ITANES

Il ritorno di Berlusconi

Vincitori e vinti nelle elezioni del 2008

il Mulino

ISBN 978-88-15-12739-6

Copyright © 2008 by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere fotocopiata, riprodotta, archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo – elettronico, meccanico, reprografico, digitale – se non nei termini previsti dalla legge che tutela il Diritto d'Autore. Per altre informazioni si veda il sito **www.mulino.it/edizioni/fotocopie**

Finito di stampare nell'ottobre 2008 dalla litosei, via rossini 10, rastignano, bologna

10. L'offerta personalizzata degli sfidanti

Ancora una volta la campagna per le elezioni italiane del 2008 è apparsa, in misura significativa, come una competizione tra due leader pseudo-presidenziali che si candidavano alla guida del paese. Questo processo di «presidenzializzazione» delle campagne e del voto, riscontrabile appunto anche in sistemi politici formalmente non presidenziali come quello italiano, trae la sua origine dalla personalizzazione crescente della politica, a sua volta dovuta a molteplici cause di lungo periodo. In alcuni contesti, tuttavia, un'offerta elettorale «presidenzializzata» non è solo la conseguenza di processi di lungo periodo, ma anche una scelta strategica esplicita da parte di attori politici quali i partiti e i loro leader. Il caso italiano del 2008 appare in questo senso particolarmente significativo, perché a un'offerta tradizionalmente molto personalizzata come quella del centrodestra, incentrata sulla figura simbolica del suo leader Berlusconi, si è affiancata una forte «leaderizzazione» dell'offerta proveniente dal centrosinistra, e in particolare dal Partito democratico di Veltroni.

I contenuti di questa strategia d'offerta incarnata dal leader del Pd possono essere sintetizzati in un richiamo al superamento delle contrapposizioni politico-ideologiche tradizionali e a una certa trasversalità politica e sociale, che permettesse di scombinare le linee di divisione elettorale consolidate tra centrosinistra e centrodestra e di accedere a un «mercato» elettorale fino a quel momento congelato sull'asse berlusconismo *versus* antiberlusconismo. Proiettando un messaggio politico relativamente postideologico e trasversale e raffigurando Berlusconi come il rappresentante di un'era di contrapposizioni e conflitti appartenenti al passato, Veltroni si rivolgeva anche a parte dell'elettorato più vicino al centrodestra. Fino a che punto questa strategia di comunicazione

si riflette nella percezione dei leader e nelle scelte di voto degli elettori?

1. I livelli di popolarità dei leader a confronto

L'analisi della prima parte di questo capitolo si propone di rilevare se e in che misura la citata strategia di «trasversalità» trovi corrispondenza negli atteggiamenti degli elettori verso Veltroni, ed eventualmente con quali costi; inoltre, se essa investa anche le percezioni pubbliche di Berlusconi, oppure se il leader del Pdl permanga un fattore di polarizzazione politica, che divide e radicalizza il pubblico fra sostenitori e oppositori della sua leadership.

Come primo dato di fondo, la tabella 10.1 mostra i livelli complessivi di popolarità dei principali leader politici italiani nella rilevazione postelettorale dell'aprile 2008. Nella prima colonna, i valori percentuali esprimono le proporzioni di giudizi positivi (almeno 6/10 su una scala da 1 a 10) assegnate dall'insieme degli intervistati a ogni leader, mentre la seconda colonna presenta i punteggi medi – una sorta di «pagella» del gradimento pubblico dei leader – rilevati sulla stessa scala. Questi dati – che vanno considerati come puramente orientativi, anche perché scontano l'effetto del risultato elettorale favorevole al Pdl – confermano come il leader del Pd detenesse un capitale di popolarità importante, a livelli comparabili (e, nel biennio precedente alle elezioni, superiori) a quelli degli avversari Fini e Berlusconi. Sul piano della

TAB. 10.1. PERCENTUALE DI GIUDIZI SUFFICIENTI, VALORI MEDI E VARIABILITÀ NEL PUNTEGGIO DA 1 A 10 E PER I LEADER DEI PRINCIPALI PARTITI

