

ELETTORI INDECISI, ELETTORI FLUTTUANTI: CHE VOLTO HANNO I «BILANCIERI» DEL VOTO? I CASI ITALIANO E FRANCESE

di Mauro Barisione

In un sistema d'alternanza, un tipico esito elettorale è quello in virtù del quale il partito o la coalizione vincente accede alle funzioni di governo grazie ad un margine di voti esiguo, sufficiente tuttavia a fare la differenza rispetto alla coalizione avversaria e, magari, rispetto al proprio risultato delle elezioni precedenti. Se, tuttavia, i punti percentuali che una coalizione acquista (o perde) da un'elezione all'altra sono attribuibili a una pluralità di fattori (dal ricambio generazionale degli elettori, alla multidirezionalità dei flussi di voto, al peso di volta in volta variabile dell'astensionismo) più complessi di quelli rilevabili con una semplice operazione algebrica (del tipo: «35% all'elezione e_1 , 40% all'elezione e_2 , uguale 5% di nuovi elettori»), resta però assai plausibile che le differenze percentuali tra una coalizione e l'altra ad un dato scrutinio possano essere determinate dal comportamento di una minoranza di elettori «marginali». E ciò è tanto più plausibile quanto più decisivi si rivelano quei seggi aggiudicati alla coalizione vincente, collegio per collegio, sulla base di pochi voti di scarto, sovente frutto di scelte effettuate da elettori rimasti indecisi fino all'ultimo momento¹.

Gli elettori che abbiamo dunque definito «marginali» – suscettibili di far pendere con il proprio comportamento di voto una maggioranza politica in un senso o nell'altro – identificano in effetti quei «segmenti critici» dell'elettorato cui sono rivolti in misura crescente gli sforzi persuasivi degli attori politici nel corso delle campagne elettorali. Per riprendere una metafora correntemente utilizzata dal marketing politico, gli elettori mar-

¹ Nelle elezioni politiche italiane del 1996, in particolare, furono ben 45 i collegi «marginali» in cui lo scarto fra il primo e il secondo candidato era inferiore ad un punto percentuale, 156 quelli in cui esso era inferiore ai quattro punti percentuali (D'Alimonte e Bartolini 1997).

ginali costituiscono (insieme agli elettori tentati dall'astensione) la più ambita fascia di mercato potenziale nell'ambito del *political campaigning* e rappresentano il «target» privilegiato di ogni strategia di comunicazione volta a intercettare e persuadere nuovi elettori.

Ma quali elettori precisamente possono essere definiti «marginali»? In una frase, si potrebbe rispondere così: i più fluttuanti fra gli elettori in movimento e i più tardivi fra gli elettori indecisi. Nel primo caso – per essere più circostanziati – non ci si riferirà insomma a quegli elettori che si sono «limitati» a passare da un partito all'altro nell'ambito di una stessa coalizione (movimento *entro* i blocchi), bensì a coloro che, nell'arco di alcune elezioni consecutive su scala nazionale, hanno votato almeno una volta per liste o candidati appartenenti a coalizioni avversarie (movimento *tra* blocchi). Fra i secondi, si considereranno in particolar modo quegli elettori indecisi fino all'ultimo momento, operanti la loro scelta di voto solo in conclusione di campagna elettorale, o addirittura una volta entrati in cabina.

Ammesso (ma empiricamente ancora non concesso) che elettori fluttuanti fra centro-destra e centro-sinistra ed elettori indecisi fino all'ultimo momento siano assimilabili in una sola categoria di elettori «marginali» – che «volto» hanno mediamente questi elettori? Qual è il loro profilo sociologico, quale il loro livello d'informazione e quali, soprattutto, i loro atteggiamenti verso la politica?

Questa prima domanda ci serve su un piano teorico per situare correttamente gli elettori marginali su quel continuum che negli studi sull'opinione pubblica procede da un polo del «minimalismo» (luogo caratterizzato da livelli minimi di informazione e di attenzione per la politica, nonché da livelli minimi di padronanza, stabilità e coerenza nell'impiego dei concetti politici astratti; Converse 1964) a un polo della «sostanziazione» (dove idealmente si trova invece il cittadino interessato e partecipe alla politica, dotato di un sistema di credenze solide e scarsamente influenzabile da una pur elevata esposizione ai media, meno sensibile ai richiami persuasivi di tipo simbolico che a un'argomentazione ragionata, attento ai contenuti dell'azione politica; Luskin 1990). Su un piano più applicativo, tale domanda può fornire un utile strumento di lettura delle fasi avanzate di una campagna elettorale, in tutti quei casi in cui, per esempio, i sondaggi attribuiscono una parità sostanziale alle due principali coalizioni politiche, e l'adozione da parte di queste

della più appropriata comunicazione «di conquista» può diventare il fattore decisivo per un'affermazione finale alle urne (Barisione e Mannheim 1999).

L'altra domanda di fondo che ci si deve porre nell'analisi di questa categoria di elettori riguarda la ricerca e la definizione di un adeguato modello descrittivo ed esplicativo del voto «marginale». Su cosa basano tali elettori la loro scelta di voto? A che meccanismi risponde il loro processo decisionale? Tale questione richiede una riflessione sulla pertinenza dei molteplici modelli teorici elaborati nell'ambito degli studi sul comportamento elettorale tanto americani quanto italiani allo scopo di individuare le determinanti di breve periodo del voto, cioè i fattori ritenuti all'origine di una certa fluidità delle scelte di voto in una data congiuntura politica. Inoltre, pur sapendo che i dati a nostra disposizione non consentiranno verifiche decisive al riguardo, sarà doveroso domandarsi se la sola alternativa ai tradizionali modelli di voto fondati su una prospettiva di tipo «determinista» (riassunti in Italia dal modello del voto «d'appartenenza»; Parisi e Pasquino 1977) sia rappresentata da quei modelli che fanno appello in una maggiore o minore misura ad un oposto assunto «razionalista» (fra questi, l'altro principale modello elaborato dai due autori italiani, quello del voto «d'opinione»)² e se non sia invece il caso di riflettere ad un modello che renda più efficacemente conto del peculiare processo di *decision-making* degli elettori marginali, ispirato ad una terza ipotesi che potremmo forse definire «impressionista».

I casi di studio: Italia – elezioni politiche 1996; Francia – elezioni legislative 1997

Per affrontare concretamente le questioni che ci siamo poste, può essere particolarmente proficuo tornare ad analizzare – facendo un salto all'indietro di qualche anno – due casi esemplari in cui gli elettori marginali hanno assunto le sembianze dei «bilancieri»: le elezioni politiche italiane del 1996 e le elezioni legislative francesi del 1997³.

² Una lettura dei modelli di comportamento politico e elettorale in termini – ispirati alla teoria epistemologica di Kuhn (1972) – di paradigma determinista e paradigma razionalista è proposta in particolare da Boy e Mayer (1990, 204).

³ Nel caso italiano, un ruolo decisivo è stato giocato anche da quegli elettori che

Fra i molteplici elementi di affinità tra queste due elezioni, si possono segnalare innanzi tutto i seguenti. In primo luogo, l'esito di entrambe è stato designato all'ultimo momento, dopo una lunga fase di parità sostanziale tra le principali coalizioni, come rilevato dalla gran parte dei sondaggi preelettorali, che mettevano in evidenza come il risultato delle urne dipendesse in larga misura dalle scelte degli elettori ancora indecisi. Si ricorderà anzi come sia nel caso italiano sia nel caso francese, le coalizioni ritenute maggiormente suscettibili di vincere le elezioni erano quelle di centro-destra, risultate poi sconfitte il giorno dello scrutinio. Questa prima riflessione spiega quindi la decisione di attribuire una tale rilevanza analitica al «tipo» dell'elettore indeciso.

In secondo luogo, entrambe si sono svolte in sistemi politici accomunati dall'adozione (pluridecennale o recente, qui poco importa) di una logica tendenzialmente bipolare e dalla presenza di un sistema elettorale di tipo maggioritario (*in toto* o – nel caso italiano – in larga parte). Ciò attribuisce alle odierne competizioni elettorali nei due paesi molto più la funzione di determinare il colore politico dell'esecutivo che quella di garantire alle singole forze politiche una rappresentanza parlamentare proporzionale al consenso riscosso fra gli elettori. La competizione che conta, insomma, è in entrambi i casi quella tra coalizioni che aspirano ad ottenere la maggioranza di seggi necessaria a formare un governo, non quella fra partiti che mirano ad ottenere qualche punto percentuale in più rispetto alle elezioni precedenti. In quest'ottica, gli elettori che passano da un partito all'altro nell'ambito della stessa famiglia politica non incidono sulla possibilità di un'alternanza al governo più degli elettori fedeli a uno stesso partito; al contrario, coloro che «fluttuano» di elezione in elezione fra una coalizione e l'altra possono contribuire – talvolta in modo determinante – a spostare da un lato o dall'altro il peso della bilancia elettorale.

Detto questo, si può dunque procedere ad un'analisi parallela (ma non pienamente comparativa, a causa della non perfetta omogeneità delle variabili utilizzate) dei dati dei due paesi, cominciando col selezionare gli elettori marginali all'interno dei campioni di riferimento, relativamente a tutti quegli intervistati

per la camera hanno «disgiunto» il voto proporzionale da quello maggioritario (D'Alimonte e Bartolini 1997, Natale 1997). Tuttavia, il loro numero nel campione utilizzato è assolutamente insufficiente per permettere una qualsivoglia analisi statistica.

TAB. 1

ITALIA		FRANCIA	
Itinerario di voto 1994/1996	%	Itinerario di voto 1995/1997	%
<i>Elettori «fluttuanti» fra blocchi</i>	10,9	<i>Elettori «fluttuanti» fra blocchi</i>	10,7
Mossi entro blocchi	22,6	Mossi entro blocchi	30
Statici	66,5	Statici	59,3
	% 100		% 100
Base (espressi)	(2.006)	Base (espressi)	(2.165)

che hanno votato ad entrambe le elezioni e che hanno espresso la loro scelta di voto agli intervistatori⁴.

Per quanto concerne la tabella 1, si può osservare che sia nel caso italiano, sia in quello francese, gli elettori che hanno dichiarato di essersi mossi fra blocchi politici diversi rappresentano circa il 10% dei votanti e degli espressi, confermandosi un gruppo quantitativamente «marginale», benché politicamente «pesante» (Cayrol 1986, 180)⁵.

⁴ Trattandosi di due soli scrutini, sono stati esclusi coloro che si sono astenuti anche solo una volta, così come è stata esclusa l'«area oscura» (vedi Mannheim 1989) dei «Non ricordo», «Non risponde», ecc.

I dati sono tratti dalla survey post-elettorale Itanes compiuta dall'Istituto Cattaneo per via telefonica fra il 2 e il 20 maggio 1996 su un campione di 2502 italiani in età di voto, e dalla survey Cevipof compiuta dalla *Fondation Nationale des Sciences Politiques* per via telefonica fra il primo e il secondo turno delle elezioni legislative del 1997 su un campione di 3010 francesi in età di voto.

