

13 maggio 2001: le immagini di Berlusconi e Rutelli e l'influenza sulle scelte degli elettori

La campagna elettorale per le elezioni del 13 maggio 2001 si è caratterizzata per il grande rilievo assunto dalle figure dei leader posti a capo dei due schieramenti in lizza. I due personaggi politici hanno avuto la capacità di catalizzare l'attenzione sulle loro personalità grazie anche all'intervento dei media, ormai considerati attori politici a tutti gli effetti nella campagna elettorale. Lo scontro elettorale non si è svolto come una competizione tra ideologie contrapposte, piuttosto tra due personalità politiche di spicco.

Tuttavia, nonostante l'importanza che l'immagine dell'uomo politico ha assunto nella politica di oggi, l'effetto leadership, cioè l'influenza determinata dal leader sul comportamento di voto, non è stato l'unico fattore a concorrere nella scelta di voto finale.

Cercheremo di capire se e quanto l'effetto leadership abbia avuto una qualche influenza sul risultato delle elezioni del 2001, e quale figura di leader sia stata più efficace al fine della raccolta di voti.

Prima di tutto analizzeremo le figure dei due candidati, considerando i giudizi a loro attribuiti dagli elettori, in seguito cercheremo di capire se le tendenze di voto delle tipologie di elettori, ritenuti più influenzabili dalla componente leadership (donne, giovani, gli elettori di centro e gli indecisi) siano state realmente influenzate dai giudizi espressi sui leader Berlusconi e Rutelli.

1. Le figure di Berlusconi e di Rutelli

I risultati delle elezioni del 2001 sono ben chiari a tutti, la maggioranza dei voti elettorali è andata alla Casa delle Libertà e al suo leader Silvio Berlusconi, a scapito dell'altro schieramento di centro-sinistra, l'Ulivo, guidato da Francesco Rutelli. Che i due leader siano stati i protagonisti della campagna elettorale è stato alquanto evidente. Nella campagna elettorale, i due schieramenti hanno puntato molto sulle immagini dei loro candidati, per esempio il centro-sinistra, per contrastare Berlusconi, ha accuratamente individuato il suo leader in base agli indici di gradimento e popolarità tra i politici del suo schieramento, facendo ricadere la scelta su Rutelli.

Per conoscere meglio i due candidati possiamo osservare la tabella 1, la quale ci mostra l'evoluzione dei giudizi dell'elettorato nei confronti dei due leader politici. Da questi dati possiamo trarre un profilo dei due personaggi così come vengono percepiti dall'elettore. Concentreremo la nostra attenzione sui giudizi che si riferiscono al maggio 2001, periodo in cui si sono tenute le votazioni.

Le caratteristiche maggiormente attribuite a Berlusconi sono: «è un leader forte», «ha entusiasmo» e «è persuasivo». Il primo ed il terzo aspetto non concernono direttamente il campo politico; solo l'entusiasmo, qualità sicuramente positiva, riguarda aspetti personali del leader, che influenzano direttamente il suo modo di fare politica. L'entusiasmo rende possibile il coinvolgimento degli elettori richiamando la loro attenzione ed il loro interesse sugli argomenti proposti dal politico.

Un'importante caratteristica attribuita a Berlusconi è il bell'aspetto, il leader di centro-destra, infatti, piace fisicamente a ben il 51% degli elettori.

Subito dopo seguono caratteristiche personali-politiche, quali la competenza in materia politica e la capacità di governare.

Il leader della Casa delle Libertà risulta poi essere moderno, diverso dai politici tradizionali, e simpatico.

In fondo si trovano caratteristiche politiche come «ha le idee che condivido» (solo il 38,4% degli elettori era molto e abbastanza d'accordo con questa affermazione) e «appartiene al mio partito» (34% di elettori sono d'accordo con tale affermazione).

Nelle ultime due posizioni troviamo le due caratteristiche che gli elettori considerano tra le più importanti del candidato ideale: il rispettare le promesse e l'onestà, per le quali solo, rispettivamente, il 25,5% e il 24,7% degli elettori afferma con accordo il fatto che il leader di centro-destra le posseda.

La figura di Berlusconi che viene a delinearsi, in base ai giudizi degli elettori, è l'immagine di un leader forte, capace di poter mandare avanti il paese con competenza, capacità ed entusiasmo. Sembra quasi che vengano richiamate quelle capacità che hanno fatto di questo personaggio un grande imprenditore, attribuendole, in seguito, all'uomo politico. La persuasione potrebbe anch'essa derivare dalla conoscenza, da parte dell'elettore, di un Berlusconi uomo d'affari, proprietario di un impero televisivo, che possiede i mezzi necessari per convincere l'elettore ad affidargli il suo voto.

Non risulta molto simpatico, in genere l'elettore non condivide molto le sue idee, ed infine non lo considera né capace di rispettare le promesse, né un uomo onesto.

Per quanto riguarda Rutelli, la prima caratteristica attribuitagli dall'elettore è la bella presenza, seguita al terzo posto dalla simpatia, attributi strettamente personali del personaggio.

Anche a Rutelli, come a Berlusconi, viene riconosciuto l'entusiasmo, cioè la capacità di saper coinvolgere ed interessare l'elettore.

Il leader del centro-sinistra è considerato moderno, probabilmente più giovanile rispetto agli altri politici; questo aspetto del personaggio si va ad aggiungere a quelle qualità strettamente personali di Rutelli, che poco hanno a che fare con una componente politica. La competenza è il quinto aspetto assegnato al leader dell'Ulivo; essa, molto probabilmente, deriva dalla già conosciuta carriera politica di Rutelli, il quale, provenendo dalla carica di sindaco di Roma, ricoperta con grande successo, prima della candidatura a leader di centro-sinistra, era già apprezzato come uomo politico.

