

IL SONDAGGIO

In crescita chi pensa
che votare sia inutile

Astensionismo, senza
un'idea 3 italiani su 10

Daniele Marini A PAGINA 7

Effetto banderuola sulle elezioni senza un partito tre italiani su 10

Cala il distacco verso la politica e cresce la tendenza a valutare l'offerta
Astensionismo, raddoppia il numero di chi pensa che votare sia inutile

DANIELE MARINI

Diminuisce il distacco degli italiani dalla politica ma non aumenta l'identificazione verso i partiti. Piuttosto, cresce una vicinanza disincantata e, soprattutto, un atteggiamento negoziale verso l'offerta politica. Ciò si spiega osservando lo svolgersi di una campagna elettorale questa volta più che mai attraversata dall'incertezza.

C'è una politica delle incertezze e un'incertezza verso la politica. La prima è determinata da un insieme di fattori. La nuova legge elettorale, sulla scorta delle previsioni di voto, sembra consegnerà al Paese una tripolarità che richiederà, per formare un governo, almeno che due poli si accordino. Una situazione oggi deplorata nelle dichiarazioni ufficiali, ma che dietro le quinte vede i diversi attori cercare abbozzamenti. Che dire poi dei proclami elettorali? Proprio per cercare di attrarre un elettorato disaffezionato, s'è generato un vero e proprio «mercato delle promesse». Dunque, ci ritroviamo di fronte a una politica che si mostra indeterminata nelle sue visioni: la politica delle incertezze.

Questa situazione è il riverbero di un'altra dimensione che spaventa le forze in campo: l'incertezza verso la politica, che trova alimento nella possibilità che un novero cospicuo di elettori non si rechi alle urne, in particolare fra i giovani. Nell'ultima tornata elettorale nazio-

nale (2013) si è toccato il picco più elevato delle astensioni: un elettore su quattro (25,1%). Non a caso il presidente Sergio Mattarella, nel discorso di fine d'anno, ha rivolto un accorato appello alle giovani generazioni affinché partecipino.

Il confronto con il 2015

La ricerca di Community Media Research, in collaborazione con Intesa Sanpaolo per «La Stampa», più che sondare le intenzioni di voto ha esplorato gli orientamenti nei confronti della politica e dei partiti. Il dibattito politico fa emergere una maggiore attenzione ai temi elettorali e un crescente sentimento di vicinanza alle formazioni politiche. Ma sempre tenendo una certa distanza.

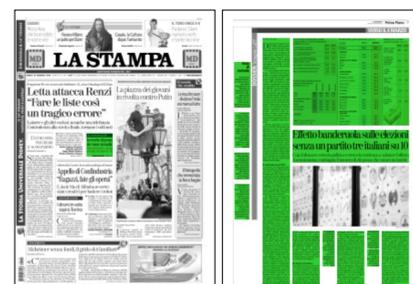
Il confronto con una precedente rilevazione, svolta all'epoca delle ultime elezioni regionali (2015), mette in luce come non aumenti il livello di identificazione con un partito (16%, era il 17,7%) e cresca un generico interessamento verso un partito (31%, era il 18%). Soprattutto è un sentimento negoziale ad aumentare in misura più cospicua: il 30,7% degli italiani dichiara di non avere un partito o movimento in cui si identifica, ma di valutare l'offerta di volta in volta (era l'11,7% nel 2015). Quindi, diminuisce l'atteggiamento di distacco dai partiti (dal 52,7% del 2015 al 22,3% odierno) per effetto dell'aumentata discussione pubblica, ma, più che alimentare un'adesione convinta, genera il riaffiorare di un sentimento di

prossimità-a-distanza e fa lievitare l'atteggiamento negoziale.

È il segno emblematico dell'affievolimento delle appartenenze tradizionali, cui ancora nessuna cultura politica si è sostituita. Infatti, se analizziamo questo risultato con la dichiarazione di collocazione nei tradizionali schieramenti politici degli interpellati, possiamo evidenziare dove siano le aree di elettorato più critiche per l'arena politica. Se l'elettore di centro-sinistra è fra quelli più identificati con un partito (ma solo il 20,8%) o si sente vicino ad esso (39,4%), sono gli elettori cosiddetti moderati (di centro: 61,2%) a esprimere un atteggiamento di gran lunga negoziale. D'altro canto, chi non ritiene di collocarsi in alcuna delle famiglie politiche, manifesta un forte distacco dalla politica (43,8%). Quindi, moderati e quanti non si riconoscono nelle tradizionali culture politiche costituiscono per i partiti i bacini elettorali cui attingere.

Né destra né sinistra

Il profilo di chi non vuole o riesce a collocarsi lungo il continuum destra-sinistra è sufficientemente chiaro. Detto che si



tratta di circa il 26% degli italiani, in questo gruppo troviamo più facilmente la componente femminile (28,6%), i più giovani (31,8%, fino a 24 anni), chi ha un basso titolo di studio (29,8%), le casalinghe (46,6%) e chi risiede nel Mezzogiorno (31,5%).