⁵ Naturalmente, il ridislocamento dell'offerta elettorale fra il '94 e il '96 in Italia ha comportato – come in tutte le ricerche di questo tipo – dei seri problemi metodologici. Da qui la scelta pressoché inevitabile di ricostruire l'itinerario di voto degli elettori a partire dalle loro scelte nello scrutinio proporzionale, e di selezionare non solo coloro che sono passati da un partito rispettivamente dei Progressisti o del Polo nel '94 a un partito del Polo o dell'Ulivo nel '96, ma anche coloro che nel '94 avevano votato al proporzionale per la Lega o per un partito di centro del Patto per l'Italia (Ppi o Patto Segni), e che nel '96 hanno votato per un diverso partito della coalizione di centro-sinistra o di centro-destra (esclusa la Lista Dini che, assente nel 1994, è stata considerata come una scelta in continuità con un voto precedente per il Patto per l'Italia). Nel caso francese, la selezione degli elettori fluttuanti è stata operata invece – pur consapevoli della differente natura delle due elezioni – a partire dal primo turno dell'elezione presidenziale del 1995 e dal primo turno delle elezioni politiche del 1997. Un itinerario di movimento fra blocchi è stato qui considerato quello degli elettori il cui voto è fluttuato nell'arco delle due consultazioni da un partito o un candidato di sinistra (PS, *Divers Gauche*, PC, *Verts*, *Extrême Gauche*) a uno della destra moderata (Udf, Rpr, *Droite Indépendante*) o del *Front National*, in qualunque delle direzioni possibili. Formano invece due gruppi separati gli elettori che si sono mossi all'interno di una coalizione – ma si è sottolineato come per certi aspetti il loro comportamento di elettori «fedeli» a una coalizione non differisca in modo significativo da quello degli elettori fedeli a un partito

TAB. 2

ITALIA		FRANCIA	
Momento della scelta di voto 1996	%	Momento della scelta di voto 1997	%
<i>Elettori «indecisi» (decisione «in cabina»)</i>	9,1	<i>Elettori «indecisi» (decisione «all'ultimo momento»)</i>	22
Decisione ultima settimana	18,5	Decisione durante la campagna	13,8
Decisione qualche settimana prima	15,4		
<i>Elettori «risoluti» (decisione «molto tempo prima»)</i>	57	<i>Elettori «risoluti» (decisione «da molto tempo»)</i>	64,2
	% 100		% 100
Base (espressi)	(2.461)	Base (espressi)	(2.902)

La tabella 2 identifica invece l'altra componente dell'elettore marginale, quella rappresentata da coloro che prendono la loro decisione al momento stesso del voto⁶. Osservando i dati della tabella, si nota nei due paesi una netta maggioranza (57% in Italia, 64% in Francia) di elettori che sapevano già molto tempo prima per chi avrebbero votato, cui non segue però un'altrettanto netta articolazione degli elettori più indecisi. Coloro che si decidono all'ultimo momento, infatti, rappresentano una porzione ben più rilevante dell'elettorato francese (22%) che di quello italiano (9%), dove invece prevalgono nettamente gli elettori che hanno fatto la loro scelta durante la campagna elettorale. Questo fatto dovrebbe spiegarsi, oltre che con fattori attinenti a struttura e formulazione della domanda (4 *items* nel-

– e gli elettori statici, che per l'appunto hanno confermato la propria scelta di voto ad entrambi le consultazioni. Come si può notare, sia in Italia sia in Francia sono questi ultimi a rappresentare il gruppo maggioritario.

⁶ La ripartizione dell'elettorato rispetto alla variabile «tempo» della scelta di voto risulta tuttavia piuttosto articolata. Se è infatti logico contrapporre agli elettori indecisi fino all'ultimo momento (che sono qui il *focus* specifico della ricerca) gli elettori certi o «risoluti» nella loro scelta di voto da molto tempo prima del giorno delle elezioni, resta tuttavia rilevante la presenza di una fascia intermedia di elettori che si decidono nel corso della campagna, una o poche settimane prima del voto. Contrariamente agli elettori in movimento entro i blocchi rispetto a quelli fluttuanti tra blocchi, questi elettori relativamente indecisi non differiscono concettualmente dal primo gruppo di indecisi fino all'ultimo, salvo per il fatto di situarsi in una posizione meno estrema nel continuum ideale indecisione-risolutezza. L'ipotesi, insomma, è che essi presentino tendenzialmente gli stessi atteggiamenti degli elettori «marginali», anche se in proporzioni meno nette di questi ultimi, e che tali atteggiamenti siano in qualche misura quelli di un elettorato «potenziale» aperto (o esposto) all'influenza della dimensione «relazionale» dell'offerta elettorale, vale a dire della comunicazione politica di partiti, coalizioni e candidati nel corso della campagna.

TAB. 3. *Momento della decisione di voto per elettori fluttuanti e elettori statici*

a) Italia – Elezioni politiche 1996			
	Fluttuanti	Statici	Totale
Decisione in cabina o nell'ultima sett.	59,3	19,1	24,6
Decisione molto tempo prima	40,7	80,9	75,4
%	100	100	100
(N)	(182)	(1.158)	(1.340)

b) Francia – Elezioni legislative 1997			
	Fluttuanti	Statici	Totale
Decisione all'ultimo momento	50,9	11,6	16,8
Decisione molto tempo prima	49,1	88,4	83,2
%	100	100	100
(N)	(175)	(1.161)	(1.336)

la domanda del questionario italiano, 3 in quella francese; l'ultimo *item* suona «In cabina elettorale» nel primo caso, «All'ultimo momento» nel secondo), con l'eccezionale rapidità della campagna per le elezioni politiche francesi del 1997, indette dal presidente della Repubblica Jacques Chirac dopo un estemporaneo scioglimento delle camere che ha avuto l'effetto di disorientare gli elettori, una porzione dei quali è rimasta incerta fino all'ultimo sul comportamento da assumere.

A questo punto, è già possibile operare una prima verifica della relazione ipotizzata fra i fenomeni dell'indecisione e del movimento elettorale (nella versione specifica del movimento fra blocchi). L'ipotesi iniziale non è certo quella di un'identità sovrapposta di elettori indecisi e fluttuanti (come sarebbe se tutti gli elettori fluttuanti si decidessero all'ultimo momento e se tutti gli elettori indecisi finissero fare una scelta agli antipodi di quella precedente), bensì quella di una sorta di contiguità logica – soprattutto in termini di atteggiamenti nei confronti della politica – fra questi due tipi di elettori. A questo scopo, un'indicazione significativa ci sarà già fornita dal valore della relazione rilevata dalla tavola di contingenza che incroci le due variabili, come nella tabella 3⁷. Sia nel caso italiano, sia in quello

⁷ Da questo momento in avanti, il gruppo di elettori indecisi su cui verrà condotta

francese, gli elettori indecisi saranno comparati ai «risoluti», cioè a coloro che si sono decisi molto tempo prima del voto. A loro volta, gli elettori statici costituiranno il termine di paragone privilegiato degli elettori fluttuanti fra blocchi.

La relazione è dunque molto netta in entrambi i casi (V e Phi di Cramer .320 per l'Italia, .354 per la Francia), e indica in sostanza che fra gli elettori fluttuanti coloro che si decidono molto tardi sono assai più numerosi che fra gli elettori statici all'interno di una coalizione. In altri termini, gli indecisi fino alla fine della campagna rappresentano una proporzione importante degli stessi elettori fluttuanti, visibilmente almeno la metà (51-59%). Con la loro discreta similitudine, il caso italiano del '96 ed il caso francese del '97 tendono insomma a confermare l'esistenza di una relazione forte tra il fenomeno dell'indecisione e quello della «volatilità» tra coalizioni⁸. A seconda che si assuma come variabile indipendente l'indecisione o la volatilità, infatti, si può affermare che il fatto di rinviare la propria scelta all'ultimo momento favorisce un voto di rottura rispetto al proprio comportamento elettorale precedente, e che il fatto di aver votato per partiti appartenenti a coalizioni diverse o opposte è indice di una scelta effettuata più spesso in conclusione di campagna. Estendendo tale relazione alla competizione maggioritaria, se ne possono sintetizzare le conclusioni nel modo seguente: chi si decide all'ultimo ha molte più probabilità degli altri di scegliere una coalizione di governo diversa da quella scelta in precedenza. In realtà, una generalizzazione di questa portata non potrebbe sostenersi sulle sole tavole di contingenza di cui sopra, ma anticipa in qualche modo i risultati delle regressioni logistiche che saranno proposte più avanti.

Per ciascuno dei due gruppi di elettori «marginali» si osservino ora le tabulazioni incrociate condotte con una serie di variabili relative agli atteggiamenti nei confronti della politica e

l'analisi sarà costruito a partire dalle prime due modalità della variabile relativa al momento della scelta di voto nel caso italiano, e alla prima modalità nel caso francese. L'aggregazione degli intervistati italiani che affermano di essersi decisi nell'ultima settimana a coloro che si sono decisi «in cabina» risponde ad esigenze di maggiore affidabilità statistica dei risultati, nonché di maggiore omogeneità quantitativa fra i due casi di studio cross-nazionali. Analisi preliminari hanno peraltro confermato l'elevata affinità fra i due gruppi rispetto alle variabili considerate.

⁸ I termini «movimento», «volatilità», «fluidità» sono qui utilizzati come sinonimi. A scopo di abbreviazione, nelle tabelle gli elettori in movimento fra blocchi sono definiti semplicemente «fluttuanti». Per maggiori precisazioni lessicali sull'argomento, si veda Corbetta *et al.* (1996).

