

A cura di
**Carmelo Lombardo
e Maria Paola Faggiano**

E-lettori

I risultati di una web survey
alla vigilia delle politiche
del 2018 in Italia

IL RICCIO E LA VOLPE

Studi, ricerche e percorsi di sociologia

FrancoAngeli

Il riccio e la volpe
Studi, ricerche e percorsi di sociologia

Collana diretta da Enzo Campelli

Comitato scientifico: Maria Stella Agnoli, Maria Carmela Agodi, Maurizio Bonolis, Antonio Fasanella, Giuseppe Giampaglia, Renato Grimaldi, Carmelo Lombardo, Alberto Marradi, Sergio Mauceri, Luigi Muzzetto, Ambrogio Santambrogio

Questa collana ospita, con la più pronunciata apertura tematica e nel pluralismo consapevole delle interpretazioni, indagini empiriche e riflessioni teoriche nell'ambito della sociologia generale.

La sua intestazione richiama un verso di Archiloco che, in uno dei frammenti sopravvissuti, afferma lapidariamente, e in realtà piuttosto oscuramente, che "la volpe sa molte cose, ma il riccio ne sa una grande". Isaiah Berlin, interpretando questa presunta differenza di saperi, scrive, in un saggio degli anni '50, che "esiste un grande divario tra coloro, da una parte, che riferiscono tutto a una visione centrale, a un sistema più o meno coerente e articolato, con regole che li guidano a capire, a pensare e a sentire – un principio ispiratore, unico e universale, il solo che può dare significato a tutto ciò che essi sono e dicono –, e coloro, dall'altra parte, che perseguono molti fini, spesso disgiunti e contraddittori, magari collegati soltanto genericamente, de facto, per qualche ragione psicologica o fisiologica, non unificati da un principio morale ed estetico".

In anni di mutamento sociale e culturale imprevedibilmente accelerato, di "sconfinamenti" e di ibridazioni, questa collana punta dunque a cogliere e documentare le intersezioni e le contrapposizioni, nelle dinamiche sociali, fra l'unitario e il molteplice, il disordinato e il sistemico, il conforme e l'eterogeneo, il caso e la regola: *il riccio e la volpe*, per l'appunto.

Abbandonata la pretesa inattuale di ogni sintesi semplice, difficilmente la sociologia potrebbe oggi sottrarsi a questo lavoro paziente di ricostruzione.

La molteplicità delle tematiche affrontate e la pluralità delle prospettive trovano, peraltro, una precisa composizione unitaria nella ferma e rigorosa opzione disciplinare che ispira la collana stessa, e cioè nella puntigliosa rivendicazione della sociologia come disciplina costantemente attenta all'integrazione tra teoria e ricerca, al rigore logico-metodologico delle procedure, al rispetto della fondamentale esigenza di pubblicità e controllabilità dell'indagine scientifica.

Sulla base di questi convincimenti di natura teorico-metodologica, e nel costante richiamo alla responsabilità sociale di ogni disciplina scientifica, la collana si propone di fornire a studiosi, a studenti e a operatori strumenti qualificati di riflessione e di intervento.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Carmelo Lombardo
e Maria Paola Faggiano

E-lettori

I risultati di una web survey
alla vigilia delle politiche
del 2018 in Italia

FrancoAngeli

Questo volume è stato pubblicato con il contributo del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale di Sapienza Università di Roma.

Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione. Le metamorfosi dell'elettore , di <i>Carmelo Lombardo</i>	pag.	9
1. L'indagine sugli elettori italiani. Il contesto, gli interrogativi di ricerca, l'impianto metodologico , di <i>Carmelo Lombardo, Maria Paola Faggiano</i>	»	13
1.1. La <i>survey</i> sugli elettori nel più ampio programma di ricerca	»	13
1.2. Il "caso Italia" nello scenario internazionale. Cenni alle condizioni socio-economiche, politiche e culturali del Paese	»	15
1.3. Obiettivi dell'indagine, dimensioni indagate, struttura del questionario	»	20
1.4. La Rete come contesto di osservazione, la Rete come oggetto di studio: la <i>web survey</i> rivolta agli elettori	»	24
2. Le basi sociali delle intenzioni di voto , di <i>Fiorenzo Parziale, Sveva Batani, Stefania Chimenti, Ardit Metani</i>	»	30
2.1. Quali condizioni sociali dietro al voto del 4 marzo?	»	30
2.2. Intenzioni di voto e condizione socio-occupazionale: tre profili	»	32
2.3. L'orientamento al voto nei contesti territoriali	»	37
2.4. L'orientamento al voto in un'ottica di genere	»	40
2.5. L'intricata relazione tra condizione sociale e intenzioni di voto	»	45
3. Il posto dei valori nelle intenzioni di voto , di <i>Fiorenzo Parziale, Lorenzo Barbanera, Maria Dentale</i>	»	54
3.1. Il dis-orientamento politico: l'elettore in cerca di sé	»	54
3.2. L'orientamento politico tra secolarizzazione e personalizzazione del credo religioso	»	55

