

«Corriere della sera» 13 maggio 2019

Pagnoncelli, il primato degli italiani nel regno delle percezioni errate

Coltiviamo idee false su povertà, crimine, immigrati: esce il 14 maggio un saggio dell'esperto di sondaggi (Mondadori). Un forte allarme ma anche fiducia nei giovani

Massimo Rebotti

Come ha ondeggiato l'opinione pubblica durante le manifestazioni contro i rom nelle periferie romane? E come oscilla sul reddito di cittadinanza, sulle navi delle organizzazioni non governative, sulla castrazione chimica o sulla legalizzazione delle droghe leggere? Per un politico a caccia di consensi c'è una buona ragione ogni giorno, verrebbe da dire ogni ora, per conoscere l'umore degli elettori.

A mettere in guardia dalla deriva della «sondocrazia» — il governo attraverso i sondaggi, come lo chiamava Stefano Rodotà — è, ironia della sorte, un autorevole esperto di sondaggi come Nando Pagnoncelli. Può sembrare un paradosso, ma non lo è.

Il discorso che sviluppa il presidente di Ipsos Italia nel libro *La penisola che non c'è* (Mondadori) affronta i nodi più sensibili che attraversano le opinioni pubbliche delle (affaticate) democrazie occidentali: la percezione distorta della realtà, le fake news, l'indisponibilità a riconoscere le competenze degli altri, la fine della mediazione, la conflittualità esasperata. In un contesto del genere, lo strumento dei sondaggi — che è prezioso, anche dal punto di vista democratico — va usato, raccomanda l'autore, con attenzione e metodo, sottraendolo ai rischi della strumentalizzazione politica.

Pagnoncelli dedica la prima parte del libro a una definizione dell'opinione pubblica — ormai «persuasore occulto» di ogni agire politico — e delle tecniche, sempre più raffinate, che ne «misurano» gli sbalzi. La storia dei sondaggi si intreccia a quella dei cambiamenti della società e della politica — fece epoca il pronostico (azzeccato) della vittoria di John Kennedy su Richard Nixon, dopo un dibattito televisivo che ribaltò le posizioni — e sancisce l'utilità contemporanea di uno strumento che fotografi le oscillazioni, oggi molto rapide, delle opinioni. Ed è in questo campo che i «distinguo» di Pagnoncelli si fanno più netti: «Il sondaggio — scrive — dovrebbe rimanere uno strumento di conoscenza» e non diventare «un oracolo che orienta».

Secondo l'autore quella in atto è una china pericolosa, un «sistema» dove la ricerca del consenso diventa il fine unico della politica. E se, per caso, i dati di un sondaggio dovessero contraddire la propaganda di un leader, nota Pagnoncelli, il politico ha già pronta la risposta: «Abbiamo altri sondaggi che dicono l'opposto».

Ma il centro del libro, più che sull'uso corretto dello strumento che da decenni interroga i cittadini, è su come, negli ultimi anni, si sia trasformato il «mare» in cui pesca il sondaggista: un'opinione pubblica che ha della realtà una percezione assai distante dalla realtà stessa. Tempo fa aveva fatto discutere il divario tra quanti immigrati pensiamo che ci siano in Italia, il 30 per cento, e quanti ce ne sono davvero, il 7% per cento. La questione però, argomenta l'autore, è ben più vasta: su tanti argomenti gli italiani hanno in mente un Paese che non c'è, si tratta di un problema cruciale che può minare il buon funzionamento di una democrazia.

Ci addentriamo così nel «regno delle percezioni» dove l'Italia purtroppo eccelle, come certificato da un'ampia indagine di Ipsos in quattordici Paesi: siamo primi nella «distorsione percettiva» o «più banalmente nell'indice di ignoranza». Come italiani, in pratica, pensiamo che si commettano molti più reati di quanto in realtà avviene, ci riteniamo più poveri, più disoccupati, più malati, con un'economia più fragile e marginale, di quanto in realtà non sia.

Tutto ciò causa un pensiero distorto sul Paese che determina una serie di conseguenze, la principale delle quali è un discorso pubblico che asseconda questa visione negativa, che dilata i problemi invece di ridimensionarli.

Oltre alle percezioni sballate sulla realtà, l'indagine mette in evidenza le nostre contraddizioni. Come il pubblico di un Festival di Sanremo — racconta l'autore tra lo sconcertato e il divertito — che, contemporaneamente, protesta per la sconfitta di un cantante e si spella le mani per la vittoria di quello che l'ha sconfitto. Così noi, contemporaneamente, vogliamo meno tasse, ma servizi pubblici più efficienti; siamo preoccupati per l'invecchiamento della popolazione, ma ci sentiamo invasi dai giovani immigrati; vogliamo l'euro, ma non ci fidiamo dell'Europa.

Pagnoncelli spiega tanto ondeggiare con tre ragioni sostanziali: la bassa scolarizzazione del Paese, una spiccata «emozionalità» e una «dieta mediatica» — i canali attraverso cui ci informiamo — troppo poco varia, dove la televisione, tuttora, è una sovrana quasi assoluta. Una condizione di fragilità che diventa il terreno ideale per il «virus» delle fake news.

Ciò nonostante, la conclusione è ottimista. La speranza per l'autore risiede nei giovani che proprio adesso si affacciano alla vita pubblica, nella loro consapevolezza dei problemi. E se lo dice un osservatore che da oltre trent'anni interroga con rigore la società italiana, c'è probabilmente da credergli.