	%	MEDIA	DEV. STANDARD	(N)
Fini (Pdl)	54,4	5,8	2,5	2.625
Veltroni (Pd)	53,5	5,9	2,3	2.662
Berlusconi (Pdl)	53,4	5,6	3,0	2.680
Di Pietro (Idv)	46,6	5,4	2,3	2.610
Casini (Udc)	42,0	5,2	2,1	2.582
Bossi (Lega)	38,5	4,6	2,8	2.625
Bertinotti (Sa)	29,7	4,5	2,3	2.562
Santanchè (La Destra)	26,1	4,2	2,4	2.167

popolarità, Veltroni si confermava il candidato più competitivo nell'intero arco del centrosinistra.

Inoltre – e qui giunge una prima risposta agli interrogativi precedenti – i punteggi assegnati dagli elettori a Veltroni hanno la caratteristica di essere mediamente meno «estremi» di quelli di altri leader, e soprattutto nettamente meno estremi di quelli attribuiti a Berlusconi. Ciò appare chiaro dalla terza colonna della tabella, quella relativa alla deviazione standard delle valutazioni medie ai leader. Questi valori, che esprimono appunto la dispersione, o variabilità, dei punteggi intorno alla media, mostrano come Berlusconi ottenga valutazioni più spesso molto alte o molto basse di quanto non accada appunto per Veltroni, o per altri leader che, di fatto, polarizzano meno l'elettorato, come Casini, Di Pietro o Bertinotti.

Oltre a questa prima indicazione, che suggerisce un dualismo tra un Veltroni piuttosto popolare e sufficientemente consensuale e un Berlusconi altrettanto popolare ma molto più polarizzante, la figura 10.1 è in grado di fornire elementi di valutazione più precisi in questo senso.

Il grafico riporta i punteggi medi assegnati ai principali sfidanti nelle ultime due elezioni dagli intervistati a seconda della loro

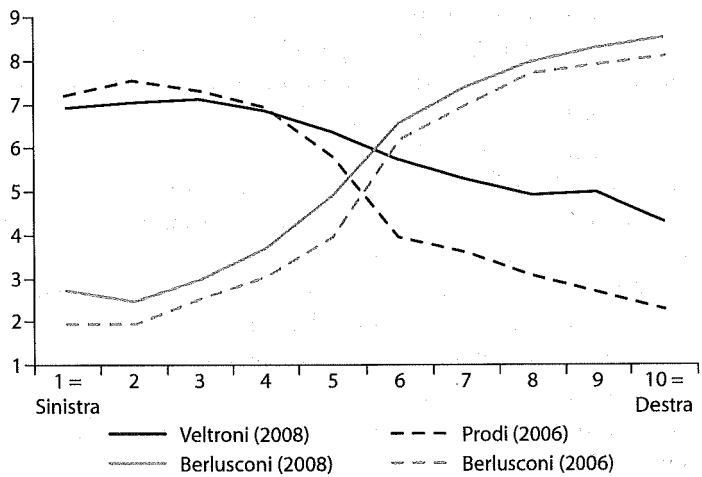


FIG. 10.1. Punteggi medi a Veltroni e Berlusconi (2008) e a Prodi e Berlusconi (2006) per autocollocazione politica.

autocollocazione politica sull'asse sinistra-destra. Partendo dalle due linee continue, si osserva come quella più scura, relativa ai giudizi su Veltroni, sia molto meno inclinata della linea chiara che riguarda Berlusconi. Ciò significa che le valutazioni del leader del Pdl dipendono in ben più larga misura di quelle di Veltroni dagli orientamenti ideologici degli elettori: anche qui, Berlusconi è valutato molto meglio a destra e molto peggio a sinistra di quanto non accada al leader del Pd rispettivamente con gli elettori di sinistra e di destra. Di nuovo si conferma il carattere molto più trasversale del leader di centrosinistra e molto più polarizzante del leader di centrodestra. E nel caso delle elezioni del 2006? Qui, come mostrano le linee tratteggiate, l'andamento dei punteggi assegnati a Berlusconi e allo sfidante Prodi è molto più simmetrico: senza raggiungere medie molto più elevate di Veltroni tra gli elettori più a sinistra (per i quali – lo ricordiamo – Prodi era il leader di riferimento in quanto candidato dell'Unione), il fondatore dell'Ulivo riceveva valutazioni molto negative dagli elettori appartenenti all'intero spettro del centrodestra. In questo, quindi, la novità rappresentata dalla leadership di Veltroni appare reale e riflette una capacità di attrarre valutazioni relativamente positive anche da parte di elettori non schierati a centrosinistra.