TAB. 4. Italia – Confronto fra gli atteggiamenti politici e le caratteristiche socio-demografiche di elettori indecisi e elettori risolti nella loro scelta di voto nel 1996, e di elettori fluttuanti fra blocchi e elettori statici fra il 1994 e il 1996

	Indecisi	Risolti	Fluttuanti	Statici
<i>Interesse per la politica</i>				
Si interessa	31,0	58,3	44,3	55,8
Non si interessa	69,0	41,7	55,7	44,2
%	100	100	100	100
(N)	(680)	(1.400)	(219)	(1.329)
<i>Interesse per la campagna</i>				
Si interessa	51,0	78,0	65,8	77,0
Non si interessa	49,0	22,0	34,2	23,0
%	100	100	100	100
(N)	(682)	(1.398)	(219)	(1.330)
<i>Lettura articoli politica durante campagna</i>				
Sì	62,6	77,8	73,9	78,3
No	37,4	22,2	26,1	21,7
%	100	100	100	100
(N)	(682)	(1.400)	(218)	(1.333)
<i>Frequenza visione TG</i>				
Tutti i giorni	70,8	81,1	72,9	79,4
Non tutti i giorni, mai	29,2	18,9	27,1	20,6
%	100	100	100	100
(N)	(661)	(1.373)	(214)	(1.308)
<i>Frequenza con cui ha seguito dibattiti alla TV</i>				
Spesso	31,1	57,6	40,2	54,0
Non spesso o mai	68,9	42,4	59,8	46,0
%	100	100	100	100
(N)	(682)	(1.401)	(219)	(1.333)
<i>Ha visto il dibattito fra Prodi e Berlusconi alla TV</i>				
Sì	35,9	52,8	40,5	50,8
No	64,1	47,2	59,5	49,2
%	100	100	100	100
(N)	(680)	(1.395)	(215)	(1.326)
<i>Voto a Prodi</i>				
Insufficiente	28,5	35,4	32,4	33,0
Sufficiente	71,5	64,6	67,6	67,0
%	100	100	100	100
(N)	(648)	(1.374)	(213)	(1.310)
<i>Voto a Berlusconi</i>				
Insufficiente	48,6	50,1	38,2	52,4
Sufficiente	51,4	49,9	61,8	47,6
%	100	100	100	100
(N)	(673)	(1.386)	(217)	(1.326)

TAB. 4. (segue)

	Indecisi	Risoluti	Fluttuanti	Statici
<i>Sentimento di vicinanza a un partito</i>				
Sì	65,0	89,9	78,6	92,0
No	35,0	10,1	21,4	8,0
%	100	100	100	100
(N)	(648)	(1.380)	(210)	(1.308)
<i>Orientamento politico in caso di nuove elezioni</i>				
Sì	28,8	76,1	49,3	68,4
No	71,2	23,9	50,7	31,6
%	100	100	100	100
(N)	(633)	(1.323)	(205)	(1.257)
<i>Ricorda nome candidato proprio collegio</i>				
Sì	21,9	39,9	25,5	37,3
No	78,1	56,1	74,5	62,7
%	100	100	100	100
(N)	(652)	(1.338)	(212)	(1.306)
<i>Frequenza con cui parla di politica</i>				
Spesso	26,6	49,9	36,5	46,9
Non spesso, mai	73,4	50,1	63,5	53,1
%	100	100	100	100
(N)	(488)	(1.141)	(167)	(1.097)
<i>Votare per candidato senza guardare etichetta di partito</i>				
D'accordo	61,0	47,3	60,7	50,2
Non d'accordo	39,0	52,7	39,3	49,8
%	100	100	100	100
(N)	(666)	(1.369)	(214)	(1.309)
<i>Autocollocazione sinistra-destra</i>				
Sinistra	16,0	25,1	14,6	27,4
Centro-sinistra	29,6	25,6	25,5	27,1
Centro	19,4	9,4	20,3	10,3
Centro-destra	17,6	22,7	23,6	20,3
Destra	8,2	13,1	9,9	11,7
Rifiuta di collocarsi	9,2	4,1	6,1	3,3
%	100	100	100	100
(N)	(649)	(1.377)	(212)	(1.316)
<i>Voto proporzionale 1996</i>				
Ppi	10,3	6,2		
RI	5,6	3,3		
Pds	20,5	33,5		
Prc	9,2	8,9		
FI	18,1	18,8		
Ccd/Cdu	3,8	2,9		
AN	10,3	18,5		
Lega Nord	13,6	5,2		
Lista Pannella	2,7	1,3		
Verdi	6,0	1,4		
%	100	100		
(N)	(649)	(1.377)		

TAB. 4. (segue)

	Indecisi	Risolti	Fluttuanti	Statici
<i>Voto maggioritario 1996</i>				
Ulivo	55,1	54,2		
Polo	34,3	42,1		
Lega	10,6	3,8		
%	100	100		
(100)	(470)	(1.167)		
<i>Voto maggioritario 1994</i>				
Progressisti	42,1	56,0		
Polo	49,9	40,1		
Patto per l'Italia	8,1	4,0		
%	100	100		
(N)	(335)	(986)		
<i>Genere</i>				
Uomo	41,6	57,2	62,1	54,5
Donna	58,4	42,4	37,9	45,5
%	100	100	100	100
(N)	(682)	(1.401)	(219)	(1.333)
<i>Età</i>				
18-34	42,3	31,9	41,1	35,0
35-49	35,5	38,8	36,1	39,1
60-64	17,7	20,1	17,4	17,9
65 e più	4,5	9,2	5,5	8,0
%	100	100	100	100
(N)	(649)	(1.377)	(212)	(1.316)
<i>Livello di istruzione</i>				
Superiore (diploma o più)	46,0	56,5	50,7	56,9
Inferiore	54,0	43,5	49,3	43,1
%	100	100	100	100
(N)	(681)	(1.400)	(219)	(1.331)
<i>Frequenza con cui va a messa</i>				
Spesso	56,5	46,8	51,9	45,0
Non spesso o mai	43,5	53,2	48,1	55,0
%	100	100	100	100
(N)	(593)	(1.208)	(181)	(1.160)

del voto. Più che le classiche *variables lourdes* di matrice socio-logica – già approfonditamente analizzate in altri contributi (Zucchini 1997, Segatti 1997) e qui rappresentate solo da genere, età, livello di istruzione e pratica religiosa – si tratta quindi di quelle variabili d'ordine più direttamente politico (o «psico-politico») relative agli orientamenti e ai comportamenti degli intervistati rispetto alla campagna elettorale, ai partiti politici,

ai candidati, ai mezzi d'informazione, agli schieramenti ideologici, fino all'oggetto stesso della scelta di voto. Fra le numerose variabili di questo tipo presenti nelle due survey, saranno selezionate quelle che presentano degli scarti più significativi fra i sotto-gruppi di elettori considerati e gli altri gruppi di riferimento⁹.

La prima indicazione decisiva ci è fornita da una variabile classica nelle inchieste elettorali, quella sull'interesse per la politica e per le campagne elettorali. I risultati fanno qui chiarezza su un punto abitualmente controverso: chi attende fino all'ultimo per decidersi, nella maggior parte dei casi non lo fa perché sospinto da un interesse per la politica superiore alla media, come secondo quell'ipotesi di senso comune che attribuisce ai «*late deciders*» la propensione a una più attenta e prolungata valutazione dei programmi elettorali dei partiti o dei candidati concorrenti. Al contrario, il dato che emerge con forza è quello di un tendenziale disinteresse nei confronti della politica degli elettori indecisi, come indicato dallo scarto di circa 27 punti percentuali (69% degli indecisi contro 42% dei risolti) fra coloro che si dichiarano sostanzialmente non interessati alla politica nei due gruppi di elettori italiani. Nella stessa direzione vanno anche i risultati dell'inchiesta francese (vedi tab. 5), con uno scarto di 22 punti fra indecisi e risolti, questi ultimi annoverando sempre una maggioranza di persone che dichiarano di interessarsi alla politica¹⁰.

Per quanto riguarda l'altra componente degli elettori marginali, sia nel caso italiano sia in quello francese, gli elettori fluttuanti fra blocchi mostrano dei lineamenti più sfumati rispetto alla variabile considerata. Infatti, se in entrambi i casi essi sembrano maggioritariamente non interessati alla politica, la differenza rispetto agli elettori statici è meno netta di quella rilevata fra indecisi e risolti, essendo di circa 15 punti nel campione

⁹ L'analisi sarà condotta quasi esclusivamente in termini di relazioni fra sottogruppi e fra variabili, poiché le percentuali assolute non identificherebbero le frequenze reali nella popolazione. Il livello non trascurabile di «mortalità» del panel su cui è stata condotta la ricerca ha infatti prodotto nel campione finale alcune distorsioni, dovute essenzialmente alla sottorappresentazione finale degli anziani e delle persone meno istruite (vedi Corbetta e Parisi 1997, 364).

¹⁰ Del resto, relazioni analoghe emergevano già dai primi studi sul comportamento elettorale; Lazarsfeld *et al.* (1944) rilevavano che «la mancanza d'interesse ritarda la decisione di voto finale», mentre Campbell *et al.* (1960) mettevano in luce il più scarso interesse per la politica degli «indipendenti», gli elettori non identificati con i due partiti principali.

TAB. 5. Francia – Confronto fra atteggiamenti politici e caratteristiche socio-demografiche di elettori indecisi e elettori risolti nella loro scelta di voto nel 1997, e di elettori fluttuanti fra blocchi e elettori statici fra il 1995 e il 1997

	Indecisi	Risolti	Fluttuanti	Statici
<i>Interesse per la politica</i>				
Si interessa	33,6	55,4	41,1	56,9
Non si interessa	66,4	44,6	58,9	43,1
%	100	100	100	100
(N)	(639)	(1.862)	(231)	(1.284)
<i>Fiducia in chi per governare il paese</i>				
Nella sinistra	16,9	32,8	15,8	36,8
Nella destra	17,9	30,6	25,0	35,7
Né nella sinistra né nella destra	65,2	36,6	59,2	27,4
%	100	100	100	100
(N)	(627)	(1.836)	(228)	(1.279)
<i>Pensa che la situazione economica del paese</i>				
Migliorerà	43,6	61,0	44,3	65,3
Peggiorerà	56,4	39,0	55,7	34,7
%	100	100	100	100
(N)	(264)	(874)	(106)	(636)
<i>I politici si preoccupano della gente</i>				
D'accordo	13,1	22,0	13,9	25,8
Non d'accordo	86,9	78,0	86,1	74,2
%	100	100	100	100
(N)	(636)	(1.856)	(231)	(1.277)
<i>Grado di vicinanza a un partito</i>				
Vicino	16,3	46,1	20,3	49,5
Lontano	83,7	53,9	79,7	50,5
%	100	100	100	100
(N)	(637)	(1.860)	(231)	(1.281)
<i>Direbbe che le proposte del PS e dell'Udf/Rpr sono:</i>				
Diverse	36,8	50,2	45,6	53,3
Non diverse	63,2	49,8	54,4	46,6
%	100	100	100	100
(N)	(622)	(1.824)	(228)	(1.266)
<i>Auspica un ruolo importante per Juppé</i>				
Sì	23,1	23,5	22,1	26,5
No	76,9	76,5	77,9	73,5
%	100	100	100	100
(N)	(624)	(1.826)	(231)	(1.277)
<i>Auspica ruolo importante per Jospin</i>				
Sì	47,4	47,9	47,2	49,1
No	52,6	52,1	52,8	50,9
%	100	100	100	100
(N)	(624)	(1.827)	(229)	(1.276)

TAB. 5. (segue)

	Indecisi	Risolti	Fluttuanti	Statici
<i>Ha preso in considerazione di votare diversamente</i>				
Si	35,1	26,7	34,1	16,9
No	64,9	73,3	65,9	83,1
%	100	100	100	100
(N)	(630)	(1.852)	(229)	(1.282)
<i>Autocollocazione sinistra-destra</i>				
Più di sinistra	34,4	44,5	30,7	46,0
Più di destra	22,5	38,8	31,6	42,2
Né di sinistra né di destra	43,1	16,8	37,7	11,8
%	100	100	100	100
(N)	(627)	(1.820)	(231)	(1.284)
<i>Voto 1° turno 1997</i>				
PC + Estrema sinistra	11,7	12,9		
PS + Altri sinistra	27,9	31,7		
Verdi	18,1	5,1		
Rpr + Udf	24,5	36,3		
Altri destra	6,9	4,4		
Front National	10,9	9,6		
%	100	100		
(N)	(376)	(1.354)		
<i>Genere</i>				
Uomo	42,1	50,0	48,5	49,4
Donna	57,9	50,0	51,5	50,6
%	100	100	100	100
(N)	(639)	(1.862)	(231)	(1.285)
<i>Età</i>				
18-34	40,2	26,1	30,7	22,3
35-49	32,6	27,7	31,2	28,6
50-64	15,6	21,1	22,1	23,7
65 e più	11,6	25,2	16,0	25,4
%	100	100	100	100
(N)	(639)	(1.862)	(231)	(1.285)
<i>Livello di istruzione</i>				
Superiore (diploma o più)	36,3	35,2	25,1	35,3
Inferiore	63,7	64,8	74,9	64,7
%	100	100	100	100
(N)	(639)	(1.862)	(231)	(1.285)
<i>Frequenza con cui va alla messa</i>				
Spesso	18,0	24,4	16,0	27,1
Non spesso o mai	82,0	75,6	84,0	72,9
%	100	100	100	100
(N)	(333)	(1.065)	(131)	(716)

francese e scendendo a 10 punti in quello italiano. Come si vedrà, questa osservazione prelude a un dato che sarà una costante nel corso di questa analisi, quello della maggior specificità degli elettori indecisi, visibilmente più diversi dagli elettori risolti di quanto gli elettori fluttuanti non lo siano dagli elettori statici.

