

Il sondaggio d'opinione, questo sconosciuto (II)

Intervista con Paolo Natale a cura di Ilaria Mazzacane

Paolo Natale è docente di Metodi e tecniche della ricerca sociale e Metodologia della ricerca sociale presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Milano consulente IPSOS e firma del quotidiano Europa. Autore di diversi saggi, tra gli altri *Attenti al sondaggio!*, edito Laterza.

Abstract

L'intervista indaga le evoluzioni del mondo della rilevazione demoscopica in un Paese come l'Italia che, negli ultimi anni, ha visto emergere nuovi soggetti politici ed in cui i social network stanno assumendo un valore sempre maggiore. Partendo dalla presunta "morte del sondaggio" e arrivando ad analizzare i nuovi metodi di rilevazione demoscopica offerti dalla rete, Paolo Natale spiega come e perché il sondaggio stesso resta, all'interno del dibattito politico, uno strumento di studio molto rilevante, seppur perfezionabile. L'intervista tratta e contestualizza anche gli errori recenti commessi dai sondaggi.

Parole chiave: sondaggio, previsioni elettorali, social media.

The interview analyses the role and efficacy of the political survey in an environment that is facing conspicuous changes, in particular with reference to the role of the social media. Starting from the hypothesis of the death of the survey and discussing new methods to test political opinion and electoral behavior, Natale explains why the survey is still a valuable method and tool to analysis the citizens' preferences. The interview discusses also some recent failures in forecasting the electoral results.

Key words: survey, electoral forecasting, social media.

Nonostante le numerose voci che vogliono il sondaggio in crisi, esso, in realtà, pare più vivo che mai, soprattutto nelle trasmissioni di stampo politico: qual è il suo parere in merito?

In una situazione come quella attuale, dove i mezzi utilizzati per comporre il campione di riferimento sono abbastanza incerti, a causa della differenza di dotazione telefonica da parte della popolazione, i risultati campionari possono essere effettivamente meno corretti rispetto a qualche tempo fa. In questo senso, il momento migliore in Italia per correttezza di risultati è stato negli anni '90, poiché, in termini di rete telefonica, si era davanti a una copertura quasi totale della popolazione. Da fine anni '90 a oggi, però, sono emerse diverse distorsioni aggiuntive, legate al fatto che, innanzitutto, non tutti possiedono un telefono fisso e poi ai problemi connessi alla legge sulla privacy, grazie alla quale molti cittadini hanno potuto scegliere di non far diffondere il proprio contatto telefonico sugli elenchi ufficiali. La diffusione, inoltre, dei cellulari specialmente tra giovani e immigrati di recente migrazione ha progressivamente aumentato l'incapacità del tradizionale campione su rete domestica di essere realmente rappresentativo della popolazione. Questi sono problemi che permangono tutt'oggi, senza contare che ad essi si aggiunge la difficoltà del campionamento via internet, che non si pone più, come in passato, nei termini di un problema territoriale, quanto più come problema di "education" all'utilizzo del mezzo: in Italia soltanto il 50% dei cittadini usa internet e, di conseguenza, le fasce più deboli (anziani e persone con basso titolo di studio) non vengono così rappresentate. Detto questo, e tenuto conto delle distorsioni proprie dei sondaggi, questi continuano ad essere molto utilizzati, sia perché è sempre necessario movimentare il dibattito