Tuttavia, un costo apparente di questa relativa trasversalità politica nei giudizi sul leader del Pd parrebbe essere quello di un più tiepido sostegno «intrapartito»: Veltroni è insieme a Fini il leader che pare meno «plebiscitato» dagli elettori del rispettivo partito, i quali, pur valutandolo positivamente, lo fanno con un'intensità lontana da quella manifestata dagli elettori del Pdl per Berlusconi. Ciò pone la questione della capacità di mobilitazione elettorale del leader del Pd. È cioè possibile che, nonostante la forte popolarità complessiva, Veltroni abbia rappresentato una motivazione di voto tutto sommato debole per gli elettori del proprio partito? E come valutare un risultato elettorale che, in tutta evidenza, segnala come l'immagine trasversale di Veltroni non abbia funzionato da richiamo per quote consistenti di elettori del centrodestra? Prima di affrontare queste domande, è necessario approfondire l'analisi delle immagini di Veltroni e di Berlusconi sul piano di alcune importanti caratteristiche personali e di leadership.

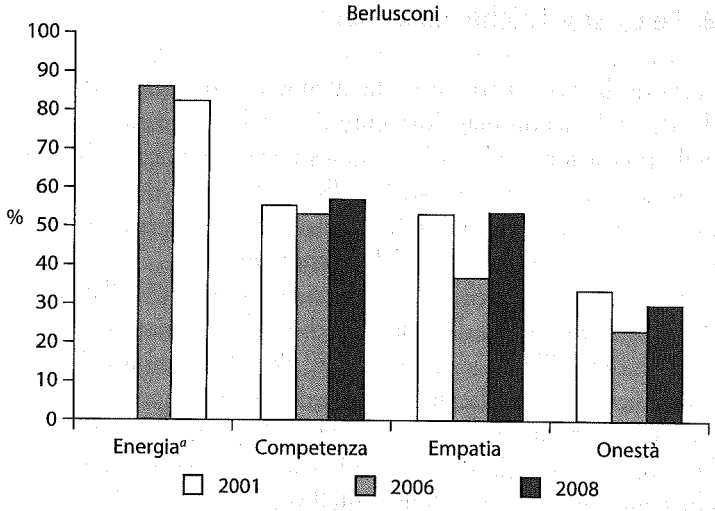
2. Le caratteristiche dei leader

Secondo la ricerca psicosociale, alcune caratteristiche degli individui colpiscono maggiormente l'attenzione e contano di più nella formazione del giudizio. Queste caratteristiche, che sono comuni sostanzialmente anche alla valutazione dei candidati, possono essere ricondotte a due grandi dimensioni: la dimensione dell'*azione* e la dimensione della *comunione*.

La dimensione dell'*azione* rimanda alla sfera dell'attività e della creatività dell'individuo, nonché dell'affermazione o della supremazia dell'individuo rispetto ad altri. Nell'ambito di questa dimensione si fa a volte un'ulteriore distinzione, quella tra l'*energia* della persona che stiamo giudicando (caratteristiche come l'essere energico, deciso, ecc.) e la sua *competenza* (caratteristiche come l'essere competente, intelligente, ecc.). La dimensione della *comunione* è più legata alla sfera delle relazioni sociali, dei legami che l'individuo ha con gli altri e del rispetto delle regole che governano questi legami. Anche in questa seconda dimensione è possibile individuare due sottodimensioni. Possiamo cioè concentrarci sull'*empatia* della persona che abbiamo di fronte (caratteristiche come l'essere attento agli altri, comprensivo, ecc.) oppure sulla sua *onestà* (caratteristiche come l'essere sincero, onesto, ecc.).

