, costituzione) ancora vigente e “il credo democratico”, ovvero quella cultura politica diffusa che dovrebbe sostenere e legittimare questo tipo di sistema e di regime politico. Per riprendere una efficace immagine di Loredana Sciolta la democrazia sarebbe “come il ‘cavaliere inesistente’ descritto da Italo Calvino, una corazza che cammina, cavalca, parla senza che vi sia dentro un essere vivente” (Sciolta, pp. 515-516). Dalla fine della Prima Repubblica negli anni ’90 abbiamo assistito ad una profonda trasformazione della nostra cultura politica che ha investito i diversi livelli del pensare e dell’agire politico: dalla partecipazione alle forme di identificazione politica, dall’assetto valoriale alla perdita di fiducia nella politica e nelle istituzioni democratiche. Come afferma Nevola (2008, p. 297), “i sintomi del malessere sono noti: apatia politica e calo della partecipazione elettorale, perdita di credibilità dei partiti tradizionali e avanzata del populismo, sfiducia nelle istituzioni politiche e lievitare di umori anti-politici”. Nella lunga e non conclusa transizione italiana sembrano essersi affievoliti alcuni caratteri socio-culturali

fondamentali per il mantenimento e il consolidamento della democrazia che gli studiosi hanno etichettato variamente come “credo democratico”, “spirito pubblico”, “valori civici” o “cultura civica”. Si percepisce quindi una crescente frattura tra la democrazia intesa come forma di governo e insieme di procedure e la democrazia vissuta come valore e cultura politica basilare e diffusa. Tale frattura provoca una zona grigia di cittadinanza, sempre più ampia, caratterizzata da disaffezione, apatia, disorientamento, indecisione, ambivalenza e indifferenza, sempre più attratta dall’antipolitica o da forme di (neo)populismo (Mastropaolo, 2000; Sani e Segatti, 2001). Questa realtà è stata ampiamente rilevata da numerose e ripetute ricerche empiriche e ha delle conseguenze significative su tre dimensioni che pensiamo cruciali anche rispetto al nostro lavoro di ricerca: la partecipazione, l’identificazione e la fiducia politico-istituzionale.

A livello di partecipazione politica (visibile e invisibile, convenzionale o non convenzionale) alcune recenti ricerche (Segatti, 2007; Legnante, 2007b) hanno evidenziato che: a) meno di un terzo dei cittadini italiani si interessa attivamente alla politica ed esprime quella capacità di “mobilitazione cognitiva” indicata da Inglehart come presupposto per la costruzione di una cittadinanza “critica” (Norris, 1999); b) le fasce sociali che meno s’interessano di politica sono i giovani, le donne e coloro che hanno un basso livello d’istruzione; c) la partecipazione visibile risulta sostanzialmente stabile ma ha un carattere sempre più accentuato di episodicità, legata cioè a scelte individuali (magari dell’ultimo minuto) sempre più influenzate dai *mass-media* piuttosto che dalle organizzazioni politiche; d) solo una modesta quota di elettori, che oscilla tra il 10-20% del totale, sente di “contare” veramente e giudica il proprio voto come “efficace politicamente” (Segatti e Vezzoni, 2007). Il diffuso senso di inefficacia del voto (alimentato anche dalla attuale legge elettorale) provoca, per un verso, una concezione negativa della politica intesa come qualcosa di lontano, autoreferenziale e oligarchica; per l’altro, favorisce la

fuoriuscita di una parte consistente dell'elettorato dal circuito tradizionale della politica, dei partiti, e che va a rifugiarsi alternativamente nell'antipolitica, nell'adesione a progetti populistici o nell'astensionismo.