sia perché qualche risultato anche approssimativamente significativo del giudizio della popolazione su una certa questione emerge sempre. È ovvio che non dobbiamo attenderci una precisione certosina, soprattutto a livello di sondaggio politico o preelettorale: esiste sempre un margine di errore alla stregua del 2/3%, che può fare la differenza dal punto di vista politico, specialmente per i partiti piccoli, ma non a livello statistico. E questo fa il gioco dei vari attori politici, naturalmente. Al netto dell'errore, quindi, la "vox populi" diventa interessante soprattutto dal punto di vista dell'incremento del dibattito, dal momento che, attraverso essa, si prova a cogliere l'atteggiamento generico prevalente della popolazione italiana o di sue fasce davanti a determinate tematiche. E' vero che i sondaggi sono nell'occhio del ciclone per alcune sviste legate ai mezzi di rilevazione o al campionamento, ma è anche vero che non si tratta di errori grossolani: un esempio ne è la situazione delle elezioni politiche del 2013, prima delle quali il Movimento Cinque Stelle era stimato al 21-22%, ma ha raggiunto, a urne aperte, ben il 25% delle preferenze. E' chiaro, poi, che "fa gioco" scagliarsi contro le stime dei sondaggi elettorali, poiché le conseguenze del risultato elettorale in Parlamento sono decisamente rilevanti. In questo senso, chi si fida troppo dei risultati dei sondaggi sbaglia, poiché essi servono a sottolineare dei macro fenomeni. Diverso, invece, è il discorso relativo a exit poll e proiezioni, dove l'errore di queste ultime se il campione è ben scelto, dovrebbe tendere allo zero. Ma il rischio di incappare in scivoloni clamorosi è sempre dietro l'angolo: si pensi all'erroraccio dell'Istituto Piepoli, il quale, in occasione delle elezioni del 2008 dava Silvio Berlusconi e Walter Veltroni praticamente alla pari nelle proiezioni. Tutti ricordiamo che le consultazioni, però, si conclusero con un vantaggio di circa 9 punti del primo sul secondo. Il punto è che, spesso, si utilizzano meccanismi di questo tipo per non smentire totalmente il risultato degli exit poll davanti alla prima proiezione.

Il che significa che, in qualche modo, la prima proiezione è "ritoccata"?

Sì, perché l'idea che ci siano progressivi "aggiustamenti" del risultato fornito tramite exit poll fino ad arrivare a quello definitivo ha un impatto mediatico è meno forte. Si tratta di scelte corrette, ovviamente, solo dal punto di vista comunicativo: l'effetto provocato da un mutamento di uno o due punti da una stima all'altra, è, infatti, ben diverso da quello innescato da una variazione netta di sette. L'obiettivo, insomma, è che, una volta fatto l'errore, lo si renda almeno il meno appariscente possibile.

Detto tutto questo, a suo avviso il sondaggio ha ancora presa su chi lo "guarda da casa", a fronte anche del calo in termini di auditel dei talk show?

Sì, poiché, al di là della correttezza delle stime, attraverso di esso la popolazione percepisce, ad esempio, che ci sono un partito o un'opinione più forte di altri. Certo, il pubblico sa bene che alcuni sondaggi provengono da una parte politica piuttosto che di un'altra, però, in linea generale, tutti gli istituti demoscopici registrano fenomeni effettivamente reali. In sostanza, i sondaggi ci dicono cosa pensiamo anche se non lo sapevamo! Dal punto di vista politico, poi, il "ventre molle" della popolazione, che non dispone di idee particolarmente stabilizzate, può costruirne una, accodandosi così al clima di opinione prevalente, soprattutto a fronte del fatto che, a livello politico, la percezione che la popolazione ha è che non ci sia stata, poi, una grande differenza tra i governi di centro-destra e quelli di centro-sinistra che si sono susseguiti negli ultimi anni.

Nel suo libro "Attenti al sondaggio!" si fa cenno anche alle possibilità offerte da Internet:

quali sono le differenze e le potenzialità del sistema di rilevazione via web rispetto a quello tradizionale?

Il web, di per sé, facilita l'abbassamento della distorsione di ciò che è "socialmente desiderabile" e, quindi, la correttezza delle risposte. soprattutto Davanti alla presenza fisica dell'intervistatore, infatti, nell'intervistato aumenta considerevolmente la tendenza ad offrire risposte molto più influenzate dal dato della desiderabilità. Attraverso il web, insomma, l'opinione rilevata è in sé più corretta, ma resta il grande problema del campionamento, per cui non vengono raggiunte intere classi sociali o del ciclo di vita. Il web ci serve più che altro se vogliamo rivolgerci a strati sociali specifici, come gli stessi utilizzatori del web, cui posso rivolgermi, con buone probabilità di ottenere risultati molto rappresentativi, se voglio condurre, per esempio, un'indagine sugli abbonati a certe riviste telematiche o sui visitatori di blog. Dal punto di vista delle tematiche politico-elettorali, invece, le differenze col sistema telefonico sono molto ampie. Si pensi alle ultime primarie del Partito Democratico: nel mondo degli internauti Pippo Civati godeva di un enorme favore, che, però, non si è tradotto concretamente in termini di voto.