Il leader di centro-sinistra, secondo l'elettore, parla poi di cose concrete, ha idee che egli condivide e sa governare, è persuasivo ed è un leader forte. Anche per Rutelli l'onestà si va a posizionare in fondo alle caratteristiche attribuitegli, tuttavia è considerato più onesto di Berlusconi. Rutelli non viene considerato molto diverso dai politici tradizionali, anche se percepito più moderno. Agli ultimi posti troviamo il fatto

che appartenga al partito che l'elettore voterà o che ha votato, e che rispetti le promesse fatte.

L'immagine di Rutelli si delinea secondo quelle caratteristiche che riguardano aspetti strettamente personali dell'uomo politico. E' di bell'aspetto, simpatico e moderno, caratteristiche che gli elettori considerano marginali nelle motivazioni di scelta elettorale.

Per entrambi i leader l'onestà non sembra una qualità molto riconosciuta dagli elettori, ciò significa che quest'ultimi non sono portati a dare loro una completa fiducia. Rutelli e Berlusconi, in conclusione, possiedono principalmente, secondo gli elettori, qualità, nel primo caso, strettamente personali, mentre, nel secondo caso, caratteristiche che non concernono in modo diretto la politica; ad entrambi vengono riconosciute, soltanto da una minoranza, le caratteristiche che, invece, tutti gli elettori considerano molto e abbastanza importanti in un leader ideale, e cioè l'onestà e il saper rispettare le promesse.

TAB. 1 *Evoluzione delle opinioni sulle caratteristiche di Rutelli e di Berlusconi (valori %)*

Molto + abbastanza	Rutelli				Berlusconi			
	Nov. 00	Feb. 01	Apr. 01	Mag. 01	Nov. 00	Feb. 01	Apr. 01	Mag.01
Ha le capacità necessarie per governare il paese	44,7	43,6	42,1	40,5	46,9	47,3	43,9	47,8
Ha un bell'aspetto, si presenta bene	69,9	68,4	68,2	65,1	57,1	53,8	52,2	51,0
Parla di cose concrete, come risolvere problemi	50,0	50,9	49,7	44,9	50,3	48,4	46,3	46,9
E' simpatico	57,2	54,5	53,3	50,1	41,8	40,5	37,6	38,4
E' diverso dai politici tradizionali	39,1	38,1	35,5	33,8	39,0	40,7	38,7	41,3
Ha entusiasmo, si batte per le proprie convinzioni	59,4	57,7	58,0	51,3	66,4	63,9	63,5	60,2
E' un leader forte	45,2	43,9	42,4	38,9	66,0	64,8	64,3	64,9
E' onesto	46,4	43,7	41,1	36,1	33,2	31,7	27,0	24,7
Ha idee che condivido, sono spesso d'accordo	40,4	42,4	40,8	40,9	40,4	39,6	37,1	38,1
E' persuasivo, sa come convincere	44,7	47,9	45,2	40,2	58,8	61,4	58,9	58,9
E' competente, preparato	56,7	53,2	51,4	47,5	55,5	53,2	50,9	49,9
Rispetta le sue promesse elettorali	35,5	33,2	31,5	29,6	34,2	32,0	27,6	25,2
E' in grado di vincere le elezioni	40,9	38,5	38,1	-	61,1	59,1	56,7	-
Appartiene al partito che voterò / ho votato	31,3	30,6	31,2	33,8	32,0	31,1	29,8	34,0
E' moderno	-	59,8	55,7	48,5	-	51,4	49,4	46,7

Fonte: Barisione, in *Dall'ulivo al governo Berlusconi* [2002]

Osservando ancora la tabella 1, possiamo notare che Berlusconi riceve punteggi mediamente più alti rispetto a quelli ottenuti da Rutelli. Ciò potrebbe significare che il leader di centro-destra risulta più apprezzato dagli elettori. In ogni caso, per entrambi i leader, se si analizza l'andamento dei giudizi da Febbraio a Maggio, è possibile constatare un peggioramento generale dei giudizi. Osservando la tabella 2, notiamo che gli scarti tra i giudizi attribuiti ai due leader, a febbraio e poi a maggio, mostrano che Berlusconi ha subito un minor deterioramento dell'immagine rispetto al leader di centro-sinistra.

In alcuni casi Berlusconi mostra dei punteggi in crescita dove in Rutelli sono in forte calo, per esempio nelle capacità di governare, dove, mentre il leader di centro-sinistra cala di 4,2 punti percentuali, il leader di centro-destra sale, seppur di soli 0,9 punti percentuali. Berlusconi presenta un punteggio crescente anche in riferimento all'affermazione «è diverso dagli altri politici», «è persuasivo» e «appartiene al partito che voterò / ho votato». Anche per Rutelli si osserva un incremento del punteggio per quanto riguarda il fatto che appartenga allo stesso partito dell'elettore, ma è l'unica affermazione in corrispondenza della quale si registra un aumento (di 0,5 punti percentuali in più di Berlusconi). In riferimento a tutte le altre proposizioni, invece, i punteggi diminuiscono in misura maggiore rispetto al leader di centro-destra, escluso per le affermazioni «ha un bell'aspetto», «ha idee che condivido» e «rispetta le sue promesse elettorali». Questo ultimo aspetto viene ritenuto dall'elettore un carattere importante per un leader politico, come lo è l'onestà; però, dove Berlusconi perde nel rispettare le promesse elettorali, una perdita, seppur minore, viene registrata riguardo l'onestà di Rutelli. E' interessante osservare come le due caratteristiche ritenute dall'elettore più importanti per un leader politico, siano anche quelle che subiscono la caduta più consistente, per entrambi i leader.