Anche il dato italiano sull'interesse per la campagna elettorale (domanda non presente nel questionario francese) ribadisce la struttura della relazione fra indecisione e interesse per le questioni politiche, rilevando ancora una volta un 28% in più di non interessati fra gli indecisi che fra i risolti. Lo scarto percentuale resta dunque invariato rispetto alla domanda precedente, anche in presenza di un aumento generalizzato della proporzione di persone che si dicono interessate, aumento interpretabile almeno in parte come effetto d'*agenda* dovuto all'accresciuta visibilità mediatica di cui godono in modo naturale le vicende di politica interna durante la campagna elettorale, ricca per definizione di eventi e controversie facilmente adattabili ad un *frame* giornalistico.

In ogni caso, l'atteggiamento di scarso interesse rivelato dagli elettori marginali sembra coerentemente tradursi in un comportamento di altrettanto scarsa partecipazione politica, anche nell'accezione minima di partecipazione passiva, quale definita per esempio dal «parlare di politica con altre persone». Sempre in riferimento ai dati italiani, sono assai più numerosi fra gli indecisi che fra i risolti (+23%) coloro che dichiarano di parlare con scarsa frequenza oppure mai di politica, così come sono più numerosi fra i fluttuanti che fra gli statici (+10%).

Per quanto concerne il rapporto con i media e con l'informazione di questi molteplici categorie di elettori, nell'ambito di una sostanziale omogeneità di fondo è stato possibile rilevare alcune significative differenze di comportamento, come quelle riportate nel seguito della tabella 4. Una volta ipotizzato un effetto persuasivo importante della comunicazione politica attraverso i media sugli elettori marginali, l'interrogativo più urgente era se tale effetto fosse da addebitare alla maggiore esposizione di questi ultimi ai media stessi (Tg, quotidiani, dibattiti televisivi fra candidati) durante la campagna, oppure ad un utilizzo più saltuario, intermittente e forse «distratto» dei mezzi d'informazione, utilizzo meno suscettibile pertanto di incentrarsi sulla comunicazione «di contenuto» degli attori politici coinvolti nella competizione elettorale. Riservandoci per la successiva di-

scussione ulteriori chiarimenti sulle possibili implicazioni dei risultati, ci si può per il momento limitare a riportare i dati principali emersi a questo proposito dalle tavole di contingenza.

Se gli elettori indecisi sono più numerosi (15% in più) degli elettori risolti a non aver mai letto un articolo di politica su un quotidiano durante la campagna e a guardare il telegiornale solo saltuariamente o perfino a non guardarlo mai (10% in più), lo scarto più significativo proviene dalla domanda sulla frequenza con cui essi seguono i dibattiti politici alla televisione: un'ampia maggioranza degli indecisi (27% in più dei risolti) afferma di seguirli raramente o mai, e pressoché la stessa maggioranza (ma solo 17% in più dei risolti) precisa di non aver seguito neanche il dibattito finale fra Prodi e Berlusconi alla TV. Scarti più deboli presentano invece gli elettori fluttuanti rispetto agli statici (rispettivamente 4%, 6%, 14% e 10% per le quattro variabili appena considerate), ma tutti ugualmente nello stesso segno di una minore attenzione verso l'informazione di carattere elettorale¹¹.

In seguito, le altre due variabili più classiche riguardo al rapporto dei cittadini con la politica sono quelle – presenti in entrambi i questionari – sul sentimento di vicinanza ad un partito e sull'autocollocazione fra sinistra e destra. Se sul piano della comparazione italo-francese l'elemento di maggiore disparità fra i due paesi riguarda proprio il livello di attaccamento affettivo ad un partito politico – generalmente ancora molto più elevato in Italia che in Francia –, dal punto di vista dell'analisi dell'elettorato marginale i risultati sono invece analoghi, e indicano in entrambi i casi che fra gli indecisi sono molto più numerosi (del 30% in Francia, del 25% in Italia) coloro che dichiarano di non sentirsi vicini ad alcun partito politico, così come lo sono fra gli elettori fluttuanti (del 29% in Francia, del 13% in Italia). Per quanto logicamente piuttosto intuitivo, questo risultato resta tuttavia significativo per la nettezza con cui si delinea in termini percentuali.

L'interesse dei risultati della variabile «autocollocazione sull'asse sinistra-destra» risiede invece nell'affinità riscontrata al riguardo fra elettori indecisi ed elettori fluttuanti. Nel caso italia-

¹¹ Si noterà peraltro che le percentuali assolute relative al livello di informazione dei rispondenti sono eccessivamente elevate, a conferma della necessità di un utilizzo essenzialmente relazionale dei dati, provenendo essi da un campione in cui alcune categorie della popolazione risultano sovra o sotto-rappresentate (vedi nota 9).

no, infatti, entrambi i gruppi annoverano un quantità di persone o che si dichiarano di centro o che rifiutano di collocarsi in misura doppia rispetto alle relative categorie di riferimento (elettori risolti, elettori statici). Nel caso francese, sia fra gli indecisi che fra i fluttuanti sono sempre il 26% in più che fra gli altri coloro che si dicono «né di sinistra né di destra», ad ulteriore conferma del significativo distacco dell'elettorato marginale dai tradizionali criteri unidimensionali di autocollocazione ideologica, e forse del rigetto crescente da parte di quest'ultimo delle nozioni di «destra» e «sinistra» come coordinate prioritarie nell'interpretazione stessa della competizione elettorale.

D'altronde, due preziose domande contenute nel questionario francese mettono ulteriormente in luce il grave indebolimento del *cleavage* destra-sinistra – quanto meno agli occhi degli elettori marginali francesi – come fondamento della dialettica elettorale. Da una parte, infatti, essi si mostrano maggioritariamente sfiduciati nei confronti degli schieramenti sia di sinistra che di destra rispetto alla responsabilità di governare il paese (fra gli indecisi sono il 27% in più a dire di non avere fiducia né nella sinistra né nella destra, e addirittura il 32% in più fra i fluttuanti); dall'altra, sono in maggioranza anche a percepire come non sostanzialmente diverse le proposte politiche dei socialisti e quelle dell'Udf-Rpr (+13% fra gli indecisi, +7% fra i fluttuanti).

Se partiti, ideologie e programmi sembrano per ragioni diverse servire sempre di meno ad alcune categorie di elettori per decifrare e valutare la campagna, un'ipotesi assai plausibile è quella che questi elementi siano sostituiti in misura crescente con l'immagine (politica e personale) dei leader politici come criterio per orientarsi politicamente e per decidere della propria scelta di voto. Se questo è vero, si capisce bene perché le decisioni prese all'ultimo momento abbiano finito per avvantaggiare Prodi e Jospin, i cui livelli di popolarità erano in assoluto manifestamente superiori – quanto meno all'epoca delle ultime elezioni – a quelli di Berlusconi e Juppé, come illustrano le rispettive tabelle sul voto medio attribuito ai leader italiani e sul ruolo pubblico auspicato per i due leader francesi. Se infatti gli scarti percentuali fra sotto-gruppi risultano contraddittori in Italia e insignificanti in Francia, il dato costante fra tutti gli elettori è quello di un maggior gradimento generalizzato dei due leader vincenti rispetto ai loro sfidanti. Questo dato può certo riflettere in parte una sorta di effetto *bandwagon* abbastanza ti-

pico nelle inchieste post-elettorali (anche se l'inchiesta francese è stata realizzata fra il primo e il secondo turno), ma dovrebbe rispecchiare anche la maggiore efficacia (o la minore inefficacia) globale dell'immagine che Prodi e Jospin sono riusciti a proiettare all'elettorato nel corso della campagna elettorale.

Un indizio interessante riguardo l'ipotizzata maggiore attitudine dell'elettorato marginale all'espressione di un voto «personale» ci viene dalle risposte alla sollecitazione seguente contenuta nel questionario italiano: «In ogni elezione la miglior cosa è guardare ai candidati senza preoccuparsi dell'etichetta del partito». Si dichiara d'accordo una netta maggioranza di indecisi e di fluttuanti, cui non corrisponde un'altrettanto netta maggioranza di risoluti e statici. Questi ultimi due gruppi, infatti, contengono rispettivamente un 14% e un 10% in meno di favorevoli a tale affermazione. Tuttavia, è importante sottolineare che questa disponibilità diffusa degli elettori a disgiungere le qualità personali del candidato dalla sua etichetta partitica è assai più probabilmente da riferirsi ai candidati-leader a livello nazionale, piuttosto che ai singoli candidati a livello di collegio. Se si osservano le risposte fornite alla domanda sul fatto se si ricordino o meno chi fosse il candidato effettivamente votato a livello locale, infatti, si noterà che una maggioranza di elettori – e una grande maggioranza degli elettori marginali – è incapace di nominarlo. In particolare, sono 22% in più fra gli indecisi e 12% in più fra i fluttuanti coloro che non sanno dire chi fosse il proprio candidato per lo scrutinio maggioritario.

Altre due variabili, tratte una dalla ricerca italiana, l'altra da quella francese, contribuiscono invece in modo più specifico alla ricostruzione del fenomeno dell'indecisione elettorale. La domanda italiana chiedeva se, in caso di nuove elezioni nazionali, gli intervistati avessero già un orientamento su chi avrebbero votato. Poiché al momento della risposta essi avevano appena espresso la propria scelta di voto nell'urna per le elezioni politiche del '96, non è affatto tautologico il risultato ottenuto, secondo cui una forte maggioranza di coloro che si sono decisi alla fine della campagna si ritrovano nuovamente in una situazione di totale incertezza. Lontani dall'aver infine trovato un approdo politico stabile, essi sono addirittura 47% in più che fra gli altri a dichiarare di non avere alcun orientamento nell'ipotesi di nuove elezioni, rafforzando così l'ipotesi che l'indecisione elettorale sia ormai divenuta un fenomeno molto più strutturale che congiunturale, caratterizzando peraltro in buona

misura anche l'atteggiamento degli elettori in movimento fra blocchi (+20% di «senza orientamento» rispetto agli statici).