Per quanto riguarda l'identificazione politica due sono i dati che emergono con chiarezza dalle indagini recenti (Baldassarri, 2007; De Sio, 2007; Barisione, 2007; Legnante, 2007b): a) l'autocollocazione sul tradizionale cleavage destra/sinistra è notevolmente in calo, pur tuttavia le nozioni di "destra", "centro" e "sinistra" persistono come criterio minimo a cui riferirsi nella infinita transizione italiana; b) solo poco più del 50% degli italiani si autocolloca con decisione e senza ambiguità vicino ad un partito politico/coalizione (fino alla crisi della Prima Repubblica questa quota si attestava normalmente intorno al 75% circa); c) al declino dei partiti come fonte primaria di identificazione politica si accompagna invece la nuova centralità assunta dalle figure dei leader e dai *mass-media* (vecchi e nuovi) come agenzie "affidabili" di orientamento politico. La vecchia democrazia parlamentare e dei partiti sembra aver lasciato il posto ad una indistinta quasi-democrazia basata sui flussi e riflussi dell'opinione pubblica, e costruita sul rapporto diretto tra il "popolo" (o la gente comune), sempre più spesso attratta da soluzioni di tipo plebiscitario, una leadership politica fortemente personalizzata e carismatica e le agenzie della comunicazione. Si afferma così un sistema di democrazia incompiuta con una base di legittimazione quanto meno instabile e danneggiata in cui acquisisce una nuova centralità la figura, come rilevato anche dalla nostra ricerca, del *civis marginalis* (Sani, 1994 e 2007)¹⁵, ovvero di quella tipologia di cittadino

¹⁵ Sani propone la distinzione tra tre tipi ideali di cittadino: *civis nobilis*, *civis communis* e *civis marginalis*. Secondo Sani al tipo *civis nobilis* appartengono circa il 20% degli italiani che manifestano gli aspetti ideali di una cultura civica (interesse per la politica, informazione, partecipazione in gradi elevati); quasi il doppio sono invece quelli che ricadono nel tipo *civis marginalis*, il più lontano dai requisiti ideali di una cultura civica; e poco più del 40% appartiene alla tipologia del *civis communis*, collocata a metà strada tra i due tipi precedenti.

collocato all'opposto dei tradizionali caratteri dell'ideale della cultura civica.

Infine la questione della sfiducia politico-istituzionale. Come ben noto la fiducia, sia quella generalizzata che quella specificamente politico-istituzionale, rappresenta un ingrediente essenziale, un collante, nella costruzione e nel mantenimento dei regimi democratici in quanto esprime la lealtà degli attori socio-politici nel sistema (e fra di loro) e – al tempo stesso – ne garantisce funzionalità e legittimità¹⁶. Loredana Sciolla (2008, pp. 517-518) elenca alcuni dei caratteri della fiducia politico-istituzionale: a) si ha l'aspettativa che enti o istituzioni si comportino benevolmente nei nostri confronti; b) ciò implica un certo grado d'incertezza e di rischio in quanto si può andare incontro a delusioni; c) il grado di fiducia/sfiducia risente della vicinanza e della familiarità (esperienza diretta o indiretta) verso gli enti o le istituzioni a cui ci si rivolge; d) nella fiducia/sfiducia politico istituzionale può essere presente un certo grado di deferenza verso l'autorità (relazione gerarchica e verticale); e) le reazioni a delusioni provocate dalla politica e dalle istituzioni è più esterna in quanto difficilmente imputabile a nostre scelte sbagliate. Così la Sciolla (2008, p. 518) sintetizza gli esiti della sfiducia politico-istituzionale: “ciò significa che delusioni ripetute nel caso di istituzioni possono intaccare profondamente il sentimento di fiducia e rovesciarlo nel suo contrario; per le stesse ragioni il sentimento di sfiducia istituzionale è più pervicace e difficile da modificare”. E, ancora, “la sfiducia istituzionale può certo tradursi – come la maggior parte delle interpretazioni sostengono – in distacco tra cittadini e politica, ossia in indifferenza e apatia politica [...] ma la sfiducia istituzionale può tradursi anche nel suo opposto, ossia in atteggiamenti di critica e in comportamenti attivi di protesta”.

