

È ancora vera la teoria della cosiddetta “spirale del silenzio”?

1. Il quesito

Ha avuto un notevole successo negli ultimi anni l'utilizzo della nozione di “clima d'opinione” per analizzare il comportamento elettorale in Italia, a partire – da una parte – dall'introduzione della competizione tra coalizioni e – dall'altra – dall'entrata in scena di Berlusconi. Il concetto è stato elaborato più di trent'anni fa da Elisabeth Noelle-Neumann in relazione al caso tedesco e come componente della sua teoria descritta nella *Spirale del silenzio* (1984), secondo cui l'elettorato della parte politica “sfavorita” attuerebbe un possibile *late swing* a favore di quella giudicata vincente dal clima di opinione prevalente nel paese. Ma negli ultimi appuntamenti elettorali italiani, il comportamento dei cittadini sembra essere andato in realtà in senso inverso, favorendo di fatto la coalizione giudicata perdente. Alla luce di questi riferimenti al modello classico ed osservando i risultati delle elezioni politiche del 2001 e del 2006, la domanda che ci poniamo è la seguente: la capacità predittiva del paradigma teorizzato da Noelle-Neumann, vale a dire il suo approccio agli effetti del clima di opinione sul comportamento di voto, deve essere completamente rivista, oppure rimane ancora valida, *in toto* o in alcuni dei suoi elementi sostantivi? E se sì, quali?

2. Il dibattito

La ripresa di interesse che la nozione di “clima di opinione” ha avuto nell'ultimo decennio in Italia è legata soprattutto a due motivazioni. La prima riguarda la sua capacità di ben adattarsi alla trasformazione delle campagne elettorali della tarda modernità in campagne permanenti (Norris, 1997); in esse l'impatto delle dinamiche di opinione – continuamente sollecitate dal nesso sondaggi-consenso come fattore decisivo sia per l'esercizio della leadership che per le decisioni di Governo – tende infatti ad assumere un peso di più lungo periodo (e non solo contingente), favorendo la costruzione di “cicli di opinione” abbastanza stabili, che rappresentano un *frame* per lo stesso comportamento elettorale. Cosicché è stata avanzata da parte

di alcuni studiosi (Grossi, 2003) l'ipotesi che si stia passando da una concezione di campagna elettorale *citizen-oriented* (costruita cioè sulla comunicazione persuasiva mirata al singolo elettore al fine di cambiare i suoi orientamenti politici) ad una visione strategica *climate-oriented* (focalizzata piuttosto su strategie comunicative che modifichino il clima d'opinione entro cui si muove poi l'elettorato).

Il secondo motivo è più strettamente connesso al contesto italiano e si riferisce alla sostanziale stabilità e polarizzazione del sistema competitivo e del cleavage coalizionale dell'elettorato italiano, in seguito appunto all'introduzione del maggioritario (o della competizione prevalente "per coalizioni") e all'emergere della leadership politica di Berlusconi. Tale contesto appare caratterizzato dalla cosiddetta "fedeltà leggera" (Natale, 2002), cioè da un tipo di vicinanza politica (e fedeltà di voto) più legata allo schieramento bipolare (che ai singoli partiti), che si manifesta con diversi gradi di rigidità (a secondo del tipo di scadenza elettorale) e si connota anche per l'uso frequente della smobilitazione/mobilitazione (voto intermittente, astensionismo temporaneo, ricorso variabile alla scheda bianca/nulla) come forma di "non-tradimento", ma di scelta del "male minore" per non abdicare in qualche modo alla propria appartenenza.

A questo mix di elementi si aggiunge poi il ruolo delle "terze forze" o partiti fuori dal bipolarismo, che spesso possono favorire una forma di "infedeltà leggera", in quanto forniscono all'elettore polarizzato la possibilità sia di risolvere l'incertezza senza passare al campo avverso, sia di mandare un segnale critico al proprio schieramento, in attesa di tempi migliori.

In questo contesto il concetto di clima d'opinione è sembrato a molti osservatori e studiosi un utile strumento interpretativo delle dinamiche elettorali in grado di coniugare l'accentuata stabilità e impermeabilità del bipolarismo centro destra/centro sinistra con la variabilità dei vari esiti elettorali – comunali, regionali, europei e nazionali. Prima di passare all'articolazione del puzzle, appare utile richiamare brevemente il modello teorico di Noelle-Neumann in relazione alla sua applicabilità nel contesto italiano.

Nella famosa ricerca sulle dinamiche elettorali in Germania tra il 1965 e il 1976, la studiosa tedesca fornisce due diverse versioni della operabilità del concetto di clima d'opinione per spiegare il risultato elettorale (e la connessa teoria della "spirale del silenzio"). Nel primo caso (elezioni politiche del 1965 e del 1972) viene dimostrato che, in presenza di una percezione proiettiva di un certo risultato elettorale¹, all'ultimo momento una parte di elettori si sposta verso il partito o coalizione dati per vincenti dal clima d'opinione e quindi produce un *last-minute swing* di 3-4 punti percentuali che genera un esito elettorale diverso da quello prevedibile sulla base delle intenzioni di voto. Da qui non solo la conferma dell'effetto *bandwagon*, ma anche la dimostrazione – secondo Noelle-Neumann – di come la pressione

alla conformità sociale e la paura di isolamento spingano alcune persone a saltare sul carro del vincitore.