La domanda inserita nel questionario francese («Ha preso in considerazione di votare diversamente?») ci aiuta invece a dettagliare la relazione fra i fenomeni dell'indecisione e dell'esitazione elettorale. Su un piano intuitivo, la relazione dovrebbe essere molto forte, immaginando che chi è rimasto indeciso fino all'ultimo sia stato frenato nella propria scelta dall'esitazione fra almeno due candidati o partiti possibili. Effettivamente, sono un po' più numerosi fra gli indecisi che fra i risolti coloro che affermano di aver preso in considerazione una scelta di voto differente (+8%), ma la relazione risulta inaspettatamente debole, rivelando peraltro che una netta maggioranza degli indecisi dichiara di non aver esitato fra più scelte di voto¹². Più elevato (17%) appare invece lo scarto fra fluttuanti e statici rispetto alla stessa variabile «Esitazione». Anche qui le implicazioni di tali risultati sull'interpretazione del voto marginale sono rinviate alla discussione finale.

Infine, altre due variabili «d'opinione» fra quelle presenti nel questionario francese si sono rivelate sufficientemente significative da essere riportate nella tabella: quelle misurate rispettivamente a partire dalle domande se «gli uomini politici si preoccupano della gente» e se «nei prossimi mesi, la situazione economica del paese migliorerà, peggiorerà o resterà stabile». Le risposte alla prima domanda rendono conto innanzi tutto del discredito generalizzato di cui è oggetto la classe politica francese da parte dell'insieme dell'elettorato, ma non manca di sottolineare come il livello di diffidenza nei confronti dei politici sia ancora più elevata fra gli elettori indecisi (+9%) e fra quelli in movimento fra blocchi (+12%). Per quanto riguarda invece la percezione delle prospettive economiche del paese, le due categorie di elettori marginali fanno prova di un atteggiamento particolarmente sfiduciato e pessimista, con rispettivamente un +17% e un +21% di aspettative di peggioramento nel corso dei mesi a venire.

Dopo aver tratteggiato un primo ritratto dell'elettorato marginale dal punto di vista delle caratteristiche «psico-politiche» –

¹² Almeno a giudicare da una ricostruzione ex-post del numero di opzioni di voto, non sembra dunque trattarsi di elettori «pluripartitici» né forti né deboli (vedi Mannheim 1994), pur essendovi fra essi una quota elevata di elettori fluttuanti. Questo resta un elemento fortemente contraddittorio in seno all'elettorato marginale.

quelle che più ci interessavano nell'ambito di questa analisi –, vale la pena ora tentare di integrarlo con le quattro principali variabili socio-demografiche che hanno dimostrato di intrattenere una qualche relazione con il fenomeno della «marginalità» elettorale: genere, età, livello di istruzione, pratica religiosa.

Premesso che gli scarti rilevati per queste variabili sono, con un paio di eccezioni, più deboli di quelli mediamente osservati finora (a parziale riprova del fatto che il fenomeno qui studiato può essere colto più efficacemente con un approccio ispirato alla *public opinion research* che con uno di sociologia elettorale classica), si osservino innanzi tutto gli elementi di maggiore chiarezza ed omogeneità.

Per cominciare dall'analisi dell'indecisione, essa appare come un fenomeno più tipicamente femminile (+15% in Italia, +10% in Francia) e giovanile (+10% fra i 18 e i 34 anni in Italia, +14% in Francia) della risolutezza elettorale; dai dati italiani, gli indecisi paiono inoltre mediamente meno istruiti dei risolti (+10% di persone prive di diploma superiore), mentre la stessa relazione non si rivela significativa nel caso francese. Introduce un elemento di ambiguità invece l'analisi della frequenza nella pratica religiosa da parte degli stessi elettori indecisi, che in Italia sembrano più numerosi (+10% rispetto ai risolti) a recarsi spesso a messa, ma un po' meno numerosi di questi ultimi (-6%) in Francia. Questo dato potrà essere meglio interpretato alla luce delle tabelle relative alla scelta di voto degli elettori indecisi, anche se resta il fatto che la pratica religiosa non pare rappresentare un potente fattore esplicativo dell'indecisione elettorale.

Non del tutto omogeneo a quello degli indecisi appare invece l'identikit sociologico degli elettori fluttuanti fra blocchi politici. In particolare, il dato più contraddittorio sembra essere quello sul genere, con i risultati italiani che attribuiscono alla volatilità elettorale un carattere prevalentemente maschile (+8% rispetto agli elettori statici), mentre quelli francesi non rivelano scarti significativi. Inoltre, la variabile «pratica religiosa» si conferma un rarissimo esempio di difformità fra i dati italiani e quelli francesi dal punto di vista della direzione degli scarti percentuali fra sottogruppi. Gli elettori fluttuanti italiani, infatti, sembrerebbero leggermente più numerosi degli statici (+7%) a recarsi a messa con regolarità, mentre quelli francesi risultano più numerosi a recarvisi raramente o mai (+11%).

Per il resto, le differenze percentuali sono piuttosto esigue,

anche se vanno nella stessa direzione di quelle rilevate per gli indecisi, e confermano la complessivamente buona simmetria relazionale dei dati italiani e francesi. Gli elettori fluttuanti paiono infatti più spesso giovani degli elettori statici (+6% in Italia, +9% in Francia), e risultano più spesso muniti di un titolo di studio inferiore (+6%, +9%).

Ma per chi hanno votato gli elettori marginali alle ultime elezioni? Per ragioni di affidabilità statistica del campione sarà possibile ricostruire unicamente le scelte degli elettori indecisi, che tuttavia ci si limiterà a comparare nelle loro tendenze di fondo con quelle degli elettori risolti, sapendo velleitaria un'analisi in termini di punti percentuali assoluti.

Alle elezioni politiche italiane del 1996, coloro che si sono decisi tardi sembrano essersi diretti in misura maggiore degli altri verso quattro forze politiche principali: Ppi e RI, vale a dire i due partiti più moderati, centristi e (almeno parzialmente nel caso di RI) di ispirazione cattolica fra quelli appartenenti alla coalizione di centro-sinistra, e allo stesso tempo le due liste condotte rispettivamente dal candidato alla premiership Romano Prodi e dal presidente del consiglio uscente Lamberto Dini; i Verdi (in misura circa quattro volte maggiore che fra i risolti), forza politica tipicamente privilegiata dai giovani, anche perché nella pubblica percezione meno associata – alla stregua della Lista Pannella e soprattutto, più recentemente, della Lista Bonino – all'immagine penalizzante dei vecchi partiti politici tradizionali; infine, la Lega Nord, opzione elettorale adottata all'ultimo momento da una significativa fascia di elettorato presumibilmente insoddisfatta dell'offerta elettorale di Polo e Ulivo. Come si può notare, l'effetto congiunto di queste scelte di voto espresse all'ultimo momento ha provocato uno sbilanciamento lieve ma probabilmente decisivo degli equilibri elettorali in favore del centro-sinistra, uscito vincente dalle elezioni.

D'altronde, se si osservano le tabelle relative al voto maggioritario, si può constatare che gli elettori indecisi, dopo aver votato nel '94 per i Progressisti in misura nettamente inferiore ai risolti, nel '96 votano invece per l'Ulivo nella stessa (ingente) misura di questi ultimi, oppure riversano il proprio voto sui candidati della Lega, in ogni caso defezionando in gran numero da quel Polo da essi largamente votato due anni prima¹³.

¹³ Il fenomeno ha proporzioni rilevanti pur tenendo conto del fatto che la Lega si era presentata nel '94 insieme al Polo delle Libertà.

Nel caso francese delle elezioni legislative del 1997, invece, il dato che si pone immediatamente in risalto è quello del contributo considerevole che i voti espressi all'ultimo minuto a favore dei Verdi e delle altre formazioni ecologiste sembrano aver apportato al successo elettorale della *Gauche plurielle* guidata da Lionel Jospin, nonché quello della defezione massiccia degli stessi elettori indecisi dalle liste tradizionali della destra moderata francese, l'Rpr e l'Udf.

Per quanto riguarda gli elettori in movimento fra blocchi, il solo elemento che emerge con chiarezza da un'analisi congiunta delle tabelle italiane e francesi (non riportate a causa dell'insufficienza della base di intervistati per ogni partito) dispone di un certo interesse sul piano comparativo. In Italia, una proporzione importante di tali elettori è costituita da coloro che nel '94 avevano votato per una lista del Polo (specialmente per Forza Italia) e che nel '96 sono passati alla Lega; in Francia, una proporzione ancora più importante di elettori fluttuanti aveva sostenuto il candidato dell'Rpr Jacques Chirac alla Presidenza della Repubblica, per poi riversarsi sul Front National alle politiche del 1997.

Ma quali, fra tutte le caratteristiche considerate, esercitano in fondo un'influenza maggiore sul fenomeno dell'indecisione elettorale?

La tabella 6 presenta i risultati di una regressione logistica binomiale effettuata con l'insieme delle variabili già utilizzate per le tavole di contingenza, allo scopo di individuare il potere predittivo di ciascuna di esse rispetto alla dicotomia indecisione-risolutezza, una volta tenuto conto del peso di tutte le altre variabili definite come indipendenti. In che misura, per esempio, un debole interesse per la campagna elettorale può «predire» un atteggiamento di indecisione «a parità di ogni altra condizione», vale a dire tenendo costanti le altre variabili potenzialmente influenti quali l'età, il sentimento di vicinanza ad un partito, l'autoposizionamento sull'asse sinistra-destra, la volatilità o la staticità del proprio itinerario di voto, ecc.¹⁴?

