

SORPRESE ELETTORALI

La maggioranza silenziosa c'è E vive soprattutto online

Dalla Brexit a Trump i sondaggi non funzionano più Tre studiosi spiegano perché. E come rimediare

Andrea Mancina e Simone Bressan

Cosa hanno in comune Silvio Berlusconi, Beppe Grillo, Donald Trump, la Brexit e il "no" al referendum costituzionale? Politicamente poco o nulla, ma per gli appassionati del genere siamo davanti a fenomeni elettorali che tutti i principali istituti di ricerca hanno, sistematicamente, sottovalutato.

Nelle principali competizioni elettorali di questi ultimi anni, infatti, è emerso un crescente scollamento tra le rilevazioni dei sondaggisti e le opinioni del pubblico votante. Partendo da casa nostra, nel 2013, con la clamorosa rimonta di Berlusconi e la sorprendente affermazione del Movimento 5 Stelle alle Politiche, passando poi per la rotonda vittoria di David Cameron nel 2015, la Brexit l'anno successivo, il clamoroso approdo di Donald Trump alla Casa Bianca e, ritornando in Italia, con la schiacciante maggioranza di "no" al referendum costituzionale: se tre indizi fanno una prova, qui siamo ben oltre il terzo grado di giudizio.

Cosa sta succedendo? Una risposta interessante è prova a darla il libro *Politics and Big Data: Nowcasting and Forecasting Elections with Social Media*, un saggio di tre autori italiani (Luigi Curini, Andrea Ceron e Stefano Maria Iacus) pubblicato recentemente dalla casa editrice britannica Routledge. Il lavoro spiega, con rigore scientifico, perché i sondaggi non possono più essere l'unico pilastro su cui fondare le previsioni elettorali.

«Questo tipo di ricerche - spiega Luigi Curini, co-autore del libro, Professore Associato in Scienza Politica all'Università di Milano e visiting professor presso l'Università di Waseda a Tokyo - si basa su sistemi di pesatura del campione: numeri che non sono pubblici e che funzionavano in passato, quando le elezioni producevano risultati tutto sommato stabili e prevedibili. Oggi, appena com-

pare sulla scena qualcosa di nuovo, come il Movimento 5 Stelle, Trump o Podemos, questo sistema di identificazione di un universo "rappresentativo" salta». Senza contare poi che i tassi di risposta sono sempre più bassi e che, come ricorda Curini, «c'è una fetta importata di popolazione infuriata contro l'establishment, che ritiene i sondaggi parte integrante di quell'establishment contro cui protesta e che quindi non ha nessuna intenzione di far parte del campione, falsando irrimediabilmente il risultato».

L'analisi si concentra giocoforza sulla distanza tra sondaggi elettorali e risultati reali. «Ma - ricorda Curini - noi misuriamo questo scollamento perché le elezioni rappresentano un chiaro controfattuale rispetto alle rilevazioni precedenti. Non per tutti i sondaggi siamo in grado di fare questa "prova del 9". Pensiamo ai numeri resi noti recentemente sul gradimento di Trump: stiamo dando per scontato che siano attendibili gli stessi sondaggisti che solo tre mesi prima avevano sbagliato tutto. Questo è possibile perché non ci sono, nel futuro immediato, elezioni in grado di dimostrare se questi numeri siano reali oppure no».

I risultati elettorali di cui abbiamo parlato, però, sono sorprendenti solo in parte. L'analisi della Rete, infatti, può aiutare a colmare questo gap di informazioni e restituire una base di dati interessante su cui lavorare. Mentre i sondaggi tradizionali venivano respinti dagli intervistati, online era possibile osservare il comportamento degli elettori in un contesto in cui impulsività e anonimato rendevano più credibili le risposte ottenute. E così anche se larga parte dei modelli matematici basati sui son-

daggi assegnava a Hillary Clinton più del 90% di possibilità di vincere le elezioni, il *sentiment* misurato in rete permetteva agli autori del saggio di identificare una partita molto più aperta, assegnando con certezza (e contro larga parte dei pronostici) l'Ohio e la Florida a Trump e segnalando come Michigan, Wisconsin e Pennsylvania sarebbero stati in bilico fino all'ultimo. Lo stesso si potrebbe dire della crescita del Movimento 5 Stelle nelle ultime settimane della campagna elettorale per le Politiche 2013 o del solido consenso che, nella stessa tornata elettorale, ha spinto Berlusconi e il centrodestra verso un sostanziale pareggio con la coalizione guidata dal Pd e da Bersani.

«L'errore che spesso si commette in Italia - spiega ancora Curini - è quello di considerare la rete come qualcosa di negativo a prescindere e di completamente scollegato dalla realtà. La dicotomia con il mondo offline, invece, non esiste: l'informazione, i comportamenti, le regole passano rapidamente da una parte all'altra. Per fare analisi accurate non basta, quindi, concentrarsi su pochi opinion leader ma bisogna avere la pazienza di analizzare l'universo online nella sua completezza».

Puntare sulla *sentiment analysis* non determina, automaticamente, la fine dei sondaggi o di altre forme di rilevazione statistica. Il nuovo orizzonte è piuttosto quello del "data mash up": «unire diverse fonti e una pluralità di dati. Ogni fonte porta con sé un tasso di parzialità che, combinato a quello di altre fonti, può permettere di diminuire l'errore», riuscendo attraverso la Rete a rappresentare quel pezzo di elettorato che ormai i sondaggi non riescono più a mappare con precisione.

La lezione, insomma, è che in Italia, in Francia, in Gran Bretagna, negli Stati Uniti, la maggioranza silenziosa esiste ancora. Solo che ormai esprime se stessa soprattutto online. E, per chi la sa ascoltare, riesce a fare ancora parecchio rumore.

CONTRO L'ESTABLISHMENT

Molti cittadini esprimono
le proprie idee solo sul web
E sfuggono alle rilevazioni

daggi assegnava a Hillary Clinton