In conclusione, possiamo osservare che l'immagine dei due leader tende a deteriorarsi, anche se Berlusconi sembra essere sottoposto a questo processo in misura minore rispetto l'avversario. Possiamo affermare, quindi, che in periodo di votazione, Berlusconi godeva presso l'elettorato di una immagine migliore rispetto al suo avversario Rutelli.

TAB. 2 *Scarti dei giudizi attribuiti a Rutelli e Berlusconi*

Molto + abbastanza	Rutelli Mag.01-Feb.00	Berlusconi Mag.01-Feb.00
Ha le capacità necessarie per governare il paese	-4,2	+0,9
Ha un bell'aspetto, si presenta bene	-4,8	-6,1
Parla di cose concrete, come risolvere problemi	-5,1	-3,4
E' simpatico	-7,1	-3,4
E' diverso dai politici tradizionali	-5,3	+2,3
Ha entusiasmo, si batte per le proprie convinzioni	-8,1	-6,2
E' un leader forte	-6,3	-1,1
E' onesto	-10,3	-8,5
Ha idee che condivido, sono spesso d'accordo	-0,5	-2,3
E' persuasivo, sa come convincere	-4,5	+0,1
E' competente, preparato	-9,2	-5,6
Rispetta le sue promesse elettorali	-5,9	-9,2
E' in grado di vincere le elezioni	-	-
Appartiene al partito che voterò / ho votato	+2,5	+2
E' moderno	-	-

Possiamo spiegare questo andamento negativo dei giudizi riguardanti i due leader, correlando l'indice di popolarità. Consideriamo i giudizi medi come indicatori della popolarità dei due politici: il giudizio medio relativo a Rutelli passa da 4,78 nel mese di novembre 2000, a 5,16 nel mese di maggio 2001. Il giudizio medio relativo a Berlusconi incrementa il suo valore da un punteggio di 4,40 nel mese di novembre 2000, a 4,99 nel mese di maggio 2001[Barisione 2002, 171]. Si nota, quindi, che la popolarità aumenta, ma nel contempo diminuiscono i giudizi positivi attribuiti ai due leader. «Ciò rappresenterebbe dunque una sorta di effetto collaterale del processo di personalizzazione delle campagne attraverso la televisione, la quale da un parte è indiziata di accrescere la popolarità degli uomini politici per il solo fatto di farne dei

«protagonisti», ma dall'altra li espone ad un *voyeurismo* pubblico che ne scruta comportamenti, reazioni e modi di fare nelle situazioni più disparate, anche in quelle dove essi non abbiano la piena gestione della propria immagine» [Barisione 2002, 176].

E' riconosciuto che, la principale fonte di diffusione dell'immagine del leader è la televisione; cercheremo allora di trovare una connessione tra le trasmissioni televisive, i giudizi ed il voto degli elettori, analizzando, per i vari network, le correlazioni tra i tempi di apparizione dei politici e le tendenze di voto. Poi cercheremo di stabilire, se e quanto, questi tipi di giudizio abbiano influito sulle scelte di voto degli elettori.

2. *L'influenza delle fonti di informazione*

Le fonti di informazione hanno un ruolo importante nel determinare la scelta elettorale dell'individuo. La fonte informativa di cui gli individui fanno un maggiore utilizzo è sicuramente la televisione, la quale è anche la prima responsabile del processo di personalizzazione della politica italiana. Attraverso i programmi televisivi, i candidati si espongono, senza avere un completo controllo della propria immagine, ad una moltitudine di persone che tocca quasi l'intero corpo elettorale.

La televisione veicola le immagini dei nostri politici, ma ci viene da chiedere se le modalità con cui questa trasmissione avviene sono in grado di influenzare il modo di percepire i politici da parte degli elettori e se questo, a sua volta, ha una qualche ripercussione sulle motivazioni di voto. In pratica, nel caso delle elezioni 2001, il fatto di aver guardato alcuni programmi o preferito alcune emittenti o, ancora, di aver passato più o meno tempo davanti alla televisione può avere influenzato il voto degli italiani, indirizzando il loro voto?

Per dare risposta a queste domande, possiamo fare alcune considerazioni osservando i tempi-presenza dei politici in tv durante la campagna elettorale.