A proposito di web ed internauti, focalizziamo l'attenzione sul fenomeno politico di questi ultimi anni: il Movimento Cinque Stelle. Come possiamo inquadrare episodi come le "Parlamentarie" o il sondaggio indetto per la scelta del candidato alla Presidenza della Repubblica?

Non si tratta ovviamente di sondaggi demoscopici. In questi casi siamo, piuttosto, davanti a una sorta di censimento degli iscritti al movimento. Sono consultazioni pari alle Primarie del Partito Democratico, solo effettuate per via telematica.

Parlando proprio di Primarie: in quale misura i votanti che vi partecipano sono rappresentativi dell'elettorato del partito?

Tutto dipende dal rapporto votanti/elettori. Nel caso del Pd, i risultati ottenuti a seguito di affluenze molto elevati, come la vittoria di Romano Prodi nel 2006, costituiscono un campione che ben rappresenta l'universo degli elettori di quella parte politica.

Apprendo le primarie a tutti, come usa fare il PD, non si corre, però, il rischio di ottenere risultati meno rappresentativi del proprio specifico elettorato?

In questo caso, bisogna capire in cosa si stia trasformando, a livello politico il PD. Anche perché è vero che molti dei votanti delle Primarie del 2012 non hanno partecipato alla tornata del 2013. Resta, però, che a mobilitarsi siano comunque prevalentemente persone appartenenti all'area di centro-sinistra. Per ciò che riguarda, invece, il M5S è ovvio che i circa 30000 iscritti al blog rappresentino un campione veramente molto basso, a fronte di una popolazione elettorale di circa 8 milioni di individui. E' però anche da considerare il fatto che le richieste alla base delle due votazioni sono differenti: un conto è proporre delle candidature parlamentari, altro è invitare a scegliere il proprio leader. Davanti a una linea politica poco forte e organizzata, un elettorato molto composito e una proposta politica incentrata solo su alcune tematiche, è ovvio che il M5S eserciti un controllo molto stretto sugli aventi diritto a questo tipo di votazioni. Per quanto riguarda Renzi, invece, va da sé che, è probabile che sia stato votato anche da molti ex elettori di centro destra, esattamente come molti ex elettori di centro-sinistra o della Lega Nord hanno riversato la propria scelta sul M5S durante le ultime

elezioni politiche.

Arriviamo ai social, i quali, oggi più che mai, sembrano far luce su tematiche anche politiche, di cui a volte i mezzi mainstream non si occupano. Come si rapporta il mondo del sondaggio a quello dei social? Possono questi essere ritenuti credibili nel loro tentativo di effettuare sondaggi, come prova a fare, ad esempio, *Voices from the Blogs*?

Grazie ai social, si è avviata una sorta di resurrezione del dibattito politico, per cui una discussione che, fino a poco tempo fa, si svolgeva in modo poco capillare e soprattutto poi nei circoli politici, ha ora la possibilità di estendersi in modo molto considerevole. Al contempo, però, si è rivitalizzato, anche il luogo comune. In questo senso, a mio avviso, è aumentata la superficialità.

Vero, però questo può dipendere anche dal limite di spazio utilizzabile. Twitter, per esempio, mette a disposizione dei suoi utenti soltanto 140 caratteri.

Sicuramente. Ma il mondo dei social mette semplicemente in luce qualcosa gli preesiste, ossia il fenomeno del dibattito politico ridotto a "tifo" e il pregiudizio come approccio a questioni politiche e non. I social, insomma, spesso rispecchiano una capacità argomentativa, per così dire, blanda insita in chi li usa, prima che li usi. Va, però, ricordato che, grazie ad essi, si è sviluppata un'enorme possibilità di approfondimento, soprattutto attraverso link a video e testi.

E il mondo del sondaggio può ritenere quello dei social un campione credibile?

No. *Voices from the blog*, per esempio, in occasione delle elezioni politiche del 2013, stimava la somma dei voti di M5S, Fare per Fermare il Declino e Rivoluzione Civile attorno al 30%, un dato assolutamente veritiero. Peccato che la composizione interna fosse totalmente sbagliata, poiché si attestava il movimento di Beppe Grillo al 18%, quello di Antonio Ingroia all'8% e quello di Oscar Giannino 5%. In quel contesto, invece, i risultati forniti dal sondaggio "classico" sono stati molto più precisi. *Voices From The Blogs*, in sostanza, ha rilevato il fatto che "qualcosa stesse cambiando", ma bisogna ammettere che, in quel periodo, non era certo difficile accorgersene. Anche in questo caso, insomma, il digital divide ha influito negativamente sui risultati di una rilevazione.