3.3. I valori tra tradizione e mutamento: gli assi fattoriali	pag.	59
3.4. Fratture dell'identità: i profili emersi dalla <i>cluster analysis</i>	»	64
3.5. Il ruolo dei valori nella maturazione della scelta elettorale	»	68
4. I sentimenti degli elettori: risentimento, fiducia nelle istituzioni, percezione dei problemi del Paese , di <i>Maria Paola Faggiano, Lorenzo Barbanera, Ernesto Dario Calò, Melissa Mongiardo</i>	»	76
4.1. L'avanzata delle forze <i>anti-establishment</i> in un clima infuocato	»	76
4.2. La duplice anima del risentimento	»	79
4.3. La fiducia nelle istituzioni: un costante deficit di legittimità	»	85
4.4. La percezione dei problemi urgenti	»	91
4.5. I temi della campagna elettorale e i problemi percepiti come urgenti: l'ipotesi di un nesso	»	96
5. Orientamento politico, motivazioni di voto e comportamento elettorale nel tempo , di <i>Maria Paola Faggiano, Vittoria Azzarita, Sveva Batani, Stefania Chimenti</i>	»	102
5.1. Identità politica e senso di appartenenza nell'elettore 2.0	»	102
5.2. Sinistra e destra in un sistema multipolare	»	106
5.3. Quali motivazioni dietro al voto del 4 marzo?	»	110
5.4. Comportamento di voto nel tempo tra instabilità e nuove forme di cristallizzazione	»	115
5.5. I volti degli elettori tra crisi e appartenenza	»	119
6. Forme tradizionali di partecipazione politica e sociale , di <i>Maria Paola Faggiano, Vittoria Azzarita, Gjergji Cingo, Maria Dentale</i>	»	128
6.1. La sfera offline e le modalità partecipative indagate	»	128
6.2. Capitale sociale, reti di impegno civico e democrazia	»	129
6.3. Profili di attivismo politico offline	»	134
6.4. Pratiche di informazione e di discussione politica nella sfera offline	»	138
6.5. Profili di partecipazione offline	»	143

7. Partecipazione politica online e stili ibridi , di <i>Maria Paola Faggiano, Vittoria Azzarita, Ernesto Dario Calò, Gjergji Cingo, Melissa Mongiardo</i>	pag. 149
7.1. Rete, <i>New Media</i> e nuove forme di partecipazione	» 149
7.2. Informazione politica online	» 151
7.3. La Rete fra militanza politica e disintermediazione	» 154
7.4. La discussione politica nella sfera online	» 159
7.5. Le influenze interindividuali nel comportamento elettorale	» 164
7.6. Profili di partecipazione ai tempi della <i>networked politics</i>	» 166
8. I volti del non voto e dell'indecisione , di <i>Maria Paola Faggiano, Ernesto Dario Calò</i>	» 174
8.1. L'area del non voto: una premessa	» 174
8.2. Dall'astensionismo agli <i>astensionisti</i>	» 177
8.3. Le radici dell'indecisione	» 184
8.4. L'elettore fluttuante fra <i>mercato e bazar</i>	» 188
8.5. I volti dell'indecisione	» 191
9. Dalle intenzioni di voto alla ricostruzione delle tendenze in atto nell'elettorato italiano , di <i>Fiorenzo Parziale</i>	» 201
9.1. Un modello sintetico sulle intenzioni di voto	» 201
9.2. L'intreccio della tradizionale frattura tra destra e sinistra con il livello di fiducia nel sistema istituzionale attuale	» 202
9.3. Due domande politiche: chiusura comunitaria e autonomia sociale	» 207
La società <i>oltre la politica?</i> , di <i>Carmelo Lombardo</i>	» 211
Riferimenti bibliografici	» 213

Introduzione.

Le metamorfosi dell'elettore

di Carmelo Lombardo

Tra le iniziative di ricerca portate avanti dall'Osservatorio di Sociologia elettorale¹ a partire dai primi anni Duemila figura la *survey* rivolta agli elettori, sistematicamente intervistati alla vigilia del voto – in occasione dei più importanti appuntamenti elettorali – in merito alle proprie intenzioni e alle modalità di partecipazione politica². Attualmente convivono nell'Osservatorio diverse direttrici di ricerca, date dall'intreccio di sensibilità e competenze su numerosi e complementari fronti: dall'analisi delle intenzioni di voto all'analisi del contenuto finalizzata allo studio delle campagne elettorali (oggi condotte prevalentemente attraverso i *social network*), fino alla sistematizzazione dei risultati elettorali in una prospettiva longitudinale. Difatti, per quanto la vocazione originaria dell'Osservatorio corrisponda storicamente all'analisi aggregata dei comportamenti elettorali, nel tempo e secondo una logica comparativa, in ogni circostanza recente di ricerca hanno convissuto, portate avanti in modo concomitante e seguendo un approccio integrato, tanto l'analisi ecologica dei dati elettorali, quanto lo studio di orientamenti ed atteggiamenti individuali attraverso l'uso del questionario, come anche l'analisi dei discorsi politici, dei programmi dei partiti, delle strategie politico-comunicative espresse in occasione delle campagne elettorali.