Vediamo allora cosa è successo quando, nella nostra inchiesta, abbiamo chiesto agli intervistati di dire se i due principali antagonisti delle ultime elezioni, Berlusconi e Veltroni, possiedono o meno quattro caratteristiche che rimandano alle dimensioni di giudizio di cui abbiamo parlato, ossia: energia («Berlusconi/Veltroni è/non è un leader forte»), competenza («è/non è preparato»), empatia («capisce/non capisce i problemi della gente») e onestà («è/non è onesto»).

Nella figura 10.2 sono riportate le percentuali di intervistati che hanno attribuito ciascuna di queste caratteristiche ai due leader candidati nelle elezioni del 2008. Sono anche riportate, a scopo di confronto, le risposte che gli intervistati avevano dato alle stesse domande in occasione delle elezioni del 2001 e del 2006. Naturalmente, mentre per il centrodestra il candidato valutato è



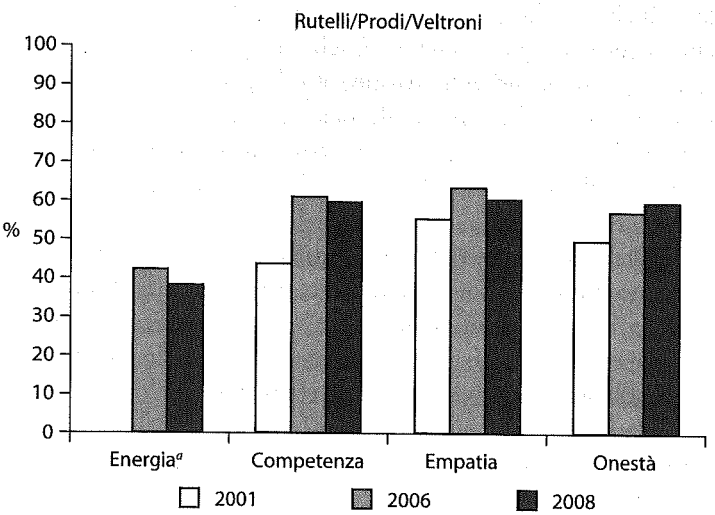


FIG. 10.2. Caratteristiche attribuite ai candidati nel 2001, 2006 e 2008.

[a] Nella rilevazione Itanes del 2001 questa caratteristica non era stata rilevata.

fonte: Itanes, inchieste postelettorali 2001, 2006 e 2008.

sempre lo stesso, nel caso del centrosinistra i candidati valutati sono diversi, cioè rispettivamente Rutelli, Prodi e Veltroni.

Da un primo sguardo d'insieme emerge anzitutto che la percentuale di elettori che percepiscono Berlusconi come un «leader forte» (caratteristica dell'energia) è chiaramente superiore alla percentuale di elettori che attribuiscono la stessa caratteristica ai candidati di centrosinistra (rispetto a questa caratteristica manca tuttavia il dato del 2001, che non è stato rilevato). Nel valutare questa differenza bisogna tener conto del fatto che l'energia è una caratteristica che spesso gli elettori percepiscono come più «propria» dei candidati del centrodestra. È tipico infatti di chi condivide questa ideologia porre l'accento sulle capacità di affermazione dell'individuo, sulla sua forza, sulla sua determinazione nel destreggiarsi in un mercato aperto e competitivo. Non è sorprendente quindi che anche dai leader politici di centrodestra gli elettori si aspettino soprattutto caratteristiche di forza e di energia. Nel caso italiano, a questo fatto si aggiunge che Berlusconi sin da subito si è presentato sulla scena politica come un imprenditore di successo, un uomo energico, deciso, capace di prendere in mano e risolvere i problemi dello stato, così come già faceva all'interno della propria azienda. Inoltre, diversi studi hanno mostrato che in genere chi è stato al governo per un certo tempo, come è il caso di Berlusconi, viene «naturalmente» percepito come leader più forte di chi non c'è stato. Detto tutto questo, rimane il fatto che Berlusconi appare nettamente superiore a tutti i candidati di centrosinistra in una caratteristica, l'energia appunto, che molte ricerche di psicologia politica hanno mostrato essere determinante nel giudizio finale che l'elettore dà di un candidato.