Ma, ad oggi, quanti pensano di andare a votare? Il 70,1% dichiara che si recherà alle urne, mentre il restante 29,1% mostra perplessità. È una quota non dissimile dall'astensionismo registrato nel 2013, se non in leggero aumento. Ad essere più indecisi risultano più che i giovani, le fasce di popolazione in condizione attiva sul mercato (35-64 anni), chi ha un basso titolo di studi e vive nel Centro Italia. In particolare, l'incertezza riguarda chi ha un atteggiamento negoziale verso la politica, gli elettori di orientamento moderato e chi non si colloca nello schieramento politico.

Il motivo prevalente (e crescente nel tempo) per cui non pensano di recarsi a votare è perché lo ritengono un atto inutile: tanto le cose non cambiano (48,7%, 27,5% nel 2015). Da un lato, le tradizionali appartenenze politiche si sono sfarinare e l'elettore guarda prevalentemente all'offerta politica con occhi attenti, ma disincantati e negoziali. Dall'altro lato, l'incertezza dello scenario politico (che dura da un quarto di secolo!) e il senso di inutilità del voto pervade quote importanti dei cittadini. È l'immagine di un Paese dove la fase di destrutturazione e la precarietà costituiscono ormai la normalità. E i tentativi di riforma non sembrano trovare mai compimento. Anzi, quanto costruito viene demolito da chi viene dopo. Ma solo una progettualità costruttiva potrà rigenerare il capitale sociale fondamentale per il futuro: la fiducia.

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Lei si sente idealmente vicino a un partito o a una formazione politica? (val. %)

	2018	2015
Sì, idealmente m'identifico con un partito/movimento	16,0	17,7
Sì, mi sento abbastanza vicino a un partito/movimento	31,0	18,0
Non c'è un partito/movimento in particolare in cui m'identifico: valuto di volta in volta	30,7	11,7
No, nessuno si avvicina alle mie idee	13,0	17,3
No, i partiti/movimenti non servono	2,4	10,2
Non so, mi sembrano tutti uguali	6,8	25,2

Profilo dell'identificazione con una formazione politica (val. %)

	Identificati	Interessati	Negoziati	Distaccati
2018	16,0	31,0	30,7	22,3
2015	17,7	18,0	11,6	52,7
Autocollocazione politica				
Centro-destra	14,3	30,0	30,0	25,7
Centro	4,1	16,3	61,2	18,4
Centro-sinistra	20,8	39,4	28,0	11,8
Non collocati	7,8	15,4	33,1	43,8

Community Media Research
LA STAMPA

Fonte: Community Media Research
Intesa Sanpaolo per La Stampa,
gennaio 2018 (n. casi: 1.482)

Profili della partecipazione (val. %)

	DECISI	INDECISI
TOTALE	70,1	29,9
GENERE		
Femmina	68,7	31,3
Maschio	71,8	28,2
LIVELLO DI STUDIO		
Basso	64,4	35,6
Medio	70,1	29,9
Alto	75,6	24,4
CONDIZIONE		
Imprenditore	69,8	30,2
Dirigente, tecnico	65,3	34,7
Lavoratore manuale	70,0	30,0
Disoccupato	52,9	47,1
Pensionato	75,7	24,3
Casalinga	69,6	30,4
Studente	73,5	26,5
VICINANZA POLITICA		
Identificati	89,0	11,0
Interessati	84,1	15,9
Negoziati	66,6	33,4
Distaccati	41,8	58,2
AUTOCOLLOCAZIONE POLITICA		
Centro-destra	71,3	28,7
Centro	62,3	34,7
Centro-sinistra	74,6	25,4
Non collocati	60,2	39,8

Motivi per cui non andrà a votare (val. %)

	2018	2015
Votare è inutile, tanto le cose non cambiano	48,7	27,5
I politici non s'interessano ai problemi della gente come me	24,6	37,4
I partiti mi fanno schifo	12,9	15,2
Non capisco nulla di politica	7,4	9,3
Lascio fare politica a chi se ne intende più di me	3,8	1,7
La politica è una cosa sporca	2,6	8,9



Nota di metodo

Community Media Research, in collaborazione con Intesa Sanpaolo per La Stampa, ha realizzato l'indagine LaST (Laboratorio sulla società e il territorio) che si è svolta a livello nazionale dal 9 al 22 gennaio 2018

Il campione scelto è rappresentativo della popolazione residente in Italia con età superiore ai 18 anni. Gli aspetti metodologici e la rilevazione sono stati curati dalla società Questlab. I rispondenti totali sono stati 1.482 (su 13.384 contatti)

L'analisi dei dati è stata riproporzionata sulla base del genere, del territorio, delle classi d'età, della condizione professionale e del titolo di studio. Il margine di errore è pari a +/-2,5%

La rilevazione è avvenuta con una visual survey attraverso i principali social network e con un campione casuale raggiungibile con i sistemi Cawi e Cati. Documento completo su www.agcom.it e www.communitymediaresearch.it

I moderati
Se gli elettori di centro-sinistra sono fra i più identificati con un partito (ma solo il 20,8%), sono quelli di centro (61,2%) a esprimere un atteggiamento di gran lunga negoziale

Gli indecisi
Fra chi ancora non sa se andrà o meno a votare ci sono le fasce di popolazione in condizione attiva sul mercato (35-64 anni), chi ha un basso titolo di studio e chi vive nel Centro Italia