¹ Istituito su iniziativa di Gianni Statera nel 1983 nell'allora Dipartimento di Sociologia di Roma "La Sapienza", l'Osservatorio si è negli anni distinto per le analisi sistematiche in ordine ad una possibile geografia sociologica del comportamento elettorale aggregato e dell'Italia elettorale, prestando soprattutto attenzione alle relazioni fra variabili socio-economiche e socio-culturali in grado di circoscrivere aree territoriali omogenee dal punto di vista della tradizione politico-elettorale, dell'identità culturale e dello sviluppo economico. L'Osservatorio di Sociologia elettorale costituisce altresì un patrimonio collettivo di conoscenze e di competenze teoriche e tecnico-metodologiche, oltre che un laboratorio di formazione e di ricerca avanzata per studenti e dottorandi.

² Recentemente anche la *web survey*, fondata sulla condivisione in Rete del *link* al questionario d'indagine, è stata inserita nel paniere di tecniche di rilevazione utilizzate. I dati presentati in questo volume provengono in parte dal *web*, in parte da classiche esperienze di intervista *face to face* (cfr. Cap. 1 per i dettagli).

Le pagine che seguono danno conto della *survey* condotta in occasione delle elezioni politiche 2018, segnate, come è noto, dall’affermazione del Movimento Cinque Stelle e della Lega e dalla sconfitta del Partito Democratico e di Forza Italia – i due partiti su cui si erano maggiormente imperniate le coalizioni che hanno caratterizzato la competizione elettorale nella Seconda Repubblica. I risultati di questa ricerca, che formano la sostanza del presente Rapporto, contribuiscono a comporre un quadro d’insieme degli *e-lettori* oggetto di studio – dalla fiducia nelle istituzioni ai sentimenti verso la politica, dalle esperienze ordinarie ai connessi meccanismi deliberativi in vista del voto, dalla partecipazione sociale all’impegno attivo *offline* e *online*.

Poiché le analisi qui presentate sono in continuità con altre inchieste campionarie condotte dall’Osservatorio in occasione di altre importanti tornate elettorali di carattere nazionale (2006 e 2013) e dialoga con gli studi empirici del settore portati avanti a livello nazionale nel medesimo arco temporale³, occorre innanzitutto tracciare una prima linea che separi ciò che è rimasto *stabile* nel tempo, ancorché ad un diverso grado di intensità, da ciò che invece ha assunto un’altra forma – una *metamorfosi*, appunto.

Ecco i principali elementi che strutturano una linea di continuità con il passato:

- *valori e identità* (universalismo/particolarismo, orientamento progressista/conservatore), *sostituzione politica* (istruzione, informazione e interesse per la politica), *orientamento politico* e *voto nel tempo* (asse destra-sinistra, collocarsi-non collocarsi, coerenza-incoerenza) continuano a mostrare un elevato potere discriminante, evidenziando un funzionamento uniforme nel tempo rispetto alle intenzioni di voto;
- *la «colpa» per i problemi del Paese è dei politici*: a titolo esemplificativo, nel 2006 l’80% degli intervistati attribuiva ai politici elevate responsabilità in relazione al malessere sociale diffuso; nel 2018 il risentimento sociale registra una media campionaria dei punteggi di responsabilità – su una scala da 0 a 5 – pari a 4,2 e, anche in questo caso, più del 70% degli intervistati colpevolizza fortemente i politici per le condizioni di precarietà in cui versa l’Italia;
- *l’associazionismo politico* (inteso come partecipazione attiva e sistematica alle iniziative di partiti e movimenti politici) registra valori costantemente bassi nel tempo; nel 2018 si osserva una lieve crescita del fe-

³ Tra le finalità trasversali ai diversi studi figurano le seguenti: indagare il *meccanismo di maturazione della scelta elettorale*; indagare le *forme di impegno politico* e gli stili più “*lontani*” dalla politica; compiere approfondimenti sui *profili elettorali più/meno coerenti* “*fedeli*”; studiare i *volti dell’indecisione* e i *profili connessi con il non-voto*.

nomeno, probabilmente connessa con le opportunità offerte dalla Rete in termini di *endorsement politico*;

- *l'impegno politico si conferma un fenomeno di nicchia*: quando si presenta ai suoi massimi livelli, si configura come un tratto caratteristico dell'elettore di sinistra.