¹⁴ Il ricorso al metodo «Wald discendente» nell'effettuazione della regressione logistica ci permette di selezionare ogni singola variabile in funzione del valore, appunto, del proprio *Wald* (rapporto tra coefficiente *b* e Errore standard), trattenendo così solo quelle variabili che hanno dato prova di una certa forza *ceteris paribus*, e dando infine luogo a una sorta di modello esplicativo dell'indecisione elettorale. Naturalmente tale modello risulta non solo piuttosto parsimonioso, ma anche del tutto provvisorio, perché

In breve, si può osservare che il modello finale relativo agli elettori indecisi italiani in rapporto ai risolti seleziona otto variabili. Il segmento di riferimento (quel segmento dell'elettorato identificato dalla prima modalità di ogni variabile) coincide con un elettore fluttuante di meno di 35 anni che non parla spesso di politica, che non si ricorda chi fosse il candidato del proprio collegio, che è d'accordo con l'idea di votare per un candidato a prescindere dalla sua etichetta partitica, che non si sente vicino ad alcun partito, che non si interessa alla campagna elettorale e che non avrebbe un orientamento sulla scelta di voto in caso di nuove elezioni. Per un tale elettore, le probabilità di essersi deciso a ridosso del voto – osservando l'elevato valore positivo 3,3984 del logit di base, o costante, – risultano essere molto più grandi delle probabilità di avere deciso molto tempo prima per chi votare. Tuttavia, un elettore che si differenzi da questo profilo per una sola caratteristica, come ad esempio per il fatto di avere avuto un comportamento di voto «statico» – e non «fluttuante» – fra il '94 e il '96, sarà molto meno indiziato di essersi deciso all'ultimo momento rispetto all'elettore precedente, come attesta l'elevato valore negativo (-1,8260) del parametro beta relativo alla modalità «fluttuante» della penultima variabile considerata nella tabella 6, quella sull'«itinerario di voto nelle ultime due elezioni». Applicando lo stesso ragionamento a tutte le altre variabili e alle loro talvolta multiple modalità, si conclude che i fattori maggiormente predittivi dell'indecisione elettorale *all else equal* sono in ordine decrescente – dopo la volatilità di voto – la mancanza prolungata e, si potrebbe dire, «cronica» di orientamenti di voto, l'assenza di ogni legame affettivo ad un qualsivoglia partito politico e l'appartenenza alla fascia più giovane dell'elettorato. Inoltre, predicono in modo statisticamente significativo la presenza di un elettore indeciso anche un debole interesse per la campagna elettorale, il fatto di ignorare chi sia il candidato a livello locale, nonché – in virtù della debolezza dei rispettivi errori standard – il fatto di non parlare quasi mai di politica e una certa disponibilità di

il valore dei parametri di ogni variabile indipendente è legato al valore assunto da tutte le altre, e ciò dipende in parte anche dal tipo di variabili che sono state scelte da inserire nella regressione. Tuttavia, esso resta uno strumento assai efficace nell'isolare le variabili che rivelano un effetto più diretto sul fenomeno dell'indecisione. La stessa procedura non potrà invece essere seguita per l'analisi della volatilità elettorale, perché la base di elettori fluttuanti non sarebbe neanche in questo caso sufficiente a produrre risultati statisticamente affidabili.

TAB. 6. *Italia – Modello logistico binomiale per l'analisi dell'indecisione elettorale ottenuto attraverso il metodo di selezione Wald (rapporto fra beta e errore standard) discendenti delle variabili. Elezioni 1996*

Parametri	Indecisi vs risolti	
	beta	e.s.
<i>Età</i>		
18-34 (0)		
35-49	-0,5204**	0,2457
50 e più	0,0488	0,2531
<i>Frequenza con cui parla di politica</i>		
Non spesso, mai (0)		
Spesso	-0,3553*	0,1962
<i>Ricorda nome candidato proprio collegio</i>		
No (0)		
Sì	-0,5104**	0,2025
<i>Votare per candidato senza guardare etichetta partito</i>		
D'accordo (0)		
Non d'accordo	-0,3378*	0,1883
<i>Sentimento di vicinanza a un partito</i>		
No (0)		
Sì	-1,0890***	0,3110
<i>Orientamento politico in caso di nuove elezioni</i>		
No (0)		
Sì	-1,6278***	0,1869
<i>Interesse per la campagna elettorale</i>		
Non si interessa (0)		
Si interessa	-0,6777***	0,2100
<i>Itinerario di voto nelle ultime due elezioni</i>		
Fluttuante (0)		
Statico	-1,8260***	0,2452
Costante	3,3984	
Chi-quadrato	256,757	
Gradi di libertà del modello	9	
Probabilità	0,0000	

*0,05 < p < 0,10

**0,01 < p < 0,05

*** p < 0,01

principio a votare per un candidato senza guardare al partito cui appartiene.

Il modello binomiale ottenuto a partire dagli elettori indecisi francesi (tab. 7) mette invece in rilievo l'irriducibilità del potere esplicativo di sette variabili indipendenti, e anche in questo

TAB. 7. Francia – Modello logistico binomiale per l'analisi dell'indecisione elettorale ottenuto attraverso il metodo di selezione Wald (rapporto fra beta e errore standard) discendente delle variabili. Elezioni 1997

Parametri	Indecisi vs risolti	
	beta	e.s.
<i>Età</i>		
18-34 (0)		
35-49	-0,7327***	0,2112
50 e più	-0,5747***	0,2063
<i>Fiducia in chi per governare il paese</i>		
Né nella sinistra né nella destra (0)		
Nella sinistra o nella destra	-0,6002***	0,1903
<i>Autocollocazione sinistra-destra</i>		
Né di sinistra né di destra	(0)	
Di sinistra o di destra	-0,6838***	0,2155
<i>Ha preso in considerazione di votare diversamente</i>		
Sì (0)		
No	-1,2952***	0,1878
<i>Grado di vicinanza a un partito</i>		
Lontano (0)		
Vicino	-1,0406***	0,2098
<i>Genere</i>		
Donna (0)		
Uomo	-0,5486***	0,1755
<i>Itinerario di voto nelle ultime due elezioni</i>		
Fluttuante (0)		
Statico	-1,3802***	0,2018
Costante	3,9924	
Chi-quadrato	285,315	
Gradi di libertà del modello	8	
Probabilità	0,0000	

*0,05 < p < 0,10

**0,01 < p < 0,05

*** p < 0,01

caso la variabile più potente (a pari merito con la variabile «esitazione» per un voto diverso) è quella relativa al movimento fra blocchi politici diversi. Anche la tecnica d'analisi multivariata della regressione logistica conferma insomma la relazione fortemente privilegiata che intercorre fra indecisione e volatilità, relazione che ci ha indotto a costituire una sola categoria analitica di elettori «marginali» a partire da tali variabili.

Le altre caratteristiche discriminanti nella propensione a decidersi all'ultimo momento sono date, sempre nel caso francese e sempre in rapporto al comportamento di colui che ha deciso molto tempo addietro, dall'assenza di un sentimento di vicinanza ad un partito, dal fatto di non dirsi né di destra né di sinistra e dal non riporre fiducia né nella destra né nella sinistra per governare il paese. Sufficientemente discriminanti si dimostrano infine anche un'età inferiore ai 35 anni e il sesso femminile, a conferma di quelle tabulazioni incrociate che indicavano come i giovani e le donne si trovassero fra gli indecisi in proporzioni maggiori che fra i risolti. Vale peraltro la pena sottolineare come anche in questo caso i risultati ottenuti con i dati italiani trovino un sostanziale riscontro nei risultati francesi, tanto da far pensare che un'analisi veramente comparativa compiuta in presenza delle stesse variabili avrebbe permesso di ricostruire in un unico modello generale la pratica dell'indecisione elettorale.

«Civis marginalis», elettore marginale, voto «d'impressione»?

Si diceva nell'introduzione che l'analisi empirica dei dati ci avrebbe consentito di rispondere all'interrogativo sul rapporto con la politica degli elettori marginali, e che ciò ci avrebbe aiutato a formulare delle ipotesi sul funzionamento e sulla logica della loro scelta di voto. Capire che tipo di cittadini siano coloro da cui può dipendere l'esito di un'elezione, insomma, può permettere di capire meglio a che tipologia di elettori essi corrispondano e quale sia il modello teorico di voto ad essi più appropriato.

Data l'ispirazione di tipo crossnazionale italo-francese di questa ricerca, è dalla letteratura politologica di questi paesi che saranno presi in prestito – e applicati al caso specifico degli elettori marginali – due modelli descrittivi delle interazioni dei cittadini con lo spazio politico e elettorale: il modello italiano del «*Civis marginalis*» (Sani 1994) e quello francese del «*Maraais*» (Deutsch, Lindon *et al.* 1966). In effetti, il primo modello sembra particolarmente pertinente al caso osservato, perché ad un'omologa denominazione corrisponde un profilo calzante sul duplice piano della dimensione cognitiva (una debole conoscenza del sistema politico attribuita al tipo di «civis» in questione) e di quella affettivo-valutativa (un sentimento di apatia, più ancora che di critica radicale, nei confronti della vita politica e del

processo democratico). Al modello del *civis marginalis* è affine e complementare quello del *Marais*, con cui la politologia francese designa tradizionalmente quella famiglia di cittadini che si caratterizza per l'interesse particolarmente scarso nei confronti della politica, e che si configura come una sorta di «palude» situata – come la Palude in seno alla Convenzione post-rivoluzionaria – al centro dell'elettorato, costituita da quegli elettori «male informati, sprovvisti di un'ideologia e perfino di opinioni politiche», che si rivelano «più sensibili di quelli delle famiglie più fortemente politicizzate all'influenza di una campagna elettorale» (Lindon 1986).

Se si accetta il presupposto qui adottato di un legame diretto fra tipi di cittadini e tipi di elettori, entrambi questi contributi riconducono tendenzialmente l'elettorato marginale a quel classico paradigma «minimalista» dell'opinione pubblica che si citava all'inizio come antitetico a quello ideale del cittadino politicamente «s sofisticato». Pare quindi opportuno scartare a questo riguardo l'utopia di matrice neo-utilitarista – anche in una versione meno estrema di quella propugnata dall'approccio della *rational choice* – di un cittadino razionale in quanto calcolatore e stratega, *homo politicus* e al contempo *oeconomicus*, elettore che s'informa, che ragiona, che matura una scelta ben ponderata. Non per questo, tuttavia, si dovranno accogliere integralmente le implicazioni minimaliste per quanto concerne il dibattito sull'irrazionalità degli atteggiamenti e delle scelte dell'opinione pubblica. Come suggerito dalle più recenti tendenze in seno alla *public opinion research* americana (e come peraltro già intuito da alcuni filoni della stessa *rational choice*)¹⁵, infatti, scarso interesse e scarsa informazione non significano necessariamente scarsa razionalità, almeno se si ipotizza il ricorso diffuso da parte del pubblico ad una serie di scorciatoie valutative allo scopo di orientarsi in modo approssimativamente corretto nello spazio politico ed elettorale (Sniderman 1993). A questo riguardo, le nozioni più significative sono quelle di «*Low-information rationality*» (Popkin 1991) e di «*Likability heuristic*» (Sniderman, Brody *et al.* 1991), quest'ultima rivelandosi particolarmente interessante per l'accento posto sul ruolo della dimensione affettiva (la dicotomia classica «*Like/dislike*», «Mi piace/non mi piace») in quanto «scorciatoia» efficace anche sul

¹⁵ Si pensi alla nozione di «*rational ignorance*» già presente in Downs (1957).

piano cognitivo, poiché è essenzialmente a partire da essa che il cittadino (mediamente dotato di un basso livello di informazione) effettuerebbe le inferenze decisive sul posizionamento dei diversi attori politici o candidati in rapporto alle proprie credenze e alle proprie disposizioni politiche di fondo.