Twitter è un social molto politicizzato, che in Italia registra 4 milioni di utenti. Un eventuale incremento potrebbe modificare le tendenze che si rilevano ora sul social stesso?

Ovviamente sì. Nel frattempo, teniamo l'aspetto positivo del fatto che le persone lo utilizzino per discutere e informarsi maggiormente.

Se, quindi, la popolazione internauta registrasse un incremento numerico considerevole, il mondo demoscopico potrebbe rivolgersi ad essa in maniera più frequente?

Assolutamente sì. Direi che il futuro dovrebbe presentare, da un lato, un maggiore utilizzo di ricerche qualitativamente più approfondite, come la tecnica face to face, e, dall'altro, il ricorso ai campioni panel: in questo senso, il web dovrebbe sostanzialmente sostituire i vecchi sondaggi postali.

Arriviamo dunque alle elezioni europee del 2014, cosa è successo? Perché i sondaggi hanno nuovamente sbagliato?

Sono successe due cose. La prima è legata all'atteggiamento, per così dire, politico di una fascia precisa di elettori, quella che in numerose indagini emerge come *indecisa* tra il Movimento Cinque Stelle e il Partito Democratico. In questo senso, infatti, possiamo dire che c'è una quota di votanti – attestabile tra il 10% e il 15% – che manifesta propensione nei confronti di entrambi i partiti e per la quale, quindi, la scelta dipende dal momento storico e "cronachistico", dal sentiment rispetto alla campagna elettorale e alle parole d'ordine in essa presenti. Questa fascia, che ha un' "intention to vote" positiva, insomma, non è decisa al 100% e, anzi, sceglie come agire proprio nelle ultime settimane della campagna elettorale.

L'anno scorso, in occasione delle elezioni politiche, gran parte di questo insieme ha privilegiato il Movimento Cinque Stelle, ritenendo il PD troppo immobile e schiacciato dall'alleanza con Monti. Ricordiamo, inoltre, che Renzi aveva appena perso le Primarie con Bersani e che i cosiddetti renziani sono presenti in diverse aree politiche: anche per questo, nel febbraio 2013, abbiamo assistito a un aumento considerevole del consenso accordato al M5S, tutto a danno del PD. Le indagini preelettorali risalenti ad aprile 2014, invece, ipotizzavano un 20% di suffragi sicuri per il M5S, un 30% per il PD e un 10% di indecisi: è evidente che gran parte di questi ultimi abbia effettuato una scelta opposta rispetto all'anno passato, anche perché in questo momento l'afflato renziano è molto forte, Renzi è avvertito come "ultima spiaggia". E poi, molto probabilmente, sull'atteggiamento di voto degli indecisi ha influito negativamente anche l'atteggiamento di Grillo nei confronti della politica in generale e del Movimento in particolare: è, infatti, molto diffusa l'idea che sia troppo autoritario.

In conclusione, possiamo dire che questo primo fattore potesse essere previsto dai ricercatori.

Il secondo fenomeno che ha inciso sfavorevolmente sul mondo delle rilevazioni demoscopiche è, invece, relativo a quanto accaduto proprio in occasione delle elezioni politiche dell'anno scorso: in quel contesto, infatti, la preferenza espressa per il PD è stata sovradimensionata di 4/5 punti, perché gli stessi intervistati avevano l'impressione che la dichiarazione di scelta per i democratici fosse meno "impegnativa" di quella per il M5S. Memori dell'errore, insomma, questa volta molti analisti hanno optato per la prudenza.