Tornando all'esame della figura 10.2, osserviamo che i leader di centrosinistra, se risultano inferiori a Berlusconi quanto all'energia, risultano invece superiori (sia pure con alcune variazioni tra un'elezione e l'altra) rispetto alle altre tre caratteristiche, soprattutto l'empatia e l'onestà. Ricerche condotte in diversi contesti culturali e politici hanno mostrato che se, come si è detto, la caratteristica dell'energia appare più vicina all'ideologia del centrodestra, la caratteristica dell'empatia appare invece più vicina all'ideologia di centrosinistra. Sono infatti temi tipicamente collegati a questa

parte politica quelli del *social welfare*, della solidarietà, della tolleranza e dell'apertura nei confronti degli altri. Avviene dunque spesso che per estensione si attribuisca maggiormente ai leader di centrosinistra un tratto tipicamente relazionale come l'empatia.

Che dire dell'altra caratteristica che è risultata superiore nei leader di centrosinistra, vale a dire l'onestà? L'importanza di questa caratteristica nella valutazione di un candidato dipende dal contesto nel quale la valutazione avviene. In determinati contesti accade che non sia in discussione l'onestà di alcuno dei candidati, che sia data in un certo senso per scontata. In altri contesti l'onestà, per vari motivi, diviene una caratteristica particolarmente saliente. Questo può essere stato il caso nel contesto italiano, dove l'onestà dei politici è stata più volte al centro dell'attenzione dell'opinione pubblica, in seguito a scandali di vario tipo, primo fra tutti quello che ha determinato la fine della cosiddetta prima Repubblica. Anche Berlusconi è stato ripetutamente al centro dell'attenzione per le accuse di comportamenti disonesti che l'hanno portato più volte in tribunale. Non sorprende quindi che la caratteristica rispetto alla quale Berlusconi viene valutato come più debole, anche nel confronto con i candidati di centrosinistra, sia per l'appunto l'onestà.

Abbiamo visto dunque che vi sono degli elementi costanti nelle valutazioni che gli elettori hanno dato dei leader di centrosinistra e di centrodestra in occasione delle ultime tre elezioni. Vi sono però anche alcune variazioni. Come si può rilevare sempre nella figura 10.2, nel caso di Berlusconi le uniche variazioni sostanziali riguardano i giudizi di empatia e onestà, che hanno avuto un calo nel 2006 rispetto al 2001, per poi tornare nel 2008 ai livelli iniziali. Potremmo dire che si tratta di un calo fisiologico, visto che nel 2006, e non negli altri casi, la valutazione riguardava un leader di governo, per di più in crisi di popolarità, e in diversi studi si è osservato che questa condizione porta spesso a un peggioramento della valutazione da parte degli elettori, almeno rispetto ad alcune caratteristiche. Se ora spostiamo l'attenzione sui candidati di centrosinistra, ciò che salta all'occhio è la sostanziale similarità nei giudizi su Prodi (2006) e Veltroni (2008), mentre è costantemente inferiore la posizione occupata da Rutelli (2001).

I dati che abbiamo visto finora sono quelli relativi all'intero campione di intervistati. Vale la pena tuttavia confrontare questi dati con quelli di chi si è schierato con l'uno o l'altro candidato, vale a dire coloro che hanno dichiarato di aver votato rispettivamente per il Pdl e il Pd. Nella tabella 10.2 la percentuale di elettori di un candidato che gli hanno attribuito una certa caratteristica è messa a confronto con la percentuale di elettori che gli hanno attribuito la stessa caratteristica nel campione globale, e l'ultima colonna della tabella riporta la differenza tra le due percentuali. Abbiamo già visto nella prima parte come Berlusconi polarizzi di più gli elettori rispetto a Veltroni, nel senso che il giudizio di chi lo vota è molto diverso da quello di chi non lo vota. Ora si tratta di vedere se la polarizzazione emerge anche nelle varie caratteristiche attribuite ai candidati. Osservando la tabella 10.2, notiamo che sono solo due (su quattro) le caratteristiche rispetto alle quali il giudizio su Berlusconi appare davvero polarizzato: l'empatia e l'onestà. Per i suoi elettori, ma molto meno per gli altri, Berlusconi è un politico che capisce i problemi della gente ed è onesto. Non vi sono invece differenze altrettanto significative tra gli elettori del Pdl e gli elettori nel loro insieme per quanto riguarda la valutazione di competenza e, soprattutto, di energia di Berlusconi: su quest'ultima caratte-