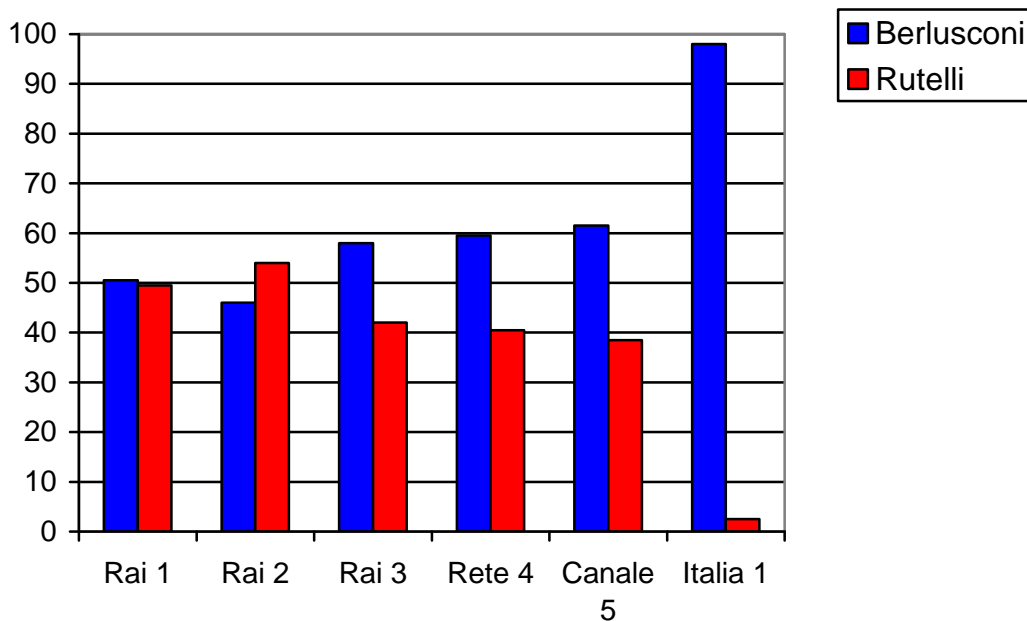


FIG. 1. Rapporto in percentuale tra i “tempi presenza” di Berlusconi e Rutelli, per rete (10 marzo-11 maggio 2001).

Fonte: Sani e Legnante in *Dall’Ulivo al governo Berlusconi* [2002], dati dell’Osservatorio di Pavia e del Centro d’Ascolto di Roma presentati nella conferenza stampa del presidente della Rai Zaccaria (Pavia, 18 giugno 2001).

Coma prima cosa possiamo osservare, dalla figura 1, che i tempi presenza di Berlusconi sono mediamente più elevati rispetto a quelli di Rutelli, escluso il caso di Rai 2. Più equilibrio si trova nelle reti Rai, soprattutto nei canali di Rai1 e Rai2, anche se su Rai3 si nota uno sbilanciamento dei tempi verso il leader di centro-destra.

Sulle reti Mediaset è possibile riscontrare, invece, una sproporzione più accentuata a favore di Berlusconi, con il caso estremo di Italia1, dove il tempo presenza del candidato Rutelli è praticamente assente.

Insomma i due principali network nazionali sembrano dedicare più spazio a Berlusconi piuttosto che a Rutelli, anche se nelle reti di Stato troviamo più equilibrio che nelle reti Mediaset.

Queste considerazioni potrebbero suggerirci che, in base alla preferenza riguardo i programmi televisivi, gli elettori mostrerebbero delle tendenze di voto differenti: coloro

che seguono maggiormente le reti Mediaset dovrebbero propendere per un voto più orientato a destra, e cioè per Berlusconi; coloro che, al contrario, seguono in misura maggiore le reti Rai, dovrebbero tendere per un voto orientato a sinistra, e cioè per Rutelli.

All'interno del corpo elettorale, anche se si riscontrano abitudini di ascolto differenti, è possibile identificare alcuni segmenti che si differenziano in termini di network che tendono a privilegiare come fonti di informazione ed intrattenimento. Ci sono, dunque, *audience* più o meno ampie di *aficionados* Rai e Mediaset che tendono a seguire principalmente i programmi dei rispettivi network con scarsa (o nulla) esposizione ai flussi di comunicazione dell'altra fonte [Sani e Legnante 2002, 129]. Accanto a queste tipologie di telespettatori, troviamo un terzo gruppo, piuttosto corposo, costituito da quanti seguono indifferentemente i programmi dell'uno come dell'altro network [ibidem]. Cerchiamo di capire se l'orientamento di voto ha a che fare, in qualche modo, con l'esposizione ad un determinato network piuttosto che all'altro.

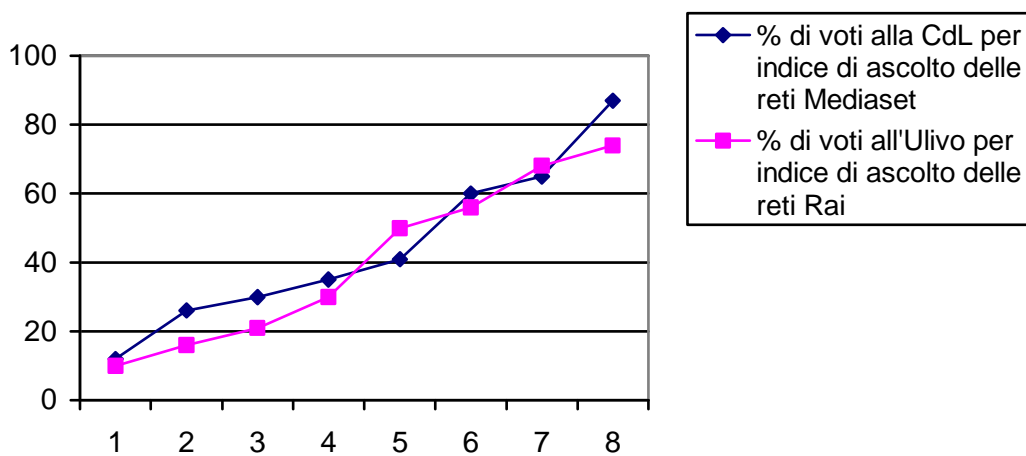


FIG. 2 *La relazione fra l'indice di ascolto dei network e il voto per le principali coalizioni.*

Fonte: Sani e Legnante, in *Dall'Ulivo al governo Berlusconi* [2002], elaborazioni su dati dell'Osservatorio Ispo (13 maggio 2001)

La figura 2 ci mostra come, in base agli indici di ascolto dei due network, crescano le percentuali di voto a favore dell'uno o dell'altro partito.