Più interessante e articolato il profilo della mutazione in corso che i dati della ricerca (e, comparativamente, delle ricerche) restituiscono. Questo passaggio di forma si muove lungo una faglia caratterizzata dai seguenti elementi:

- *l'elettore di sinistra è in crisi*: prova delusione e disorientamento, non si riconosce nell'offerta politica (partiti/leader/programmi), esprime il suo malcontento attraverso un "voto/non voto di protesta";
- emerge e cresce nel tempo il fronte di coloro per cui «*la distinzione tra destra e sinistra non esiste più*», con un ruolo preponderante in tal senso degli elettori del M5s; cresce anche il favore verso i *single issues parties*, verso forze politiche che si pongono "in alternativa" rispetto a quelle tradizionalmente intese;
- affiora un *risentimento sociale pervasivo e trasversale* che investe in modo indistinto i "poteri forti", le élites, l'establishment, e un'*ostilità mirata* rivolta verso le minoranze etnico-culturali;
- cresce la *sfiducia verso le istituzioni* (variamente legate al mondo politico, economico, culturale), compresa la Presidenza della Repubblica, fino a qualche anno fa rimasta "al riparo" dal vento della sfiducia;
- crescono sempre più fenomeni come l'*uso politico della Rete*, la *partecipazione online* e gli *stili ibridi di partecipazione sociale*;
- l'*elettorato* è sempre più *sfuggente, segmentato e fluido*, e diventa sempre più problematico e incerto delineare scenari di sistema – fosse anche nel medio periodo;
- comincia ad avere un peso non irrilevante l'*"altra" partecipazione* (si pensi ai comitati di quartiere/di cittadini, alle esperienze di impegno civico spontanee e non strutturate);
- si modifica la *struttura delle urgenze sociali percepite* (indietreggia, ad esempio, il fronte del «*porre fine alle guerre*» e avanza quello del «*contrasto al fenomeno migratorio*»);
- emergono e diventano sempre più marcate le fratture riconducibili alla contrapposizione *sovranismo/europeismo* (o globalismo).

Di fronte alle nuove fratture sociali, ad un'offerta politica e ad un clima d'opinione radicalmente mutati, ad un sistema mediale sempre più complesso e condizionato dalla Rete, il gruppo di ricerca, oltre a porsi un obiettivo di carattere metodologico – testare e adattare strumenti di indagine al fine di un loro utilizzo ripetuto nel tempo – ha tentato di rintracciare i meccanismi generativi di questi fenomeni, assumendoli come *forme simboliche* della società italiana nella sua attualità. Perché le sfide, sempre più complesse, che investono la società italiana e ne mettono in discussione l'equilibrio strutturale, non interrogano solo la politica o l'economia o il sistema dei media, ma anche gli scienziati sociali, che sono così chiamati sia ad uno sforzo ermeneutico di lettura competente dello stato delle "cose", sia ad una prospettazione di soluzioni possibili.

1. L'indagine sugli elettori italiani. Il contesto, gli interrogativi di ricerca, l'impianto metodologico

di Carmelo Lombardo, Maria Paola Faggiano*

1.1. La survey sugli elettori nel più ampio programma di ricerca

Alla vigilia delle elezioni politiche italiane 2018, per l'intero periodo della campagna elettorale, un team di studiosi senior e junior afferenti a diverse unità di ricerca attive presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza di Roma¹ ha avviato un'indagine sulle intenzioni di voto e le modalità di partecipazione politica di un campione di elettori italiani.

Le medesime unità di ricerca hanno condotto, come ricordato nelle pagine precedenti, un'inchiesta con questionario su un campione di italiani chiamati alle urne anche in occasione di due altre importanti tornate elettorali di carattere nazionale, quella del 2006, da tutti ricordata per la vittoria di misura dell'Unione guidata da Romano Prodi sulla Casa delle Libertà capeggiata da Silvio Berlusconi (Lombardo, 2006)² e quella del 2013, ca-

* Per quanto il capitolo sia frutto delle riflessioni congiunte tra i due autori, ai fini della valutazione scientifica dei contributi Carmelo Lombardo è responsabile del par. 1.1., Maria Paola Faggiano dei Parr. 1.2., 1.3., 1.4. Per ogni approfondimento su questioni metodologiche e/o sostantive è possibile scrivere a: osservatorio.sociologiaelettorale@uniroma1.it.

¹ Più precisamente lo studio nasce da una collaborazione di ricerca tra Osservatorio di Sociologia elettorale (Responsabile scientifico: Prof. Carmelo Lombardo), Laboratorio di Comunicazione e ricerca sociale (Direttrice: Dott.ssa Maria Paola Faggiano), Dottorato di ricerca in Comunicazione, Ricerca sociale e Marketing (coordinatore nella fase dell'indagine: Prof. Enzo Campelli). Hanno aderito alle attività di progettazione, rilevazione, analisi dei dati e *reporting* nove dottorandi del XXXII ciclo, che figurano tra gli autori del volume: Vittoria Azzarita, Lorenzo Barbanera, Sveva Batani, Ernesto Dario Calò, Stefania Chimenti, Gjergji Cingo, Maria Dentale, Ardit Metani, Melissa Mongiardo. Completa il gruppo di ricerca il Prof. Fiorenzo Parziale, ricercatore e docente presso il Dipartimento CoRiS.