TAB. 10.2. CARATTERISTICHE ATTRIBUITE AI CANDIDATI DA TUTTI GLI ELETTORI E DAGLI ELETTORI DEL RISPETTIVO PARTITO (VALORI PERCENTUALI)

	BERLUSCONI		
	TUTTI	ELETTORI PDL	DIFF.
Energia	82,3	94,8	12,5
Competenza	57,0	82,0	25,0
Empatia	53,6	85,9	32,3
Onestà	30,0	60,9	30,9
	VELTRONI		
	TUTTI	ELETTORI PD	DIFF.
Energia	38,1	61,8	23,7
Competenza	59,7	85,0	25,3
Empatia	60,4	88,8	28,4
Onestà	59,7	85,9	26,2

ristica sono praticamente d'accordo tutti, sia chi l'ha votato sia chi non l'ha votato.

Se ora spostiamo la nostra attenzione sulla seconda parte della tabella 10.2, quella relativa a Veltroni, notiamo che nel caso di questo candidato le differenze nell'attribuzione delle caratteristiche da parte dei propri elettori e degli elettori nel loro insieme sono lievi e più o meno tutte della stessa entità, come se vi fosse un sostanziale accordo fra gli elettori nel definire il suo profilo. Veltroni viene percepito dalla stragrande maggioranza dei suoi elettori ma anche, come già sappiamo, da una percentuale elevata degli elettori nel loro insieme, come un politico capace di comprendere la gente, competente e onesto. È invece decisamente più limitata la percentuale di coloro che valutano Veltroni come un leader forte, sia tra gli elettori in generale sia tra gli elettori del Pd.

Per concludere, gli elettori valutano diverse caratteristiche di un candidato e alcune caratteristiche in un particolare contesto elettorale possono acquisire più importanza di altre. In base alle nostre analisi, la caratteristica che più ha contribuito a differenziare il profilo dei due candidati nelle ultime elezioni (e quindi verosimilmente può avere più influito sull'esito finale) è proprio l'energia, come abbiamo visto attribuita in modo praticamente unanime a Berlusconi e con molta meno frequenza a Veltroni. Ci sono diversi motivi per pensare che la valutazione della caratteristica di energia dei candidati abbia avuto un ruolo particolarmente rilevante nella definizione della loro immagine pubblica e, potenzialmente, nelle scelte di voto di alcune categorie di elettori. Come mostrano chiaramente altri capitoli di questo volume, il voto del 2008 è avvenuto in un momento in cui l'incertezza economica e lavorativa è sicuramente in crescita nell'ambito di una realtà economica mondiale decisamente in affanno (vedi cap. 14). Spesso in questi casi insieme all'incertezza economica crescono altre forme di incertezza, come quella legata alla paura della criminalità o dell'immigrazione clandestina (vedi cap. 12). Ora, quando l'incertezza diventa per le persone una percezione dominante (e naturalmente sgradita) l'obiettivo primario di molte scelte può diventare proprio quello di ridurre l'incertezza. Nel caso della scelta di voto, un modo di raggiungere questo obiettivo può

essere quello di scegliere il candidato che ci appare più deciso, più determinato, più abile nel comunicare in modo diretto, semplice ed efficace la propria intenzione di risolvere i problemi del paese. Così, se è vero che la caratteristica dell'energia è praticamente sempre importante nella scelta di un leader politico, alcuni studi hanno dimostrato che può divenire addirittura cruciale quando, per una serie di ragioni, le persone vengono a trovarsi in una situazione di incertezza.