Come si può notare, all'aumentare degli indici di ascolto di Mediaset, aumentano in ugual modo le percentuali di voto a favore della Casa delle Libertà e lo stesso fenomeno accade per quanto riguarda i telespettatori delle reti Rai. «Il nesso tra canali seguiti ed atteggiamenti è evidente anche nel caso dei giudizi espressi sui due principali protagonisti della campagna elettorale. La stessa rilevazione Ispo dell'aprile 2001 mostra che il grado d'approvazione (e, conversamente, di disapprovazione) per Rutelli e Berlusconi erano legati in maniera molto netta alle abitudini di ascolto dei cittadini» [*ibidem*, 131].

Da ultimo, va segnalato che le connessioni evidenziate si accompagnano anche a marcate differenze nei livelli di fiducia espressi dagli intervistati nei confronti delle reti di Rai e Mediaset: nell'insieme dei campioni analizzati da Ispo il livello di fiducia nei due principali network è all'incirca lo stesso, ma esso varia al suo interno. «Ciò significa che ad alti livelli di fiducia nella Rai tendono a corrispondere scelte elettorali per il centro-sinistra e conversamente nel caso della fiducia a Mediaset» [*ibidem*].

Possiamo quindi concludere che, in base alle fonti di informazioni a cui l'elettore si sottopone, egli viene in qualche modo influenzato nelle sue scelte di voto. Per quanto riguarda la fonte televisiva, il fatto di seguire con maggiore assiduità le reti Mediaset o Rai induce l'elettore ad affidare il suo voto, rispettivamente, al candidato di centro-destra, in questo caso Berlusconi, oppure al candidato di centro-sinistra, e cioè Rutelli.

3. L'orientamento politico e la percezione delle figure di Berlusconi e Rutelli

Per determinare quanto la collocazione politica sia importante nella percezione del leader e per quale schieramento risulti più influente l'immagine del leader, prendiamo in considerazione l'autocollocazione politica e il giudizio che, in base a questa, viene attribuito ai due leader.

TAB. 3 *Evoluzione dei giudizi su Rutelli e Berlusconi per autocollocazione politica.*

Autocollocazione	Rutelli			Berlusconi		
	Nov. 200	Feb. 2001	Mag. 2001	Nov. 2000	Feb. 2001	Mag. 2001
Sinistra	6,1	6,5	6,9	2,6	2,5	2,5
Centro-sinistra	6,0	6,2	6,6	3,0	3,0	3,0
Centro	4,8	4,7	5,1	4,6	4,8	5,2
Centro-destra	3,9	3,8	3,7	6,1	6,3	7,0
Destra	3,3	3,3	3,3	6,5	6,4	7,2
Non so / non id.	4,4	4,3	4,6	4,0	4,1	4,8
Totale (N)	4,8 3422	4,8 3026	5,2 2778	4,4 3515	4,5 3106	5,0 2795

Fonte: Barisione, in *Dall'Ulivo al governo Berlusconi* [2002]

Dalla tabella 3 si può notare come il leader di centro-sinistra riceva punteggi mediamente più alti. Quindi, si conferma la scelta, effettuata dal centro-sinistra, di Rutelli come guida della coalizione di centro-sinistra, un personaggio popolare e apprezzato, più dell'avversario Berlusconi.

Un altro elemento da evidenziare riguarda la connessione che lega la collocazione politica e l'alto punteggio attribuito al leader della propria parte politica, così Rutelli riceve punteggi alti dagli elettori che si collocano a sinistra e a centro-sinistra, mentre Berlusconi li riceve dagli elettori di destra e centro-destra. Questo conferma il fatto che l'elettore trova ancora nell'appartenenza ad un partito la motivazione principale di scelta di voto, così chi si trova a sinistra, apprezzerà maggiormente il leader rappresentante il suo schieramento e, viceversa, per l'elettore che si sente di destra. Abbiamo concentrato la nostra attenzione su quell'elettorato di centro ed indeciso, il quale non presenta un orientamento politico ben definito, oppure non lo presenta affatto, e risulta, di conseguenza, più esposto a determinare la propria scelta in base a considerazioni più contingenti, come l'immagine del leader.

Se osserviamo la tabella 3, possiamo notare che, in corrispondenza degli elettori di centro, i giudizi nei confronti dei due leader sono praticamente uguali, non vi è una vera

e propria tendenza a preferire l'uno piuttosto che l'altro. Così anche per quanto riguarda l'elettore indeciso.

Un'altra considerazione che può essere fatta, riguarda il grado di apprezzamento da parte degli elettori di uno schieramento politico, nei confronti del leader della parte avversaria. Come si nota dalla tabella 3 i giudizi espressi dagli elettori di sinistra e di centro-sinistra, nei confronti di Berlusconi, sono più bassi rispetto a quelli espressi dagli elettori di destra e centro-destra nei confronti di Rutelli. Questo potrebbe significare un legame affettivo con il proprio schieramento ed il proprio leader più forte nell'elettorato di sinistra e centro-sinistra piuttosto che in quello di destra e centro-destra.

Possiamo osservare, sempre a conferma del legame che ancora lega elettori e schieramenti politici, che gli individui che si collocano nei due estremi sinistra e destra, sono coloro che attribuiscono punteggi maggiori ai candidati rappresentanti la loro parte politica. Osserviamo ora la seguente tabella.