² Nel numero monografico di *Sociologia e Ricerca sociale* richiamato (2006, n. 81), oltre alla sezione dedicata alla *survey* sugli elettori, sono presenti una sezione sull'analisi dei discorsi politici nelle trasmissioni di attualità ed una sull'analisi dei risultati elettorali a diversi livelli di aggregazione territoriale alla luce di indicatori socio-demografici ed economici.

ratterizzata da un risultato senza precedenti nella storia politica italiana, dal momento che nessuna coalizione/forza politica (Centro-Sinistra, Centro-Destra e Movimento 5 Stelle), in un assetto divenuto tripolare, ottenne una vittoria netta.

L'indagine sugli elettori, di cui questo volume contiene i principali risultati, si iscrive in un più ampio programma di ricerca, che, nel maggio del 2018, è stato oggetto di una giornata di studio intitolata *La società nelle urne. Strategie comunicative, attori e risultati nel segno del cambiamento*³. Tale programma, che ha l'ambizione di esprimere una prospettiva analitica in cui i livelli macro, meso e micro sono interconnessi, individua nelle dimensioni *società, partecipazione e comunicazione* gli ambienti *generativi* della politica, così come essa si esprime nella nostra attualità.

Poiché si tratta di interpretare e analizzare un fenomeno per definizione multiforme e cangiante (il *comportamento* elettorale), l'adozione di prospettive e di strategie metodologiche differenti, se da un lato implica una necessaria e ineludibile autonomia metodologica che ciascuna prospettiva rivendica per sé, dall'altro non può che aprirsi ad un approdo sostantivo e teoretico *comune*. Così, anche se non è possibile inferire i dati di livello individuale a partire da dati ecologici (si tratta del vincolo della fallacia ecologica), questi ultimi – che siano riconducibili a indicatori socio-demografici, economici e culturali *e/o* a indicatori di flussi comunicativi che caratterizzano il sistema dei media – costituiscono la *struttura della situazione* entro cui prendono *forma* le decisioni individuali che, *aggregate*, restituiscono il fenomeno *globale* da studiare. In altri termini, costruire mappe dell'Italia elettorale rappresenta un esercizio scientifico non fine a se stesso, e in un certo senso più controllato, se, oltre alle caratterizzazioni strutturali del Paese, si rivolga contemporaneamente l'analisi a istituzioni e organizzazioni sociali complesse (che siano macchina politica *e/o* sistema mediale), così come a sistemi di relazioni sociali, mappe mentali e cognitive, esperienze e pratiche della (e nella) vita ordinaria.

Prima di dare spazio all'analisi dei dati rilevati sul campione di elettori raggiunto, a cui l'intero volume è dedicato, è forse il caso di ricapitolare, per sommi capi, le strategie messe a punto dal più esteso gruppo di ricerca, al fine di consentire una collocazione dello studio qui presentato in una più ampia ed articolata cornice.

Innanzitutto a) un'analisi della struttura dell'offerta politica (partiti, coalizioni, volti e programmi), nuovi e vecchi leader (con uno *zoom* sulle nuove forme di leadership e su quello che potremmo chiamare *web-carisma*),

³ Riporta il medesimo titolo il volume a cura di Carmelo Lombardo, Edoardo Novelli, Christian Ruggiero (2019, FrancoAngeli).

attualità politica; b) un'analisi dei saldi elettorali a livello nazionale e nelle grandi ripartizioni territoriali; un'analisi del risultato elettorale entro macro-contesti sociali, economici e culturali omogenei (occupazione e qualità del lavoro, processi di istruzione/formazione, distribuzione del reddito, qualità dei servizi, struttura produttiva); un'analisi spaziale del comportamento elettorale; c) un'analisi delle strategie comunicative – dalle forme interattive “social” ai “numeri” registrati sulle due principali piattaforme *social* (Facebook e Twitter); dall'attività di *posting* di leader e partiti alle *reactions* (compresi commenti e condivisioni) da parte degli utenti-elettori; dalle strategie di campagna (in particolare della campagna *digitale*), con una particolare attenzione verso toni e funzioni dell'attività comunicativa, ai processi di leaderizzazione e disintermediazione, ai temi, gli attori e i contesti della campagna elettorale; dal ruolo dei *media mainstream* alle caratteristiche degli spot e dei manifesti elettorali (prevalentemente in versione digitale).