Nell'Italia della Seconda Repubblica e della transizione in-

¹⁶ Per una rassegna delle riflessioni classiche e delle ricerche più recenti sul rapporto tra fiducia e democrazia si veda Gambetta (1989).

finita si assiste ad un declino generalizzato, e per certi versi drammatico, della fiducia politico-istituzionale. In realtà, per il nostro paese, non si tratta di una novità assoluta. Anche durante la Prima Repubblica l'Italia faceva registrare, rispetto alle principali democrazie occidentali, un sostanzioso deficit di fiducia politico-istituzionale¹⁷ che trovava la sua “espressione politica, tra larga parte dell’elettorato, nella pregiudiziale di legittimità anti-comunista” (Nevola, 2008, p. 301). Sfiducia dunque persistente ma che oggi – e qui sta la novità – si è ampliata e approfondita fino (e, forse, oltre) il livello di guardia (vedi tab. 4 in cui abbiamo evidenziato le istituzioni che qui ci interessano: governo, parlamento e mass media).

Secondo i dati *Special Eurobarometer* (2007, pp. 37-38) il 68% degli italiani dichiara di avere sfiducia in tutte le istituzioni politiche e ciò ci avvicina più ai paesi ex comunisti che alle democrazie liberali del centro e del nord Europa o degli Stati Uniti; tra i giovani la sfiducia nei confronti dei partiti tocca in Italia il 90% degli intervistati. Come evidenziato dalla Sciolla (2008, p. 519) “in Italia la sfiducia nelle istituzioni non è distribuita uniformemente non solo tra le diverse fasce di età, ma anche là dove meno ce lo aspetteremmo. Essa risulta, infatti, molto superiore al Nord piuttosto che al Sud Italia e il fattore che meglio la spiega è il livello di istruzione. Il profilo tipico dello sfiduciato è: giovane, studente liceale, abitante nelle metropoli del Nord”.

¹⁷ Del tradizionale deficit di fiducia nella democrazia italiana si trova eco nei classici lavori sulla cultura politica di Almond e Verba (1963) in riferimento alla cultura *parochial* e di Banfield (1978) sul familismo amorale. Per una rivisitazione storica del tema si veda Sani (1980).

Tab.3 Livello di fiducia espresso dai cittadini di sei democrazie nei confronti delle principali istituzioni sociali e politiche

%	Usa	G. Bretagna	Germania	Francia	Giappone	Italia
80-90%		Polizia Esercito				
70-80%	Esercito Religione Polizia		Polizia			
60-70%	Scuola	Magistra- tura Scuola	Magistra- tura	Polizia	Magistra- tura Po- lizia	Polizia Religione
50-60%	Governo Magistra- tura Par- lamento		Esercito Parla- mento	Scuola Magistra- tura E- sercito Religione Governo	Istruzio- ne Mass media	Esercito Scuola
40-50%	Mass media Imprese	Religione Imprese Governo Parla- mento	Religione Scuola	Parla- mento Imprese		Magistra- tura
30-40%	Sindacati		Sindacati Governo Imprese Mass media	Sindacati Mass media	Esercito Governo Parla- mento	Mass media Imprese Parla- mento
20-30%		Mass media Sindacati			Sindacati Imprese	Governo Sindacati
10-20%					Religione	
Livello complessivo medio di sfiducia	39,7%	40,4%	44,3%	52,2%	55,6%	56,5%

Fonte: Inoguchi (2002, p. 378)

Ma la sfiducia politico-istituzionale non sempre si traduce in apatia e disinteresse verso la politica. Una parte degli italiani, soprattutto tra i giovani, manifesta dunque una sfiducia non passiva scegliendo soprattutto forme di partecipazione non convenzionale (cortei, petizioni, raccolta di firme, boicottaggi ecc.). Questi dati confermano la necessità di non mettere nello stesso calderone (quello dei delusi e degli incerti) tipi diversi di elettorato che mostrano gradi assai diversi di sensibilità e di volontà di mobilitazione politica. La nostra proposta di distinguere tra gli indifferenti (gli sfiduciati universali e perenni), e gli ambivalenti e i sostenitori delusi (ambedue le categorie possono rappresentare gli sfiduciati occasionali e intermittenti) va in questa direzione. Si ripropone insomma ancora una volta (ma in modo più radicale che in passato) lo studio approfondito dell'alternativa, di hirschmaniana memoria, tra *exit*, *voice* e *loyalty*.