TAB. 4 *Giudizi su Rutelli e Berlusconi per coalizione votata nel 2001*

	Rutelli	Berlusconi
Ulivo	7,0	2,8
CdL	3,4	7,5
Media	5,2	5,0
(N)	2627	2657

Fonte: Barisione, in *Dall'Ulivo al governo Berlusconi* [2002]

La tabella 4 ci mostra come Berlusconi abbia punteggi positivi più alti ma anche punteggi negativi più bassi rispetto al leader di centro-sinistra Rutelli. Lo scarto relativo ai punteggi medi di Berlusconi risulta così essere superiore rispetto a quello riferito a Rutelli. «Ciò conferma un fatto rilevato da più parti, cioè un più forte effetto di polarizzazione suscitato dal candidato-permier Berlusconi nel corso della campagna elettorale. Il leader di centro-destra polarizza – ben più di quanto faccia Rutelli – l'elettorato, ne accentua la contrapposizione interna ai due blocchi, crea un vero e

proprio *cleavage* intorno alla propria figura politica e personale, inducendo gli italiani a schierarsi da una parte o dall'altra» [Barisione 2002, 168]; «con me o contro di me».

Su chi abbia avuto maggiore efficacia l'immagine di Berlusconi possiamo notarlo dalla tabella 5.

TAB. 5 *Voto al maggioritario per autocollocazione politica (valori %)*

	Sinistra	Centro-Sinistra	Centro	Centro-Destra	Destra	Non so
CdL	7	10	50	83	84	47
Ulivo	89	84	40	13	11	44
Altro	4	6	10	4	5	9
(N)	339	491	518	488	279	344

Fonte: Barisione, in *Dall'Ulivo al governo Berlusconi* [2002]

Dalla tabella 5 notiamo immediatamente che gli elettori che si collocano a sinistra e centro-sinistra e quelli di destra e centro-destra hanno votato in maggioranza per i loro schieramenti. Tuttavia, si osserva che nello schieramento di destra e centro-destra c'è stata una tendenza maggiore, rispetto alla parte avversaria, a votare non per la Casa delle Libertà, bensì per l'Ulivo, spostando il voto a sinistra. Questo potrebbe essere un indicatore del legame che unisce gli elettori di destra ed il loro schieramento, probabilmente meno forte e sentito di quello che si trova negli elettori di sinistra.

Concentriamo ora la nostra attenzione sugli elettori che abbiamo individuato come potenzialmente i più influenzabili dall'immagine del leader, cioè gli elettori di centro e gli indecisi. Nel caso degli elettori di centro, troviamo una percentuale di voto attribuita alla Casa delle Libertà, guidata dal leader Berlusconi, pari al 50%, contro quella affidata all'Ulivo, capeggiato da Rutelli, pari al 40%, con uno scarto di 10 punti percentuali a favore dello schieramento di centro-destra. Nel caso degli elettori indecisi, si presenta la medesima tendenza, i voti attribuiti alla CdL sono il 47%, mentre quelli all'Ulivo il 44%. Certo in questo ultimo caso lo scarto è minore (solo 3 punti percentuali a favore dello schieramento di Berlusconi), ma l'orientamento al voto di questi due tipi di

elettorato viaggia nella medesima direzione: verso destra e, soprattutto, verso Berlusconi.

In conclusione, i due elettorati più influenzabili dall'immagine del leader hanno votato in maggioranza per Berlusconi, mentre gli elettori più schierati politicamente hanno seguito il loro senso di appartenenza e votato per i rappresentanti della loro parte politica, attribuendo giudizi più positivi ai loro leader e negativi a quelli avversari. L'immagine di Berlusconi sembra aver raggiunto in modo più efficace l'obiettivo della campagna elettorale: se non convertire gli avversari, impresa assai ardua, sicuramente convincere gli indecisi.

4. L'influenza della percezione del candidato sul voto delle donne e dei giovani

Le donne e i giovani sono categorie sociali che maggiormente ritengono importanti in un leader il bell'aspetto e la simpatia e, molto probabilmente, sono portati a scegliere per chi votare anche in base a questo tipo di considerazioni.

Esaminiamo come prima variabile il *genere*, cercando di capire come si è indirizzato il voto delle donne.

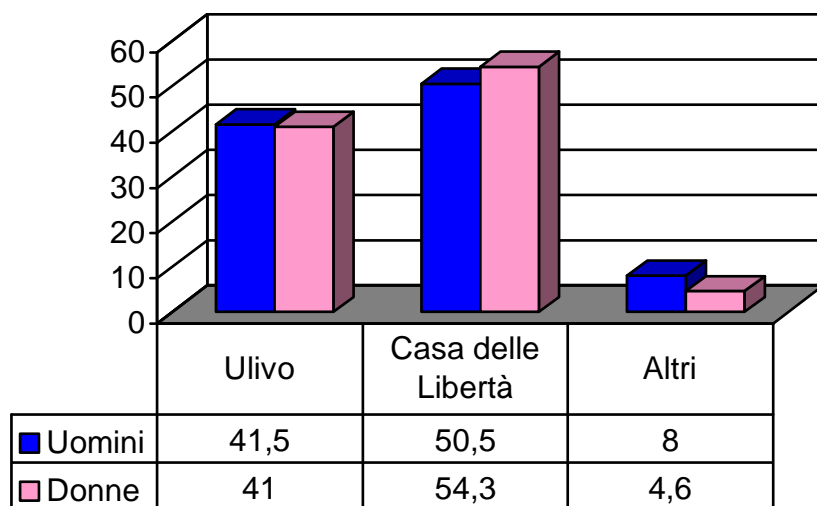


FIG. 3. *Voto Camera maggioritario per genere*

Fonte: Corbetta, in *Le ragioni dell'elettore* [2002]

Dal grafico mostrato in figura 3, notiamo che le donne, in una piccola percentuale in più rispetto agli uomini, hanno votato per la CdL, questo a scapito del voto verso altri partiti. Per quanto riguarda il voto all'Ulivo, la differenza fra uomini e donne non è consistente.