Se è dunque preferibile – per insufficienza di *evidence* empirica, ma anche per l'elevata vischiosità del dibattito in questione (Blondiaux 1996) – sospendere il giudizio sulla razionalità del comportamento individuale dell'elettore marginale, resta però il fatto che quest'ultimo identifica non soltanto un cittadino mediamente poco informato, ma anche altamente indiziato di non disporre di opinioni ed orientamenti politici strutturati. Al contrario, quello che si è delinato finora è piuttosto il ritratto di un cittadino tendenzialmente apolitico, o politicamente apatico, non identificato, perfino anomico in quella sua «crisi di passiva identificazione» (Biorcio e Natale 1989, 428) che tanto lo avvicina al profilo tradizionale dell'astensionista.

Ma il *civis marginalis*, se considerato nelle sue interazioni periodiche con l'offerta elettorale, è un «elettore marginale» riconducibile dentro al mercato, non è un astensionista «fuori mercato». La domanda che ci si pone a questo punto – domanda che forse costituisce oggi «una delle imprese più urgenti per gli studiosi del comportamento elettorale» (Legnante 1998) – è quella che si prefigge di indagare sulle modalità e sulle logiche di voto dell'elettore marginale, politicamente apatico (tale è risultato essere mediamente il suo volto) ma, appunto, non astensionista.

Per cercare di introdurre una risposta plausibile almeno su un piano ipotetico, cominceremo col dire che all'interpretazione della scelta di voto degli elettori marginali non può per definizione applicarsi quel paradigma «determinista» che presiede a tutti i vari modelli di voto «d'appartenenza» incentrati sull'azione costrittiva dei fattori di lungo periodo – siano essi di carattere prevalentemente psicologico («l'identificazione» partitica di Campbell, Converse *et al.* 1960), sociologico (l'appartenenza a un gruppo sociale di Berelson, Lazarsfeld *et al.* 1954), storico (i «cleavages» strutturali di Lipset e Rokkan 1967), territoriale (le «subculture» politiche macro-regionali di Capecchi, Galli *et al.* 1968) o perfino geologico (il «granito» e il «calcare» dell'ecologia elettorale di Siegfried 1913). In tutti questi casi, infatti, l'azione di tali fattori è interpretata alla stregua di una sorta di «camicia di forza» che induce l'elettore a reiterare in modo

spontaneo e quasi meccanico il proprio voto per la stessa forza politica, in continuità con degli atteggiamenti ideologici forgiati attraverso un processo di socializzazione di lunga durata.

Gli elettori marginali, al contrario, sembrerebbero assai poco soggetti ai condizionamenti delle determinanti strutturali del voto¹⁶. Ora, il problema è dato dal fatto che, nell'ambito della teoria del comportamento elettorale, ogniqualevolta si è rilevata l'emancipazione di una fascia più o meno estesa dell'elettorato dal peso vincolante di organizzazioni partitiche, pratiche religiose, classi sociali o ideologie politiche, si è passati direttamente all'adozione di un'ipotesi «razionalista» (non necessariamente nel senso neo-utilitarista di cui sopra), ispirata al prototipo di un elettore autonomo e attivo, che fonda la sua scelta di voto sulla valutazione puntuale e ragionevole della congiuntura politica in uno dei suoi molteplici aspetti. E tale ipotesi vale sostanzialmente per tutti i modelli «non deterministi»: dal «*responsible*» voter (v. O. Key 1966) all'elettore-consumatore (Himmelweit 1981); dall'«*issue voter*» (Butler e Stokes 1974) al «*changing voter*» (Nie, Verba e Petrocik 1979); dall'elettore «sofisticato» (Luskin 1990) al «*responsive voter*» (Pomper 1975); dall'elettore «retrospettivo» (Fiorina 1981) al «*reasoning voter*» (Popkin 1991); dall'elettore «individualista» (Lavau 1986) al «*nouvel électeur*» (Habert e Lancelot 1996), passando per lo stesso modello italiano del «voto d'opinione» (Parisi e Pasquino 1977). Naturalmente tali modelli sono in diversa misura utili e preziosi, perché rendono conto dell'evoluzione di fenomeni reali in determinati contesti politici e descrivono verosimilmente l'espressione delle scelte di voto di una frazione significativa dell'elettorato. Tuttavia, essi, che non pretendono peraltro di essere esclusivi, paiono difficilmente applicabili ad un fenomeno oggi rilevante (come dimostra la concomitanza dei risultati italiani e francesi) come quello della marginalità elettorale nella sua duplice forma dell'indecisione e del movimento infra-blocchi.

Il volto medio dei bilancieri del voto – se si passano in rassegna i risultati ottenuti per ognuna delle variabili osservate in

¹⁶ Verosimilmente a causa dell'erosione progressiva e generalizzata delle strutture di inquadramento sociale e politico dovuta ad altrettanti fattori di lungo periodo di segno inverso, primo fra tutti – si potrebbe ipotizzare – l'azione omogeneizzante del mezzo televisivo. Ma un'analisi delle cause strutturali del fenomeno fuoriesce dagli obiettivi di questo contributo.

precedenza – pare infatti molto lontano da quello atteso da un elettore che esprima un voto «attivo», «ragionato» e ad elevato contenuto politico, vale a dire un voto dotato di quei requisiti che in estrema sintesi possono essere considerati come il minimo comune denominatore fra i modelli elencati sopra. Ricordiamo, per esempio, che si tratta di elettori non solo meno abituati a leggere le pagine di politica dei quotidiani, ma anche molto meno propensi a seguire i dibattiti politici alla televisione; cui capita raramente di parlare di politica con qualcuno, e che in ogni caso rivelano un atteggiamento pessimista sulla capacità della politica di apportare dei benefici ai cittadini, da una parte prevedendo più spesso un avvenire cupo per l'economia del loro paese, e dall'altra ritenendo in larga maggioranza che i politici non si preoccupano dei problemi della gente; inoltre – attenendosi ai risultati provenienti dal questionario francese – gli elettori marginali tendono nella maggior parte dei casi ad alternare il proprio voto fra le due principali coalizioni politiche senza tuttavia riporre realmente fiducia in esse per governare il paese, e per questa ragione non paiono esprimere un autentico consenso politico o una reale adesione programmatica ai beneficiari della loro scelta finale; del resto, essi spesso non trovano reali differenze fra i programmi della sinistra e quelli della destra e, quando scelgono per chi votare, lo fanno abitualmente all'ultimo momento. Ma ciò non significa che essi abbiano a lungo esitato fra varie opzioni di voto nell'intento di operare una scelta politicamente ben ponderata. Se l'esitazione è infatti un tratto che caratterizza gli elettori indecisi e quelli fluttuanti maggiormente degli elettori risolti o statici, essi restano però in grande maggioranza ad affermare di non avere neanche preso in considerazione una scelta di voto alternativa, lasciando così trasparire un meccanismo decisionale improntato probabilmente più ad una certa improvvisazione che ad una riflessione politica consapevole (vedi Chiche e Jaffré 1997, 316).

Dalla difficoltà di applicare i modelli di voto del paradigma «determinista» e di quello «razionalista» al caso degli elettori marginali ha quindi origine l'esigenza di tratteggiare un'altra ipotesi, che riconosca l'ampio margine di libertà e l'elevata mobilità potenziale di questi ultimi, ma che attribuisca alla loro scelta di voto un carattere maggiormente «impressionista».

Secondo questa ipotesi, la determinante ultima della scelta di voto degli elettori marginali sarebbe l'*impressione* globale – politicamente sfuocata, ma non per questo politicamente infon-

data – 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, ossia attraverso i canali comunicativi maggiormente suscettibili di raggiungere, in modo più o meno saltuario, anche gli elettori meno interessati alla politica (essenzialmente, servizi Tg e spot elettorali). Lontano dall'essere una versione anche abbreviata del programma elettorale, il messaggio è qui inteso come enunciato di senso comune della ragione di fondo per cui un candidato chiede di essere votato («Noi siamo il nuovo, solo noi garantiamo il vero cambiamento»; «La coalizione avversaria è litigiosa e irresponsabile, quindi incapace di governare il paese»; «Il nostro è un leader forte che darà un governo forte»; «Siamo l'unica coalizione credibile sul piano internazionale, in grado di rilanciare l'economia del paese», ecc.)¹⁷. A sua volta, l'immagine – che sia riferita a una coalizione, a un partito o a un candidato – rappresenta quell'attributo o qualità generale, indipendente dal contenuto specifico del programma o dell'ideologia politica eppure non privo di una dimensione politica rilevante, che si impone sulle altre definizioni possibili dell'attore nel corso di quel tipico processo interattivo di «costruzione di senso» che è la campagna elettorale. Di volta in volta, il risultato può essere quello di un'immagine di coalizione (o di leader) moderna, o affidabile, o pragmatica, o onesta, o forte, o credibile, o capace e così via, oppure quello di un'immagine fondata su un attributo negativo opposto¹⁸. Secondo questa ipotesi, dunque, il fatto di suscitare o meno un'impressione positiva attraverso un messaggio e un'immagine convincenti dipende in buona misura dalla strategia di comunicazione prescelta dagli attori politici, e dalla loro capacità di condurla efficacemente a termine fino alla fine della campagna (Barisione 1996, 2001).

¹⁷ Questa è una delle differenze principali rispetto al modello «impressionista» elaborato in seno alla corrente cognitivista della scienza politica americana (vedi Lodge, McGraw e Stroh 1989). Il messaggio cui – secondo tale modello detto «di Stony Brook» – risulta sensibile, o «reattivo» (*responsive*) l'elettore e da cui egli riceverebbe un'impressione istantanea («on line») è infatti quello *policy-based* dei programmi elettorali (vedi Lodge, Steenberger e Brau 1995).

¹⁸ Sull'adozione di una prospettiva costruttivista all'analisi dell'immagine dei candidati, Barisione e Mannheim (2000, 372 e 379-80).

A partire da una lettura «impressionista» della logica decisionale degli elettori marginali si possono delineare, in particolare, tre tendenze di fondo:

1) Il ricorso a criteri di valutazione di ordine essenzialmente affettivo; in questo senso, sarebbe utile recuperare la logica del «Mi piace/non mi piace» presente nella nozione americana di *likability*, spostandola però dalla sua finalità euristica originaria ad una finalità puramente decisionale. Così, *likability* non è in questo caso tanto il meccanismo (la «scorciatoia cognitiva») che permette agli elettori meno informati di orientarsi nello spazio politico (*likability heuristic*), quanto più direttamente il meccanismo che permette loro di formarsi un'impressione di fondo piuttosto «sensoriale» e tardiva – anche se, come si è detto, non necessariamente irragionevole – dei principali soggetti politici e di effettuare infine una scelta di voto largamente fondata su tale impressione (*likability decision-making*, parafrasando l'espressione precedente).