È in questo contesto globale di ricerca che si colloca la ricerca sugli elettori di cui si dà conto nelle pagine che seguono. Poiché i sentimenti e gli stati emotivi – dallo smarrimento all'indecisione, dalla collera al risentimento – sono intrecciati a pratiche partecipative *offline* e *online*, in cui gli elementi tradizionali e quelli innovativi si mischiano inesorabilmente producendo un vero e proprio fenomeno *emergente*, e prendono consistenza all'interno di ambienti sociali (e politici) sempre più modulati dalla presenza invasiva e invisibile dei *social network*, gli studi che caratterizzano questo libro ambiscono a fornire una prima mappa, ancorché provvisoria e suscettibile di successive integrazioni, di *e-lettori*. Vale a dire di elettori nel tempo della disintermediazione sociale e della liquidità della politica.

1.2. Il “caso Italia” nello scenario internazionale. Cenni alle condizioni socio-economiche, politiche e culturali del Paese

Rispetto ai primi anni Duemila è profondamente cambiato il Paese, è fortemente mutata l'offerta politica, sono stati investiti da ingenti trasformazioni gli stili di accostamento alla politica degli italiani. Eppure non mancano, nonostante il fluire del tempo, significativi elementi di continuità. Infatti, a distanza di tempo, per quanto il quadro si sia notevolmente complicato oltre che modificato, possiamo ancora ricorrere efficacemente ad alcune categorie interpretative: «schieramenti/poli in quanto gruppi», «sentimento dell'anti-politica», ruolo della «mobilitazione contro», «dialogo tra fasce marginali della popolazione – il *popolo* – e politica della vita quotidiana», «processi di identificazione e costruzione di forme di sensibilità

comuni ad opera del sistema mediale», «spettacolarizzazione» e «leaderizzazione», «fluidità dell'elettorato», «crisi di rappresentanza» e «peso degli indecisi sugli esiti elettorali», solo per citare i concetti più rilevanti (*ibid.*, pp. 5-18).

A partire dal 1994, anno della famosa discesa in campo di Berlusconi, nel riferirsi al berlusconismo, ma successivamente anche ad altri fenomeni politici – dalla Lega di Salvini, al Partito Democratico di Renzi il *rottamatore*, al Movimento Cinque Stelle di Grillo –, studiosi, giornalisti, politici e opinionisti, italiani e non, parlano – pur evidenziando le differenze tra un'espressione politica e l'altra – di ondata populista e di diffusione crescente di posizioni di negazione della politica *mainstream*.

Analisti di spicco in ambito sociologico, politologico ed economico, nell'osservare la tendenza dell'ultimo decennio, non possono fare a meno di agganciare la generale crisi economica che ha investito l'Europa alla crisi della politica, nonché alla diffusione e al radicamento di istanze populiste⁴.

Morlino e Raniolo (2017) sottolineano l'«effetto catalizzatore» (p. 119) di una crisi economica prolungata, che sembra non lasci spazio a soluzioni, citando, in una sorta di reazione a catena, controllata dati alla mano in diversi Paesi europei tra cui l'Italia, una serie di effetti: frammentazione sociale; emergere di nuovi *cleavages* di natura socio-economica; radicamento di un atteggiamento antieuropeista; crisi della democrazia rappresentativa e spinte nella direzione della democrazia diretta; assetto tripolare in sostituzione del classico asse destra/sinistra; declino della partecipazione politica ed elettorale e dell'appartenenza di partito/crescita della *volatilità elettorale*; diffusione dei *partiti di protesta*/di istanze *anti-establishment*/di forme non convenzionali di partecipazione; dilagare di sentimenti di insoddisfazione, sfiducia, risentimento, insicurezza in fasce sempre più ampie di popolazione. Tra gli indicatori della crisi, ai fini dei confronti transnazionali e longitudinali, figurano a titolo esemplificativo: l'instabilità dei mercati finanziario e monetario, il calo (o la modesta crescita) del prodotto interno lordo (GDP), l'inaspirarsi della disoccupazione, il modesto sviluppo economico/la stagnazione. Volendo volgere lo sguardo all'Italia, sono a tutti note le statistiche che la vedono fanalino di coda in Europa per disoccupazione (specie giovanile ed in particolare al Sud del Paese) e presenza di *Neet*, per precarietà del mondo del lavoro e povertà diffusa, per il modesto sviluppo economico del Mezzogiorno, l'inasprimento delle disparità sociali, l'ampliamento del rischio di esclusione per fette sempre maggiori di popolazione, il radicamento di un forte senso di insicurezza, non solo di matrice economica⁵.

⁴ Il recente libro di Morlino e Raniolo (2017) ha un titolo evocativo in tal senso: *The impact of the economic crisis on south european democracies*.