Analizziamo meglio il voto femminile riferito alla CdL. Se osserviamo la tabella 6, notiamo che nel voto proporzionale, il partito che ha ricevuto più consensi da parte delle donne è Forza Italia, con il 41% dei voti femminili e con una differenza dai consensi maschili di ben 10,9 punti percentuali in più per le donne.

TAB. 6 *Voto Camera proporzionale per genere*

	Maschi	Femmine	Totale	M-F
Rc	7,2	5,1	6,8	2,1
Ds	20,1	18,6	19,4	1,5
Margherita	9,9	13,3	11,6	-3,4
Altri c-s	3,4	2,3	2,8	1,1
FI	30,1	41,0	35,4	-10,9
An	17,3	10,5	14,0	6,8
Altri c-d	5,4	3,9	4,7	1,5
Altri	6,6	5,4	6,0	1,2
Totale (N)	100,0 (1158)	100,0 (1107)	100,0 (2265)	

Nota:

Altri: Lista Bonino, Italia dei valori, Democrazia europea.

Altri c-s: Comunisti italiani, Girasole (Verdi-Sdi)

Altri c-d: Biancofiore (Ccd-Cdu), Lega nord, Fiamma tricolore.

Fonte: Caciagli, in *Le ragioni dell'elttore* [2002]

La tabella 6 ci mostra come effettivamente le donne abbiano nettamente preferito il partito di Berlusconi a quello Rutelli. Che l'immagine del leader di centro-destra sia stata più efficace potrebbe essere confermato da questa tendenza al voto verso Berlusconi. Comunque questo non basta, cerchiamo ora di capire come questo voto femminile si è andato formando.

Abbiamo prima affermato che l'esposizione a diverse fonti di informazione condiziona la percezione dei candidati; vediamo allora se vi è qualche legame tra esposizione televisiva e scelta di voto.

TAB. 7 *Voto delle donne per tempo di esposizione giornaliera alla televisione*

	Fino a due ore	2-4 ore	Più di 4 ore
Ulivo	44,8	42,2	31,4
CdL	48,7	53,6	65,5
Altri	6,5	4,2	3,1
Totale	100,0	100,0	100,0
(N)	(359)	(606)	(194)

Fonte: Caciagli, in *Le ragioni dell'elettore* [2002]

Sapendo che le donne guardano la televisione più degli uomini (i dati percentuali relativi a chi si espone alle trasmissioni televisive mostrano come ben il 18,3% delle donne sta oltre quattro ore davanti al teleschermo contro l'8,7% degli uomini [Caciagli 2002, 123]), possiamo supporre che l'influenza del canale televisivo abbia determinato in buona parte la tendenza di voto nei confronti di Berlusconi. Infatti, i voti a favore di Berlusconi aumentano in concomitanza con l'aumento delle ore di esposizione televisiva, come mostrato dalla tabella 7. Considerando i tempi-presenza dei due leader, prima analizzati e ritenuti squilibrati verso Berlusconi, è possibile dedurre che l'influenza determinata dal mezzo televisivo possa aver indotto le telespettatrici ad affidare il loro voto allo schieramento di destra ed, in particolare, al partito di Forza Italia. Se poi le telespettatrici sono «affezionate Mediaset», la tendenza potrebbe accentuarsi; purtroppo la mancanza di dati non ci permette di verificarlo.

E' possibile attuare un'ulteriore distinzione nell'elettorato femminile di Berlusconi: il 60% dei voti delle donne casalinghe è andato alla CdL, contro il 48,1% di quello delle donne occupate.

Questa tendenza può essere ricondotta ancora al tempo di esposizione televisiva; per le donne casalinghe, restando più tempo a casa, è più probabile che la televisione accompagni maggiormente le vicende della loro giornata, in misura maggiore di quanto lo faccia per le donne occupate e, quindi, eserciti maggiormente la sua influenza su quella categoria.

In sintesi, sembra comunque che le donne, soprattutto le casalinghe e quelle che si espongono per più ore alle trasmissioni televisive, abbiano affidato il loro voto alla Casa delle Libertà, in particolare al partito di Forza Italia, cioè al leader Silvio Berlusconi. La sua immagine sembra allora essere stata più efficace rispetto a quella di Rutelli.

Vediamo quanto l'immagine del leader abbia influenzato la scelta di voto, in base all'età.

TAB. 8 *Voto camera maggioritario per coorti di nascita*

Anno di nascita	Casa delle Libertà	Ulivo	Altri	Totale	N	Cdl-Ulivo
Fino a 1925	58,2	37,9	3,9	100,0	153	20,3
1926-35	56,7	37,8	5,5	100,0	254	18,9
1936-45	50,7	43,3	6,0	100,0	367	7,4
1946-55	47,7	45,5	6,7	100,0	415	2,2
1956-65	51,7	42,0	6,4	100,0	424	9,7
1966-75	55,6	37,5	6,9	100,0	475	18,1
1976-83	49,8	42,6	7,5	100,0	265	7,2
Totale	52,4	41,3	6,4	100,0	2353	11,1

Fonte: Corbetta, in *Le ragioni dell'elettore* [2002]