Se Berlusconi è stato giudicato unanimemente come un leader energico – una caratteristica che comunque viene spesso percepita come propria dei leader di centrodestra –, a Veltroni sono invece state largamente attribuite, dai suoi elettori ma anche dagli elettori in generale, caratteristiche di competenza, empatia e onestà. Tuttavia, la maggior parte degli elettori sono stati altrettanto concordi nel *non* attribuirgli proprio la caratteristica centrale nel contesto delle ultime elezioni, ossia l'energia. Quest'ultimo elemento può aver costituito un importante svantaggio competitivo per il leader del Pd nel contesto elettorale del 2008.

Finora si sono quindi rilevate due principali differenze tra le rappresentazioni pubbliche dei principali sfidanti: da una parte, si è detto, al carattere tipicamente polarizzante di Berlusconi si contrappone la maggiore trasversalità, e in una misura inedita per un leader del centrosinistra, di Veltroni; dall'altra, al candidato del Pdl viene riconosciuta dagli elettori una forza di leadership nettamente superiore a quella del candidato democratico.

Tornando alla questione sulla quale ci si interrogava, quale può essere considerato dunque «l'effetto Veltroni» sul voto del 2008?

Alla domanda riguardo a che cosa abbiano guardato prevalentemente per decidere come votare, gli elettori del Pd (vedi tab. 10.3) indicano «il leader» nella stessa misura di quelli del Pdl. Pur nella semplicità della formulazione, questa domanda indica in modo piuttosto efficace, come mostrato da ricerche precedenti, un certo orientamento al leader negli elettorati dei vari partiti. Tipicamente, chi ha votato per l'Italia dei valori risponde ad esempio in proporzioni più elevate che il leader è stato importante per la propria scelta. Ciò vale in generale per

TAB. 10.3. PERCENTUALI DI ELETTORI DEI VARI PARTITI CHE AFFERMANO DI AVER GUARDATO SOPRATTUTTO AL LEADER PER DECIDERE COME VOTARE

	2008		2006
Idv	52,5	Fi	45,3
Udc	47,5	Idv	35,0
Pd	39,6	Lega	31,8
Pdl	39,1	Udc	30,0
La Destra	38,1	An	26,1
Sa	22,9	Rc	20,8
Lega	14,0	Ulivo	13,8

nota: Altre opzioni di risposta oltre al leader: la coalizione, il partito, il programma.

i partiti dalla leadership più personalizzata da una parte (come l'Udc di Casini o, appunto, l'Italia dei valori di Di Pietro), e per i partiti dell'area politica di centrodestra dall'altra.

Il dato relativo agli elettori del Pd appare molto significativo non tanto in sé, quanto nel raffronto con il caso della lista l'Ulivo nel 2006. Allora la percentuale di coloro che indicavano il leader (Prodi) come il fattore determinante per la loro decisione fu marginale. Nel 2008 invece questa diventa del tutto rilevante, rendendo per la prima volta indistinguibili gli atteggiamenti degli elettori dei partiti di centrosinistra e di centrodestra verso il fattore leadership.

Tuttavia, in termini più concretamente elettorali, Veltroni non è parso in grado di apportare al Pd quel valore aggiunto di voti cui era legato l'esito della propria scommessa. Al di là dell'attenuante di una campagna elettorale probabilmente troppo breve perché potesse distribuire i frutti di una strategia di trasversalità politica rivolta all'elettorato non tradizionalmente di centrosinistra, due spiegazioni più fondamentali possono essere ipotizzate in conclusione: la prima riguarda il deficit d'immagine di Veltroni sul piano dell'energia e della leadership «forte», elemento che, come si è detto, è di particolare rilievo nei contesti di incertezza sociale; la seconda chiama in causa la capacità dei leader politici, al di là del caso «unico» di Berlusconi, di esercitare un impatto realmente decisivo sul voto in un sistema politico di tipo parlamentare quale in fondo rimane, nonostante le vistose tendenze pseudo-presidenziali, la democrazia italiana.