2) Il primato di una logica di «persuasione» (al limite della «seduzione») su una logica di «argomentazione»; la competizione centrale si gioca in questo caso a una certa distanza dal vocabolario politico, dal dibattito d'opinione e dai contenuti programmatici, per situarsi in prossimità della sfera più emotiva, simbolica e semi-pubblicitaria della comunicazione e del marketing elettorale. In effetti, tale sarebbe la funzione decisiva di un approccio di marketing alla campagna: la costruzione di un messaggio e di un'immagine convincenti (e «seducenti»), suscettibili di ben impressionare proprio quegli elettori non identificati che si interessano meno alla politica. In fondo, in questa chiave potrebbero essere letti i successi di due «marchi» vincenti quali risultarono nel 1996 l'Ulivo e nel 1997 la *Gauche plurielle*, dotati entrambi di un'immagine di coalizione più persuasiva (in termini di «affidabilità» la prima, di «garanzia di cambiamento» la seconda) di quelle delle coalizioni avversarie¹⁹.

3) Un'accentuata esposizione all'«effetto-leadership»; se il valore aggiunto in termini di voti apportato dall'effetto-coalizione (qui inteso appunto sul piano comunicativo della migliore immagine di coalizione) sembra essere ingente, lo è verosimilmente altrettanto quello garantito dalla presenza di un candida-

¹⁹ Sull'immagine «pacifica e responsabile» trasmessa dall'Ulivo nella campagna del 1996, si veda anche Biorcio 1996.

to ben identificato per la leadership di governo (come erano Prodi e Jospin, ma meno – per ragioni congiunturali di opportunità politica – Berlusconi e Juppé)²⁰ e dotato di un'immagine politico-personale positiva (di nuovo, almeno più di quella dell'avversario)²¹. Una più spiccata propensione ad esprimere un voto personale²² caratterizza dunque l'ipotesi «impressionista» attribuita alla scelta degli elettori marginali, il cui giudizio comparativo sui candidati-leader si fonderebbe essenzialmente su quegli stessi attributi personali e di carattere generale, non *issue-oriented* eppure politicamente rilevanti («competente», «nuovo», «sincero», ecc.) con cui è stata qui identificata la nozione di immagine. Nell'esempio specifico, se Prodi e Jospin non godevano di una percezione particolarmente positiva fra l'elettorato, Berlusconi e Juppé giungevano ai rispettivi appuntamenti elettorali con una leadership debole ed un'immagine deteriorata, che le rispettive strategie di comunicazione non sono riuscite a migliorare nel corso della campagna. Lo scarto fra le immagini dei principali leader dovrebbe aver pesato soprattutto sulla scelta degli elettori marginali (che infatti hanno votato in misura maggiore per le coalizioni guidate da Prodi e da Jospin), proprio in ragione della loro maggiore sensibilità al fattore leadership.

In conclusione, non è forse azzardato sul piano teorico formulare l'ipotesi di un modello di voto «d'impressione», quanto meno in relazione al comportamento del «tipo» – ideale, ma anche empiricamente fondato – dell'elettore marginale²³. Una tale ipotesi non può tuttavia essere verificata, eventualmente convalidata e solo allora ulteriormente sviluppata che attraverso il ricorso a metodi di ricerca qualitativa e sperimentale (ad es. test audio-visivi), oltre che, certo, a nuove *survey*, costruite però a partire da questionari più specifici.

²⁰ Mentre nel '94 lo fu Berlusconi, ma non poté esserlo Achille Occhetto, leader di coalizione non esplicitamente candidato alla presidenza del consiglio.

²¹ È proprio dall'interazione fra effetto di coalizione e effetto di leadership – in un'accezione però più «strutturale» e meno «comunicativa» – che secondo D'Alimonte e Bartolini (1997, 281) emerge probabilmente il risultato del 1996.

²² Qui nell'accezione di voto a favore di un candidato-leader, non in quella originaria (Cain, Ferejohn e Fiorina 1987) riferita al candidato di collegio.

²³ L'espressione coincide con quella proposta da Marradi (1997, 24). Tuttavia, Marradi attribuisce al «voto di impressione» una «natura di risposta immediata, superficiale, irriflessa, affidata più ai sensi che all'intelletto»... di un elettore che «può mutare orientamento di sera in sera». Nel presente contributo, invece, si è cercato di sottolineare la natura meno «lunatica» e «irrazionale» di un'impressione globale formatasi (o modificatasi) nel medio periodo della campagna elettorale.

Riferimenti bibliografici

- Barisione, M. (1996), *Strategie e tecniche di comunicazione nelle campagne elettorali negli Usa*, in «Quaderni dell'Osservatorio elettorale», n. 35, pp. 115-160.
- (2001), *Gli effetti delle comunicazioni politiche di massa sul voto: un panorama delle ricerche*, in G. Sani (a cura di), *Mass Media ed elezioni*, Bologna, Il Mulino.
- Barisione, M. e R. Mannheim (1999), *I sondaggi*, Bologna, Il Mulino.
- (2000), *Il metodo dell'intervista nella ricerca politica*, in G. Trentini (a cura di), *L'intervista e il colloquio nelle scienze sociali*, Torino, Utet, pp. 368-389.
- Berelson, B., P. Lazarsfeld e W. McPhee (1954), *Voting*, Chicago, University of Chicago Press.
- Biorcio, R. (1996), *Comunicazione elettorale e identità: note sulla transizione italiana*, in «Quaderni di scienza politica», n. 2, pp. 195-223.
- Biorcio, R. e P. Natale (1989), *La mobilità italiana degli anni '80*, in «Rivista italiana di scienza politica», n. 3, pp. 385-430.
- Blondiaux, L. (1996), *Mort et résurrection de l'électeur rationnel*, in «Revue Française de Science Politique», n. 46, pp. 753-791.
- Boy, D. e N. Mayer (1990), *L'Électeur français en questions*, in Cevipof, *L'Électeur français en questions*, Paris, Presse de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, pp. 197-219.
- Butler, D. e D. Stokes (1974), *Political Change in Britain*, New York, Saint Martin's Press.
- Cain, B., J. Ferejohn e M. Fiorina (1987), *The Personal Vote*, Cambridge, Harvard University Press.
- Campbell, A., P. Converse, W. Miller e D. Stokes (1960), *The American Voter*, New York, Wiley and Sons.
- Capecchi, V., G. Galli, F. Cioni Polacchini e G. Silvini (1968), *Il comportamento elettorale in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Cayrol, R. (1986), *La nouvelle communication politique*, Paris, Larousse.
- Chiche, J. e J. Jaffré (1997), *Mobilité, volatilité, perplexité*, in D. Boy e N. Mayer (a cura di), *L'électeur a ses raisons*, Paris, Presses de Sciences Po, pp. 285-327.
- Converse, P. (1964), *The Nature of Belief Systems in Mass Publics*, in D. Apter, *Ideology and Discontent*, New York, The Free Press.
- Corbetta, P., A. Parisi e H. Shadee (1996), *Elezioni in Italia: struttura e tipologia delle consultazioni politiche*, Bologna, Il Mulino.
- Corbetta, P. e A. Parisi (a cura di) (1997), *A domanda risponde*, Bologna, Il Mulino.
- D'Alimonte, R. e S. Bartolini (a cura di) (1997), *Maggioritario per caso*, Bologna, Il Mulino.

- Deutsch, E., D. Lindon e P. Weill (1966), *Les familles politiques en France aujourd'hui*, Paris, Minuit.
- Downs, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy*, New York, Harper.
- Fiorina, M. (1981), *Retrospective Voting in American National Elections*, New Haven, Yale University Press.
- Habert, P. e A. Lancelot (1996), *L'émergence d'un nouvel électeur?*, in P. Habert, *Le nouvel électeur*, Paris, Presses de Sciences Po, pp. 21-59.
- Himmelweit, H. (a cura di) (1981), *How Voters decide*, New York, Academic Press.
- Key, V.O., (1966), *The Responsible Electorate*, New York, Vintage.
- Lazarsfeld, P., B. Berelson e H. Gaudet (1944), *The People's Choice*, New York, Columbia University Press.
- Lavau, G. (1986), *L'électeur français devient-il individualiste?*, in P. Birnbaum e J. Leca (a cura di), *Sur l'individualisme*, Paris, Presses de la Fnsp, pp. 301-330.
- Legnante, G. (1998), *Le tipologia del comportamento elettorale in Italia*, in «Quaderni di scienza politica», n. 1, pp. 111-172.
- Lindon, D., (1986), *Le Marketing politique*, Paris, Dalloz.
- Lipset, S.M e S. Rokkan (1967), *Cleavage structures, Party Systems and Voter Alignments: an Introduction*, in S.M. Lipset e S. Rokkan (a cura di), *Party Systems and Voter Alignments. Cross National Perspectives*, New York, The Free Press, pp. 1-64.
- Lodge, M., K. McGraw e P. Stroh (1989), *An Impression-driven model of Candidate Evaluation*, in «American Political Science Review», n. 83, pp. 399-419.
- Lodge, M., M. Steenbergen e S. Brau (1995), *The Responsive Voter: Campaign Information and the Dynamics of Candidate Evaluation*, in «American Political Science Review», n. 89, pp. 309-326.
- Luskin, R (1990), *Explaining Political Sophistication*, in «Political Behavior», n. 12, pp. 331-361.
- Mannheimer, R. (1987), *Capire il voto. Contributi per l'analisi del comportamento elettorale in Italia*, Milano, Franco Angeli.
- (1994), *Il mercato elettorale dei partiti tra il vecchio e il nuovo*, in R. Mannheimer e G. Sani, *La rivoluzione elettorale*, Milano, Anabasi, pp. 71-119.
- Marradi, A. (1997), *Casuale e rappresentativo: ma cosa vuol dire?*, in P. Ceri (a cura di), *Politica e sondaggi*, Torino, Rosenberg & Sellier, pp. 23-89.
- Natale, P. (1997), *Mutamento e stabilità nel voto degli italiani*, in R. D'Alimonte e S. Bartolini (a cura di), *op. cit.*, pp. 207-236.
- Nie, N., S. Verba e J. Petrocik (1979), *The Changing American Voter*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press.
- Parisi, A. e G. Pasquino (a cura di) (1977), *Continuità e mutamento elettorale in Italia*, Bologna, Il Mulino.

- Pomper, G. (1975), *Voter's Choice*, New York, Dodd Mead.
- Popkin, S. (1991), *The Reasoning Voter*, Chicago, University of Chicago Press.
- Sani, G. (1994), *Modelli di cittadino e comportamenti di massa*, in R. Mannheim e G. Sani, *La rivoluzione elettorale*, Milano, Anabasi, pp. 15-37.
- Segatti, P. (1997), *Mutamento e continuità nel movimento elettorale*, in P. Corbetta e A. Parisi (1997), pp. 215-161.
- Siegfried, A. (1913), *Tableau politique de la France de l'Ouest sous la III^e République*, Paris, Imprim. Nationale.
- Sniderman, P.M. (1993), *The New Look in Public Opinion Research*, in A. Finifter (a cura di), *Political Science: The State of the Discipline II*, Washington, Apsa, pp. 219-247.
- Sniderman, P.M., R. Brody e P. Tetlock (a cura di) (1991), *Reasoning and Choice*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Zucchini, F. (1997), *La decisione di voto: i tempi, l'oggetto, i modi*, in P. Corbetta e A. Parisi (1997), pp. 91-139.