La tabella 8 mostra come la percentuale di voti più alti per la Casa delle Libertà si ha in corrispondenza di quelle coorti di età più anziane. Le persone più anziane (aventi 68 anni e oltre) tendono ad orientare maggiormente il loro voto verso destra, attribuendolo a Berlusconi. I voti favorevoli allo schieramento di destra diminuiscono con l'età fino agli elettori nati dal 1936 al 1955, aumentando, in corrispondenza, le percentuali di voto per l'Ulivo. Per i nati dopo il 1955, i voti favorevoli alla CdL crescono ancora, per poi diminuire nuovamente nei più giovani. Le differenze di voto più consistenti fra i due

principali schieramenti politici si trovano nelle coorti di età che vanno dal 1935 ad oltre il 1925, ed in corrispondenza della coorte d'età che va dal 1966 al 1975, cioè i trentenni. La minore differenza (pari a 2,2 punti percentuali) si nota in corrispondenza della coorte di età 1946-55, qui i voti per le due coalizioni arrivano quasi ad equilibrarsi. Un differenziale relativamente basso è osservabile anche per i più giovani, cioè i ventenni, i quali, nonostante il fatto di preferire la CdL all'Ulivo, tendono più dei trentenni ad orientare il voto a sinistra.

Ponendo l'attenzione sull'influenza dell'immagine del leader sui più giovani, si potrebbe affermare che la figura di Berlusconi sia stata più efficace in tutte le coorti di età, ma che sia stata meglio contrastata da quella di Rutelli, in corrispondenza degli elettori cinquantenni e ventenni.

E' semplicistico ridurre, in questo caso, il problema alla sola variabile dell'immagine del leader. Corbetta, nel suo saggio *Le generazioni politiche*, fornisce una spiegazione più completa del fenomeno, rifacendosi all'ipotesi generazionale, accennata nel secondo capitolo. Egli classifica l'elettorato in coorti di età politicamente caratterizzate, formatesi a seguito di comuni esperienze di socializzazione. In seguito alle sue analisi, individua tre principali generazioni politiche: la prima, chiamata *generazione della guerra fredda*, è costituita dalle persone che oggi hanno fra i 66 ed i 75 anni, i quali hanno compiuto 18 anni tra il 1944 e il 1953, al culmine dell'antagonismo politico fra le due culture democristiana e comunista. «Data la caratterizzazione territoriale di queste due culture, ed in particolare l'egemonia della cultura socialista-comunista in quegli anni nelle regioni rosse (le “zone rosse”, in cui la cultura socialista-comunista era egemonica, comprendeva l'Emilia-Romagna, la Toscana, l'Umbria e le Marche; mentre la “zona bianca”, con un'egemonia della cultura cattolica, comprendeva il Veneto, il Trentino-Alto Adige ed il Friuli-Venezia Giulia), troviamo oggi, all'interno di quella generazione, una netta divaricazione di posizioni politiche fra i settantenni delle regioni rosse, che hanno votato il 13 maggio in massa l'Ulivo, ed i settantenni del resto del paese, che invece sono altrettanto nettamente schierati rispetto al resto del paese» [Corbetta 2002]. La seconda generazione, chiamata la *generazione del Sessantotto*, comprende i nati tra il 1946 ed il 1955, che al momento del voto avevano età compresa fra i 46 anni ed i 55 anni, e che hanno compiuto 18 anni negli anni tra il 1964 ed il 1973,

nel pieno dei movimenti sociali che hanno investito le università, le scuole superiori, le fabbriche, i centri urbani, orientando verso sinistra la cultura di questa generazione.

La terza generazione, chiamata la *generazione della caduta del muro di Berlino*, comprende i nati fra il 1966 ed il 1975, cioè i trentenni delle votazioni 2001. Questi sono diventati maggiorenni fra il 1984 ed il 1993, cioè negli anni che precedono e poi vedono la delegittimazione del sistema tradizionale dei partiti attraverso Tangentopoli, la sua destrutturazione, ed infine il venir meno dei tradizionali riferimenti ideologici a seguito del crollo del muro di Berlino. «Questa generazione cresce con un sentimento di diffidenza per tutto ciò che riguarda la sfera pubblica, con un forte disinteresse per la politica ed un senso di ripudio del programma che la sinistra moderata ed il cattolicesimo sociale hanno realizzato in cinquant'anni [accettando] il messaggio di Berlusconi che contrappone l'efficienza della gestione aziendale alla burocrazia statale» [Corbetta 2002] e affidandogli i loro voti.

Può essere aggiunta un'altra categoria, che qui non è stata presa in considerazione, ma che al fine della nostra trattazione può risultare importante, e cioè quella della generazione di coloro che al momento dell'elezione avevano età compresa tra i 18 ed i 27 anni. Questa generazione non è mai stata toccata da eventi politici con forti connotati ideologici, al contrario è cresciuta in un contesto politico che, nell'era mediale, si mostra in modo differente all'elettore, diventando più personale. Ciò che viene mostrato non concerne più le grandi macchine di partito, non richiama più un senso di appartenenza, ma, al contrario, riguarda i leader, personaggi individuali, che si espongono in prima persona al giudizio dell'elettore. E' su questi personaggi che verte la campagna elettorale ed extra-elettorale, il partito perde importanza, e si osservano le capacità di chi è chiamato alla guida. I giovani perciò, non avendo una socializzazione politica sviluppata, probabilmente non sono portati a giudicare in base a sensi di appartenenza o di legami affettivi verso una determinata parte politica, ma in base a considerazioni su coloro che avranno l'incarico di governare e di rappresentare il paese.

In conclusione, possiamo affermare che, anche in base all'età, ciò che influenza maggiormente la scelta di voto è sicuramente il senso di appartenenza politica, tendenza che tuttavia sembra diminuire nelle generazioni dei più giovani, i trentenni ed i ventenni, più portati a giudicare capacità, efficacia e immagine dei candidati.