A tal proposito: in un articolo comparso su Wired¹ il Prof. Biorcio ha dichiarato che i sondaggi, di fatto, avessero ben rilevato il possibile risultato del PD, ma che siano stati proprio i sondagisti a ritoccare la cifra in negativo

Certo, è andata così. Nell'arco del mese precedente le elezioni abbiamo effettuato circa 4000 interviste, i cui risultati attribuivano al Partito Democratico un 38,9% di voti, contro il 21% dei consensi raccolti dal M5S: il problema è che si fanno sempre correzioni più o meno evidenti a seconda del "sentiment" e del clima di opinione del momento. In passato, per esempio, era molto facile per gli intervistati dichiarare la propria intenzione di voto nei confronti dei Verdi – si pensi, infatti, al programma politico del gruppo – di conseguenza, prima di diffondere le stime, la quota emersa nei sondaggi veniva sistematicamente abbassata. Discorso contrario, invece, valeva per la DC: sempre sottostimata, in quanto il partito vecchio e dei "tromboni", al risultato scaturito dalle indagini si aggiungeva sempre qualcosina.

In un momento di grande confusione e di cambiamento dell'offerta politica come quello che stiamo vivendo, invece, la sedimentazione di questi "accorgimenti tecnici" non è stata ancora

¹ www.wired.it/attualita/politica/2014/05/26/elezioni-europee-perche-sondaggi-hanno-sbagliato

pienamente interiorizzata, non si è assestata e, quindi, ogni volta l'analista (o il ricercatore) deve decidere come comportarsi, tenendo conto di questo tipo di clima sociale, di questa maggiore disponibilità a dichiarare un voto piuttosto che un altro. Al dover comprendere se considerare una dichiarazione di voto "vera" o "presunta" si aggiungono, poi, i problemi tecnici, che vanno dalla scelta del campione, alla quota di indecisi che, per esempio, questa volta rappresentava una realtà molto considerevole. E, parlando di incertezza, non dobbiamo considerare unicamente quella tra preferenza per il PD o per il M5S, ma anche quella presente tra "voto" e "non voto".

Proprio in riferimento al "non voto": quale affluenza vi aspettavate?

Senza dubbio equivalente: ci si aspettava un 60% di votanti o poco sotto questa soglia ed è andata esattamente così, non c'è stato un particolare scostamento dalle ipotesi. Ciononostante, comunque, la dichiarazione di andare a votare o meno è un fenomeno molto controverso, nel senso che fa parte del problema di cosa sia "socialmente desiderabile".

E cos'è "socialmente desiderabile" oggi?

Dichiarare di andare a votare è ancora ritenuto importante e per questo, dai sondaggi, risultava una quota un po' più bassa di potenziali astensionisti (tra 25% e 30%). Ma, per quanto riguarda questo aspetto, non esistono particolari difficoltà dal punto di vista dell'*aggiustamento* del dato: sempre secondo "formuletta", si aggiunge, infatti, un 5% al totale, poiché la percentuale complessiva si è ormai stabilizzata nel tempo. Inoltre, il non recarsi ai seggi non è più socialmente considerato un "demerito" – a differenza, per esempio, di quanto accadeva negli anni '60 – e, soprattutto tra i giovani, è forte la tendenza a scegliere questa opzione. Al di là di tutto, però, il problema vero è che per le elezioni politiche la probabilità di andare a votare è nota a priori, mentre, in occasioni come questa, confluiscono "problematiche europee" che, vengono avvertite maggiormente da alcuni e meno da altri: basti pensare, in questo senso, alla Lega e al suo elettorato! Va detto, poi, che in questo quadro si è innescata anche questa forte credenza che il governo Renzi non sia "ratificato dal popolo", una leva importante questa, che ha spinto a votare molti "renziani", proprio per ribadire il proprio sostegno al premier.

Possiamo quindi affermare che, nonostante le consultazioni fossero europee, il voto italiano sia stato anche, in buona parte, "sul governo"?

Sì, soprattutto per quanto riguarda i favorevoli: non è un caso che anche molti degli indecisi (ma pur sempre sostenitori di Renzi) alla fine abbiano preferito recarsi alle urne. Va però detto anche che, analizzando le preferenze raccolte dal PD in questa tornata elettorale, il partito ha perso un milione e mezzo di voti rispetto al risultato raggiunto da Veltroni nel 2008. Certo, ne ha guadagnati tre milioni dall'anno scorso, ma il punto, in questo senso, è che si sono astenuti gli altri! Stimando il vantaggio del PD sul M5S – 8 punti invece dei circa 20 finali – i sondaggi hanno sbagliato, c'è poco da dire. Ma questo errore madornale è senz'altro attribuibile a tutti gli elementi visti fin qui.