Tuttavia, già in occasione delle elezioni politiche del 1976 tale modello predittivo viene messo in discussione dalla stessa Noelle-Neumann, in quanto l'esito elettorale – vittoria di misura dell'Spd – non segue la linearità del modello causale precedente. Per cercare di spiegare questa anomalia, vengono dunque introdotti due nuovi elementi:

a) la consapevolezza dell'esistenza di un clima dominante fa sì che tutti – attori politici e cittadini-supporter – si diano da fare per combatterlo: si cerca quindi di produrre un contro-clima per neutralizzare quello prevalente; *b)* si ipotizza l'esistenza – sulla base di dati empirici – di un “clima d'opinione duale”, il primo esperito a livello sociale (in quel caso favorevole alla Cdu fino a pochi mesi dal voto), il secondo costruito dai media nelle ultime settimane e quindi percepito solo da chi si esponeva con continuità ai media stessi (favorevole all'Spd). Di conseguenza, i due climi si annullano reciprocamente, tanto è vero che il risultato finale – leggero vantaggio dell'Spd – ha coinciso con le intenzioni di voto registrate nei mesi precedenti.

Per ammissione implicita, la stessa Noelle-Neumann sembra prefigurare, alla fine della sua ricerca, una visione più complessa e problematica del ruolo del clima d'opinione nelle competizioni elettorali, che pare dunque richiedere una implementazione e sofisticazione del paradigma stesso già alla metà degli anni Settanta del secolo scorso.

3. Articolazione del puzzle

Alla luce di queste considerazioni, l'appuntamento elettorale delle Politiche 2006, un po' come era già avvenuto per il ciclo 1999-2001 a favore del centro destra, sembrava costituire un caso esemplare ed emblematico per la verifica di tale paradigma interpretativo. Almeno dal 2003 sia i risultati elettorali intermedi o parziali, sia gli orientamenti di opinione contingenti e sia infine il clima d'opinione più generale (oltre che i dati sulle intenzioni di voto) apparivano molto coerenti con la predittività di tale modello esplicativo. Il risultato del 2006 sembra invece aver smentito tale paradigma, non soltanto sulla base delle errate o imprecise previsioni dei sondaggi pre-elettorali (su cui si è focalizzata soprattutto la critica di giornalisti ed osservatori) ma soprattutto sulla apparente irrilevanza della nozione di clima d'opinione come fattore esplicativo delle dinamiche elettorali in società tardo-moderne come l'Italia.

La risposta al puzzle dovrebbe riuscire dunque a verificare la tenuta o la smentita di questo paradigma, cercando in primo luogo di analizzare e mettere in luce tutti i dati e gli elementi che possono spiegare le dinamiche che si sono manifestate, in modo da verificare se il risultato finale (e non solo le

aspettative demoscopiche sul medesimo generate in precedenza) possa essere in parte o totalmente spiegato alla luce del paradigma, oppure se tale modello interpretativo debba essere del tutto invalidato ed eventualmente riformulato.

La domanda che poniamo è dunque la seguente: alla luce dei riferimenti al modello classico e osservando i risultati delle elezioni politiche 2006, quali elementi sostantivi possono essere considerati come favorevoli e quali contrari alla capacità predittiva di tale paradigma? E, infine, il modello elaborato da Noelle-Neumann può essere considerato come ancora attuale, o va completamente rivisto, quanto meno per il caso italiano?

NOTE

¹ Tale percezione viene ricavata da una domanda distinta da quella tradizionale sulle intenzioni di voto, e che in genere è così formulata: "Alle prossime elezioni politiche secondo lei chi vincerà?".

LETTURE DI PARTENZA

Grossi G.

2003 *Campagne elettorali del III tipo: il ruolo del clima d'opinione*, VIII Convegno internazionale SISE, Venezia, 18-20 dicembre, <http://www.studielettorali.it>

Grossi G., Natale P.

2007 *Il clima d'opinione tra campagna permanente e campagna elettorale*, in P. Mancini (a cura di), *Campagna permanente o diluvio televisivo*, Carocci, Roma (in corso di stampa).

Natale P.

2002 *Una fedeltà leggera: i movimenti di voto nella "seconda Repubblica"*, in R. D'Alimonte, S. Bartolini (a cura di), *Maggioritario finalmente? La transizione elettorale 1994-2001*, Il Mulino, Bologna.

Noelle-Neumann E.

1984 *The Spiral of Silence*, University Chicago Press, Chicago-London.

Norris P.

1997 *Introduction: The Rise of Post-Modern Political Communication*, in P. Norris (ed.), *Politics and The Press*, Lynner Rienner Publishers, Boulder-London.

Testa S., Campana P., Ricolfi L.

2006 *Effetto W. Il mestiere di pollster quando esiste un vincitore annunciato*, in "Polena", 2, pp. 37-51.