⁵ Di recente il *Sole 24 ore* ha pubblicato i dati di un'inchiesta sul senso di sicurezza degli

Il contributo degli autori citati evidenzia lo stretto legame esistente tra *indicatori oggettivi di crisi* (debito pubblico, disoccupazione, etc.) e *piano soggettivo*, nei termini dei riflessi sulla vita quotidiana dei singoli della crisi stessa, filtrati dal clima d'opinione diffuso e dal sistema delle percezioni, le cui manifestazioni più evidenti in Italia e in Europa sono la sfiducia nelle istituzioni e nei partiti politici tradizionali, la strisciante insoddisfazione, il risentimento⁶. Nello schema esplicativo presentato, che potremmo definire del “circolo vizioso del risentimento”, livello macro (condizioni strutturali), meso (istituzioni e organizzazioni) e micro (piano motivazionale) sono interconnessi. In questo senso, *dissatisfacion*, *distrast*, *lack of interest* costituiscono gli esiti del processo descritto. Una volta emersi, tali sentimenti negativi coinvolgono in modo crescente anche individui e gruppi non direttamente colpiti dagli effetti della crisi economica, secondo un meccanismo di espansione del conflitto. L'atteggiamento di generalizzata insoddisfazione e di diffuso risentimento tendono a colpire tutti gli *oggetti politici* in modo pressoché indifferenziato – *policies*, istituzioni, attori (*in primis* partiti e classi dirigenti), a livello locale, nazionale e sovra-nazionale – incentivando la diffusione di azioni non convenzionali, inasprendo le posizioni *anti-establishment*, acuendo il senso di crisi e di fatto la crisi stessa (*ibid.*).

Anche Diamanti e Lazar (2018) si concentrano, ai fini dell'analisi del nuovo scenario politico e dell'individuazione dei volti dell'elettorato, su elementi di contesto figli della crisi economica e finanziaria che attraversa l'Europa. Aumento della disoccupazione e accrescimento di disuguaglianze e povertà genererebbero «la paura di perdere il lavoro, l'inquietudine per la famiglia, l'angoscia per il futuro dei figli», ma anche la critica aperta «verso le élite e in particolare la classe politica [politici nazionali ed Europa i più additati], le istituzioni considerate responsabili del rigore e dell'austerità» (p. 43)⁷. Gli stessi autori, nel dettagliare le ragioni della diffusione di

italiani, in cui spicca – in una comparazione tra regioni – l'elevata percentuale di intervistati che afferma di avere paura (in casa, di sera, per le vie della propria città, ecc.), ma anche la quota di soggetti incline a difendersi usando le armi. In generale emerge che i più spaventati siano i lombardi e che le famiglie che più temono di vivere in zone a rischio criminalità siano quelle che abitano nei contesti con la maggiore incidenza di presenza straniera (http://www.infodata.ilssole24ore.com/2017/04/22/poverta-furti-rapine-cosa-paura-gli-italiani/?refresh_ce=1; http://www.infodata.ilssole24ore.com/2017/04/22/poverta-furti-rapine-cosa-paura-gli-italiani/?refresh_ce=1).

⁶ Si segnalano, fra i tanti, due contributi empirici (Di Padova, 2016; Parziale, 2016b) prodotti in occasione delle elezioni amministrative del 2016 nella capitale romana, incentrati sul ruolo delle fratture spaziali e sociali nella lettura del voto e del non-voto (all'affermazione del M5s a Roma sono applicabili le medesime chiavi interpretative utilizzate per il livello nazionale e sovranazionale dell'analisi economica, politica e sociale qui riportata).

⁷ Con riferimento al clima d'opinione attualmente diffuso in Italia, si riportano a titolo esemplificativo alcuni commenti scaricati a partire dal *post* contenente il *link* al questionario

uno «stile populista» in Italia e in Europa (p. 127) e della spinta al cambiamento, declinano il concetto di crisi in tutte le sue dimensioni, da quella economico-finanziaria a quella sociale, politica e culturale-identitaria. La crisi della democrazia rappresentativa si traduce in «contestazione aperta ai partiti, al Parlamento, ai politici di professione e, per affinità, agli amministratori e ai governi locali. E ancora, ai “tecnici”, agli intellettuali, agli esperti che affiancano i governi» (p. 134). In tale contesto “franato” e in metamorfosi, il cui tratto peculiare è essere contro i vecchi media e contro tutti i mediatori, prenderebbe sempre più piede un moto dal basso a sostegno della democrazia diretta, troverebbero affermazione nuovi partiti, una nuova opinione pubblica, i nuovi media, nuove forme di comunicazione. In un clima di sfiducia generalizzata, il malcontento diffuso viene letteralmente rovesciato contro i leader politici,

i quali, a loro volta, si rivolgono, direttamente, al “popolo” indistinto, in modo diretto e *im-mediato*. O meglio, mediato dai media. E lo arringano. Aizzano il popolo contro gli altri leader. Contro i “politici”. Dunque anche contro se stessi, alimentando un gioco a somma negativa, che investe l'intero sistema politico dei partiti. L'intera democrazia rappresentativa. I partiti, per primi, si trasformano in anti-partiti. O in non-partiti. Antagonisti dei partiti in quanto tali (pp. 141-142).

In tal senso, nel panorama politico italiano, il M5s e la Lega, per citare i casi più emblematici, si servirebbero maggiormente della sfiducia e meno della fiducia, della diffidenza piuttosto che della confidenza (*confidence*) per la costruzione del consenso.

