

RENATO MANNHEIMER

**Chi odia la politica:
58% nel 2003,
68% nel 2005,
adesso il 73%**

Gabutti a pag. 8

IN CONTROLUCE

Nel 2003, il 58% degli italiani detestava la politica, nel 2005 la percentuale era salita al 68% e adesso si è attestata sul 73%

DI DIEGO GABUTTI

Polizia e carabinieri «su». Magistratura e parlamento «giù». E come se le forze di polizia, agli occhi dei cittadini diffidenti, ci difendessero dal crimine, mentre gli alti papaveri dello stato, più che combattere il crimine, lo bazzicassero. Ma c'è anche altro: alla radicalizzazione d'una parte dell'elettorato, e all'estraneità sempre più diffusa d'una parte cospicua degli elettori rispetto alle manfrine della politica, si somma «una sorta di dissoluzione della vecchia posizione di «centro», tanto che, in generale, gli elettori che si definiscono così sono relativamente pochi, il 5%. Buona parte di chi un tempo si considerava di «centro», oggi tende a rifiutare in toto la suddivisione politica tradizionale. E chi invece ancora vi aderisce tende, come s'è visto, a posizionarsi in modo più netto».

Così gli italiani come ce li racconta Renato Mannheimer – sociologo e principe dei sondaggisti, da qualche tempo uscito un po' di scena per un incidente di percorso col fisco – in un libro fresco di libreria, *Demoskoppiati?* (Jaca Book 2016, pp. 176, 12,00 euro). Per una volta non si tratta di sondaggi elettorali (dei quali è sempre bene diffidare, e non perché sbagliano le previsioni, benché capiti anche questo, ma perché i sondaggi elettorali sono parte delle campagne propagandistiche in cui le varie forze politiche sono sempre impegnate, come eserciti eternamente intenti alle grandi manovre e ai giochi di guerra).

«L'erosione dell'interesse per la politica e del senso di «appartenenza» a un partito», scrive Mannheimer, «hanno portato a un accorciamento temporale della decisione di voto, oltre che alla riduzione dei livelli di partecipazione elettorale. Chi non segue la politica, il più delle volte, non ha idea di chi voterà. Per molti, la scelta di voto si è trasformata da una standing decision a una risoluzione dell'ultimo minuto, se e quando si decide di andare a votare. Tutto ciò evidenzia un fatto molto importante: «la campagna elettorale è sempre più decisiva nell'influenzare le decisioni degli elettori» e se «un tempo essa serviva prevalentemente a rafforzare il sentimento di appartenenza al partito votato, senza però provocare spostamenti significativi nelle scelte fra le varie forze politiche, oggi costituisce uno degli elementi fondamentali nella formazione del risultato delle consultazioni».

«L'erosione dell'interesse per la politica e del senso di «appartenenza» a un partito», scrive Mannheimer, «hanno portato a un accorciamento temporale della decisione di voto, oltre che alla riduzione dei livelli di partecipazione elettorale. Chi non segue la politica, il più delle volte, non ha idea di chi voterà. Per molti, la scelta di voto si è trasformata da una standing decision a una risoluzione dell'ultimo minuto, se e quando si decide di andare a votare. Tutto ciò evidenzia un fatto molto importante: «la campagna elettorale è sempre più decisiva nell'influenzare le decisioni degli elettori» e se «un tempo essa serviva prevalentemente a rafforzare il sentimento di appartenenza al partito votato, senza però provocare spostamenti significativi nelle scelte fra le varie forze politiche, oggi costituisce uno degli elementi fondamentali nella formazione del risultato delle consultazioni».

«L'erosione dell'interesse per la politica e del senso di «appartenenza» a un partito», scrive Mannheimer, «hanno portato a un accorciamento temporale della decisione di voto, oltre che alla riduzione dei livelli di partecipazione elettorale. Chi non segue la politica, il più delle volte, non ha idea di chi voterà. Per molti, la scelta di voto si è trasformata da una standing decision a una risoluzione dell'ultimo minuto, se e quando si decide di andare a votare. Tutto ciò evidenzia un fatto molto importante: «la campagna elettorale è sempre più decisiva nell'influenzare le decisioni degli elettori» e se «un tempo essa serviva prevalentemente a rafforzare il sentimento di appartenenza al partito votato, senza però provocare spostamenti significativi nelle scelte fra le varie forze politiche, oggi costituisce uno degli elementi fondamentali nella formazione del risultato delle consultazioni».

È vero, ed è bene ricordarlo sempre, che l'elettore matura la propria convinzione nel tempo, attraverso un lento processo di sedimentazione dei giudizi sul comportamento dei partiti

e dei loro leader. Ogni episodio quotidiano contribuisce alla formazione delle opinioni. Ma è vero anche che la scelta definitiva avviene all'approssimarsi delle consultazioni, proprio sulla base della campagna elettorale».

Oggi la politica sopravvive come gossip. Si guarda agli *affaires* dei politici come a quelli dei campioni di pallone e delle ragazze con le quali tubano e sgavazzano in discoteca. Come sa per esperienza il leader di plastica, che ha inventato l'espressione e ha finito per incarnarla, la politica è teatrino: le serate eleganti, il burlesque, i lavori sociali, la bandana, i tacchetti, il lettone di **Putin**. Non è per caso che «la politica ha assunto una reputazione sempre peggiore. Già nel febbraio 2003», scrive ancora Mannheimer, «gli atteggiamenti negativi si attestavano al 58% (contro il 17% di quelli positivi e il 25% di indifferenza). Negli ultimi anni, la situazione è andata aggravandosi. Nel 2010, gli atteggiamenti negativi avevano raggiunto il 68% e quelli positivi il 16%. Oggi quelli negativi hanno raggiunto il 73%, a scapito in particolare dell'indifferenza».

© Riproduzione riservata

