

**Statistica** Un saggio di Lorenzo Pregliasco (Add) illustra vantaggi e inconvenienti delle tecniche demoscopiche

# L'ambiguità dei sondaggi riflette le nostre incertezze

di **Francesco Magris\***

La democrazia, conferendo la sovranità al popolo, è una procedura finalizzata a tradurre le diverse e contrastanti preferenze individuali in scelte collettive. Meccanismo delegato principalmente alle leggi elettorali. Ma gli appuntamenti elettorali avvengono solo a intervalli di tempo distanziati gli uni dagli altri; in un Paese democratico la classe dirigente ha invece bisogno di testare gli umori dei cittadini in maniera permanente, in quanto trae la sua stessa legittimità politica dal poter rivendicare un adeguato livello di consenso.

Interrogare l'intera cittadinanza su un ventaglio amplissimo di questioni a intervalli di tempo ravvicinati è un compito arduo che comporterebbe dei costi spropositati. Per ovviare a tale problema sono stati introdotti i sondaggi i quali, per mezzo di complicate tecniche d'inferenza statistica, si propongono di fotografare l'opinione generale del Paese su una determinata questione a partire da domande rivolte solo a un «campione» della popolazione, ossia a un numero ristretto di persone. Ricordiamo negli Usa l'avanguardistico istituto demoscopico Gallup fondato nel 1935 e, in Italia, la Doxa, creata nel 1946 dal grande statistico Pierpaolo Luzzatto Fegiz.

Tuttavia sin dall'inizio i sondaggi non hanno sempre goduto di ottima fama, in virtù di certe previsioni completamente errate. I primi casi clamorosi di fallimento sono stati quelli che nel 1948 pronosticarono la vittoria di Thomas Dewey contro Harry Truman e quelli del 1956 che avevano intronato alla Casa Bianca Adlai Stevenson invece di Dwight Eisenhower. Più di recente, nel 2016, ricordiamo le inchieste che davano vittoria-

so il «Remain» contro il «Leave» in Gran Bretagna e Hillary Clinton in netto vantaggio su Trump.

A difesa dei sondaggi, del loro fondamentale ruolo informativo e della loro insostituibile funzione di interpretare il presente e di indirizzare le scelte pubbliche, vi è ora il libro *Benedetti sondaggi* (Add editore) di Lorenzo Pregliasco, direttore di YouTrend, docente ed esperto di opinione pubblica e di comunicazione. La sua non è un'apologia acritica dei sondaggi, in quanto sin dall'inizio egli ribadisce la loro inevitabile natura di fotografia imperfetta della realtà; il suo scopo è piuttosto quello di introdurci a una lettura corretta dei sondaggi per immunizzarci da elementi fuorvianti sempre in agguato, che possono finire per screditarli ai nostri occhi o addirittura renderli dei pe-

ricolosi strumenti di propaganda.

Come ricorda Pregliasco, la maggiore difficoltà per condurre un sondaggio attendibile consiste nella scelta appropriata del campione delle persone sollecitate a esprimersi su un quesito. Un campione corretto, infatti, dovrebbe rappresentare in maniera fedele la ripartizione totale della popolazione sulla base del sesso, dell'età, del reddito e della categoria socio-economica di appartenenza. In altre parole, la percentuale delle donne o degli anziani inclusi nel campione dovrebbe riprodurre la loro incidenza percentuale a livello nazionale.

Ad esempio, sondaggi che avevano attribuito la vittoria al candidato repubblicano Thomas Dewey fallirono perché furono condotti per telefono: a quell'epoca gli abbonati appartenevano principalmente ai ceti abbienti ed erano quindi di fede tendenzialmente repubblicana.

Specularmente, una famosa inchiesta che annunciava un trionfo democratico nel 1956 fu effettuata fra i lettori di un giornale progressista e quindi con una marcata preferenza politica. La mancata previsione del successo di Trump, nota Pregliasco, fu invece dovuta al fatto che nei principali sondaggi il titolo di studio non venisse considerato come una variabile di cui tenere conto e che nel campione fossero stati sottorappresentati i non laureati, categoria che poi votò in maniera massiccia per Trump.