In un recente convegno siglato SISE-SISP-POPE-ITANES⁸ sono emerse molte suggestioni che, interconnesse organicamente tra loro, disegnano lo scenario in cui si sono sostanziate le più recenti vicende politiche del nostro Paese (Biorcio e Natale, 2018). Tanto per citare gli spunti più ricorrenti, si pensi – oltre alla già citata perdita di credibilità dei partiti tradizionali – ad una vera e propria “lotta per la credibilità” esplicitatasi in quest'ultima campagna elettorale (segnata di fatto dalla presenza di “elettori in cerca di

utilizzato nella presente indagine (per la parte di *survey online*): «Sarà un'indagine commissionata da chi poi avrà gli elementi per pilotare la campagna elettorale»; «Fate i sondaggi sulle persone che stanno morendo di fame...perché non avete fatto un sondaggio sui politici che ci hanno derubato?»; «Vitalizi, pensioni d'oro, privilegi e rimborsi di ogni tipo, impunità...questi sono i politici...l'unica scelta possibile è il M5s, non è che ci vuole la laurea per capirlo»; «Io con 40 anni di contributi da operaio in zona industriale respirando idrocarburi e amianto, in pensione con 1.200 euro al mese, mentre quelli che non sono analfabeti si fottono il vitalizio con pochi anni di presenza».

⁸ Convegno annuale SISE-SISP-POPE-ITANES (Università di Salerno, sede Fisciano, maggio 2018): *Elezioni politiche e regionali 2017/18: proposte e strategie dei partiti, risposta elettorale e impatto sul sistema politico italiano*.

partiti”), alla spinta verso l’innovazione (il riferimento è ad esempio ai nuovi leader, giovani anagraficamente e a capo di forze politiche dalla storia recente e da più parti definiti *single issues*), alla personalizzazione della politica e alla centralità della comunicazione (studiata per ampliare il consenso, difendersi, aggredire gli altri, solo residualmente per proporre con lungimiranza), alla perdita di consenso da parte della sinistra, nel tempo sempre più *pro market* e meno *pro labour*, al *nuovismo* (si pensi ai neofiti della politica provenienti dalla società civile e alla loro centralità nei movimenti politici), agli usi politici dei *new media* e della Rete⁹, alla protesta e all’anti-politica come domanda di cambiamento e, contemporaneamente, alla traduzione dei movimenti *anti-establishment* in movimenti di governo.

L’emergere della *democrazia del pubblico* (Manin, 1995; tr. it., 2010) che si sostanzia nel declino delle forze politiche tradizionali e nei citati processi di personalizzazione e mediatizzazione della politica, per effetto della globalizzazione e del ridotto margine di manovra dei governi di fronte al capitalismo finanziario e allo sviluppo impressionante delle tecnologie, apre la strada all’era della «popolocrazia» (Diamanti, Lazar, 2018, pp. 8-9). Il mondo della *democrazia im-mediata* implica un riferimento costante al popolo – massa virtuosa, pura, indistinta e omogenea –, rifiuta in blocco i rappresentanti politici, dipinti latamente come corrotti ed incapaci di rispondere alle istanze più urgenti dei cittadini (la *casta* nel vocabolario del M5s), promuove appieno le nuove tecnologie sul fronte comunicativo (per la loro capacità di dar voce a tutti, anche ai più marginali – esprimendosi, interagendo, difendendo, aggredendo, proponendo – e non solo a pochi).

Lombardo (2006), ricordando il contributo di Bourdieu (2000; tr. it., 2005), sottolinea come l’azione politica equivalga sempre a uno stravolgimento cognitivo, mirando sistematicamente ad agire e ad influenzare (sul)le rappresentazioni sociali della realtà. La *lotta politica*, in questi termini, costituisce una tensione costante nel processo di negoziazione e costruzione del senso comune e della verità sul mondo sociale (p. 9). Concentrandoci sul caso italiano e, ad esempio, riferendoci alle soluzioni ai problemi dell’Italia prospettate dal M5s, non possiamo non notare le difficoltà e le contraddizioni insite nella sua proposta, nella sua offerta; non possiamo, inoltre, non domandarci se esse costituiscano effettive ed efficaci vie per il cambiamento

⁹ Si pensi ai contenuti online e alla *civicness virtuale* come nuova veste del capitale sociale, al concetto di *closure* (Portes, tr. it. a c. di Cortoni, 2013) – legame – applicato al successo di M5s e Lega, ma anche alla mobilitazione e alle forme di sostegno/donazione online, al *fundraising*, alle nuove campagne digitali, al marketing politico e alle strategie di *social media management* (Novelli, 2018). Le parole d’ordine delle nuove campagne elettorali, di fatto divenute permanenti, sono: coinvolgimento, interazione-conversazione, *fattore umano* e recupero della fiducia (Cepernich, 2017).