

L'ELEZIONE RISOLTA DAI SONDAGGI

Reiterando ormai da diverse settimane la proiezione della vittoria di uno degli schieramenti, si sta di fatto consolidando nel dibattito politico, nell'opinione pubblica e negli stessi schemi comunicativi dei partiti supposti vincenti e (in forma implicita, ma evidente, anche di quelli perdenti), la convinzione di un'elezione di fatto segnata e definitivamente chiusa dal punto di vista di quale sarà l'esito finale. (...) Ma ci può essere un modo per opporsi a questa alterazione dittatoriale indotta dai sondaggi.

di Di Rino Falcone per Scienza in rete

8 SETTEMBRE 2022

Chi sta seguendo l'attualità politica di queste ultime settimane si trova ad assistere a uno straordinario esperimento di fisica quantistica o, ancor meglio, di psicologia sociale. Si tratta della diffusione dei sondaggi sulle preferenze di voto degli italiani relativamente alle prossime elezioni politiche. Questi sondaggi, come sempre succede, forniscono delle tendenze, delle indicazioni non ancora consolidate (gli stessi sondaggisti lo affermano con grande sicurezza sostenendo che la scelta di una parte assai rilevante della popolazione stabilisce cosa votare negli ultimi giorni). Soprattutto quando circa il 40% degli intervistati (corrispondente come campione alla analoga porzione di cittadini italiani con diritto di voto) dichiara di essere indeciso o di astenersi tra le varie opzioni.

Reiterando ormai da diverse settimane (e in alcune tv come La7 e il suo tg, da mesi) la proiezione della vittoria di uno degli schieramenti, si sta di fatto consolidando nel dibattito politico, nell'opinione pubblica e negli stessi schemi comunicativi dei partiti supposti vincenti e (in forma implicita, ma evidente, anche di quelli perdenti), la convinzione di un'elezione di fatto segnata e definitivamente chiusa dal punto di vista di quale sarà l'esito finale.

Ciò che sta succedendo è di fatto un ribaltamento tra un'ipotesi sul futuro (nonostante le precauzioni e i dubbi che questa come corollario suggerirebbe) e la realtà fattuale che si sta ipotizzando.

È il classico fenomeno, studiato in psicologia sociale della "profezia che si autoavvera", che spiega come agiscono le convinzioni umane sulla costruzione della realtà nei più svariati ambiti. L'osservazione/conoscenza della simulazione della realtà (il sondaggio) determina una modificazione della conoscenza come se questa fosse già reale e le conseguenti azioni mentali e pratiche rispondono a questi stimoli virtuali come se fossero realizzati. (Si veda, per esempio questo [studio](#) che avvalorava quanto detto). Volendo prendere a prestito la metafora del principio di indeterminazione di Heisenberg, in cui l'osservazione/misurazione di un sistema quantistico implica una sua perturbazione, potremmo dire che la diffusione e conoscenza dei sondaggi determina un'influenza tutt'altro che neutra sugli osservatori e sulle loro intenzioni e aspettative e quindi sullo stesso esito del voto.

La letteratura scientifica studia da decenni questo effetto, chiamato anche [effetto bandwagon](#) (in italiano, effetto carrozzone), secondo il quale, volgarmente, la maggior parte delle persone tende a uniformarsi alle opinioni della maggioranza, e nel nostro caso che i risultati dei sondaggi consoliderebbero maggioranze già date per vincenti e deprimerebbe il voto di partiti/proposte di minoranza. (A titolo di esempio, si legga [qui](#), oppure [qui](#)).

C'è quindi di fatto il rischio che quella che si stia giocando sia una partita elettorale truccata. È vero che questa pratica dei sondaggi è da decenni in voga ma è anche vero che per la prima volta nel nostro Paese essa propone risultati (soprattutto a causa della legge elettorale e delle scelte di parte degli schieramenti di non unirsi tra loro) clamorosamente sbilanciati a favore di una delle coalizioni.

Truccata non perché qualcuno abbia programmato questa trappola ma a causa di una situazione contingente in cui il potere di persuasione implicito nei sondaggi (e nei meccanismi socio-cognitivi delle persone che li osservano), è in grado di influenzare la realtà in modo assai significativo. I sondaggi in tal modo risultano essere la vera (e di fatto vincente) arma di propaganda della campagna elettorale (indipendentemente dal fatto che chi li realizza/commissiona sia consapevole o meno di questo fatto).

Il tipo di influenza che i sondaggi esercitano impatta sull'intera struttura sociale: sui sistemi di comunicazione, sui sistemi di potere e di organizzazione, sugli stessi partiti politici (tanto su quelli avvantaggiati dai sondaggi, quanto su quelli svantaggiati: è sufficiente guardare qualcuna delle trasmissioni tv e le ipotesi di fondo da cui partono domande e risposte degli interlocutori). E di conseguenza sui singoli cittadini: per chi si riconosce nello schieramento vincente (rassicurandoli e stimolandoli a fare proseliti); per chi si riconosce negli schieramenti avversi (demotivandoli e neutralizzandone l'iniziativa e la propaganda); e soprattutto per gli indecisi (scoraggiandone la partecipazione nel caso fossero contrari allo schieramento dato per vincente oppure animandone il voto a favore, per quanti si confortano nell'unirsi a una vittoria certa). E non sarà sufficiente il divieto di fare e diffondere sondaggi negli ultimi giorni della campagna elettorale: le così forti assunzioni stabilite fino ad allora saranno ormai convintamente determinate nelle teste dei cittadini.

Ci può essere un modo per opporsi a questa alterazione dittatoriale indotta dai sondaggi. Un modo complicato e difficilissimo: ricondurre l'opinione generale alla natura probabilistica e incerta dei sondaggi, soprattutto nella situazione di profonda indecisione in cui si trova oltre il 40% della popolazione, fuori dall'incantesimo che viene attribuito a questi predittori. Servirebbe però l'impegno in questa direzione non solo dei politici "svantaggiati", ma anche dei media e di quanti hanno a cuore una competizione equilibrata e corretta.

E fare in modo che ritornino al centro della scena politica, seriamente e approfonditamente, le proposte programmatiche espresse con convincimento sulla loro fattibilità e con una reale forza di coinvolgimento.

Il rischio è molto alto e non si limita alla sconfitta/vittoria falsata di uno schieramento rispetto all'altro ma riguarda la natura stessa della democrazia e delle sue forme trasparenti ed equilibrate di organizzazione del consenso.