Ma vi sono ulteriori elementi che possono alterare l'esito corretto di un sondaggio. Come mette in luce Pregliasco, nell'ambito di un'inchiesta può emergere il fenomeno dell'autoselezione: coloro che sono disposti a rispondere a un quesito posseggono alcune caratteristiche precise e quindi la loro risposta è soggetta ad un bias, ossia è correlata a quelle stesse caratteristiche. In maniera

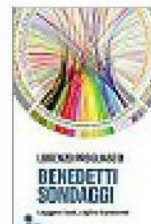
analogica, alcuni intervistati possono provare una certa reticenza a dichiarare le proprie preferenze per alternative o candidati considerati socialmente «riprovevoli»; questo è stato forse un ulteriore elemento che ha condotto a sottostimare l'esito elettorale di Trump e che di solito sottovaluta le performances di forze politiche di estrema destra, stigmatizzate in quanto populiste, xenofobe, razziste.

Ma una grande responsabilità ricade pure sull'Istituto che effettua il sondaggio e che può facilmente influenzare le risposte a seconda di come pone un quesito: non è la stessa cosa, ad esempio, chiedere se si è favorevoli a una nostra azione militare a favore dell'Ucraina o se si è favorevoli a tale azione pur riconoscendo che essa può comportare migliaia di nostre vittime.

Infine, mette in guardia Pregliasco, è fondamentale

## L'analista

● Il saggio di Lorenzo Pregliasco (nella foto qui sotto) *Benedetti sondaggi*. Leggere i dati, capire il presente è pubblicato dalla casa editrice Add (pp. 203, € 18)



## Questionari

Si possono facilmente influenzare le risposte a seconda di come si pone un quesito





saper effettuare una lettura corretta dei dati riportati in un sondaggio o in una statistica. La scelta della scala numerica e della rappresentazione grafica dei risultati può, infatti, alterare la loro percezione visiva. Diagrammi o «torte» magari tridimensio-

nali possono facilmente dilatare differenze in realtà minime o far sembrare irrilevanti scarti invece significativi. Ma pure un minimo di sapere matematico ci immunizza da abbagli, come testimonia l'esperienza del Covid-19, quando, ad esempio, in alcuni dibattiti è emersa un'incapacità — consapevole o meno — di distinguere fra numeri assoluti di casi conclamati e incidenza di infettati vaccinati e non vaccinati.

Come scrive Pregliasco, i sondaggi sono condannati a essere ambigui perché raccolgono e organizzano dati che in fondo siamo noi, con le nostre emozioni, contraddizioni e volatilità. Ma siamo anche animali sociali e le nostre opinioni condizionano quelle degli altri e sono a loro volta condizionate da quelle altrui. Allora un sondaggio può non essere solo una fotografia oggettiva della realtà, ma può convertirsi in una macchina fotografica che influenza e deforma lo stesso campo visivo su cui è puntato il suo obiettivo. Il rischio è noto: in una Repubblica sempre più avida di sondaggi, la stessa realtà si fonderà e confonderà fino a venire sostituita dalla nube vaporosa e volatile della Doxa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

\* Deams

Università di Trieste



Marc Didou (1963), *Spectrale* (2015), fino al 30 ottobre al Man di Nuoro

● Pregliasco è co-fondatore e direttore di YouTrend. Analista politico, esperto di opinione pubblica, insegna all'Università di Bologna e alla Scuola Holden

● Ha scritto su diverse testate e le sue analisi su consenso e comportamenti di voto appaiono su Sky Tg24, La7, Rai e su testate internazionali. Con Matteo Cavallaro e Giovanni Diamanti ha pubblicato il volume *Una nuova Italia* (Castelvecchi, 2018)