

Introduzione: quattro miti da sfatare su Obama e Romney

Fabrizio Tonello*

Questo numero di *Ácoma* dedicato alle elezioni negli Stati Uniti del novembre 2012 esamina criticamente le concezioni più diffuse durante la campagna elettorale, che potrebbero essere riassunte in questi quattro punti:

- si tratta di un'elezione molto incerta, se c'è un favorito questo è Romney, che è un candidato moderato, competente, credibile, come si è dimostrato nel primo dibattito televisivo;
- la debolezza principale di Obama riguarda lo stato dell'economia;
- l'entusiasmo dei sostenitori del Tea Party a vantaggio dei repubblicani sarà più importante del sostegno delle minoranze etniche ai democratici: i sostenitori di Obama nel 2008 sono stati delusi dalla sua presidenza e quindi non accorreranno alle urne con lo stesso entusiasmo del 2008;
- in materia di finanziamenti, Romney ha un vantaggio incolmabile.

L'analisi del voto che sviluppiamo nei saggi che seguono mostra che tutte queste affermazioni erano poco fondate e che, in realtà, i pronostici erano a favore di Obama fin dalla scorsa primavera per ragioni strutturali e di lungo periodo che riguardano la composizione dell'elettorato americano.

Partiamo dalla percezione di Romney come candidato favorito, nutrita dai sondaggi Gallup che davano le intenzioni di voto per lui alla pari o davanti a quelle di Obama. Gallup aveva dato Romney in vantaggio tra i *likely voters* (gli elettori che dichiaravano che probabilmente sarebbero andati a votare) fin dall'inizio delle rilevazioni, nel maggio 2012. Un divario che in luglio aveva addirittura raggiunto i cinque punti percentuali a favore di Romney, come se l'elezione fosse già decisa ancora prima che si tenessero le *conventions* dei due partiti e prima che la campagna elettorale entrasse nella sua fase finale, dopo il *Labor Day*, che è il primo lunedì di settembre. Con l'avvicinarsi del 6 novembre, Gallup ha registrato l'avvicinamento dei due candidati nelle intenzioni di voto, ma ha continuato fino all'ultimo minuto ad assegnare la vittoria a Romney, che nel voto finale ha ottenuto il 47,2 per cento dei suffragi, contro il 51,1 per cento di Obama. La differenza è stata di 3,9 punti percentuali, più larga di quella tra Bush e Kerry nel 2004 e sufficiente per dare al vincitore un'ampissima vittoria nel collegio elettorale (332 a 206). Gallup ha quindi sbagliato clamorosamente le sue previsioni, tanto più che statistici che lavorano da soli come Sam Wang di Princeton e Nate Silver del "New York Times" avevano correttamente pronosticato la vittoria di Obama già da mesi.¹

Il fallimento di Gallup, tenuto conto dei tre quarti di secolo che sono passati e dei balzi in avanti della metodologia delle inchieste di opinione non è meno signifi-

cativo di quello del “Literary Digest”, che nel 1936 prevede la vittoria del candidato repubblicano Alfred Landon con il 57 per cento dei voti: Landon ottenne, in realtà il 36,6 per cento, oltre venti punti percentuali in meno, e Franklin Roosevelt fu trionfalmente rieletto con il 60,8 per cento dei suffragi. Se l’errore del 1936 aveva una ragione oggi ovvia anche per gli studenti del primo anno di Statistica (l’autoselezione del campione),² quello del 2012 ha spiegazioni più complesse, che illuminano mutamenti di fondo delle dinamiche elettorali negli Stati Uniti.

Come rileva Alan Abramowitz nel suo saggio in questo numero, la conferma di Obama è il risultato di trasformazioni della società che vanno in direzione di un aumento del peso demografico delle minoranze etniche, di una diminuzione dei bianchi caucasici e di un mutamento degli stili di vita, con la crescita del numero di donne non sposate, delle coppie omosessuali, dei cittadini privi di fede religiosa o comunque non osservanti. Non solo: il tendenziale ringiovanimento del corpo elettorale con l’ingresso della generazione dei nati fra il 1977 e il 2000 (i cosiddetti *Millennials*) ha portato con sé un vantaggio per i democratici (60 per cento contro il 36 per cento per Romney) che era stato previsto da alcuni studiosi fin da prima delle elezioni del 2008.³

Una semplice occhiata alla geografia elettorale del 2012 permette di stabilire che in otto dei dodici *swing states* considerati incerti dai media Obama ha prevalso con almeno cinque punti percentuali di scarto, e in alcuni casi, come il Michigan, addirittura dieci punti. Se a questi aggiungiamo il blocco di stati tradizionalmente democratici come il New York, la California e gli altri otteniamo un totale di 272 voti elettorali, cioè più della maggioranza necessaria per essere eletti. Sono i democratici, in questa fase, a essere avvantaggiati dall’arcaico meccanismo del collegio elettorale.⁴

Tecnicamente Gallup, insieme a tutti i commentatori di orientamento conservatore, ha sbagliato nelle sue previsioni perché, pur non ignorando questi cambiamenti, tendeva a sottovalutarne il peso politico, cioè la misura in cui dei gruppi noti per favorire i democratici, come le donne non sposate, i giovani e gli ispanici, sarebbero andati a votare. I sondaggi non sono una scienza esatta: ogni istituto “aggiusta” i risultati delle interviste sulla base di una valutazione della probabilità che l’intervistato si rechi effettivamente alle urne. Se questa probabilità viene sottostimata, per *wishful thinking* o per incomprendimento delle dinamiche della campagna elettorale, il risultato è una previsione errata.

Il secondo pregiudizio sulle elezioni del 2012 riguardava l’andamento dell’economia, ancora mediocre, e la convinzione che con una disoccupazione a un livello storicamente elevato come il 7,9 per cento fosse impossibile per un presidente uscente farsi rieleggere. Questa valutazione, come ha dimostrato Marco Morini in una ricerca sul tema, non è confermata dai precedenti: “Il tasso di disoccupazione, storicamente, si è rivelato come un inaffidabile fattore predittivo della *performance* elettorale del presidente uscente. Nel 1984 Reagan superò Mondale di oltre 18 punti con una disoccupazione al 7,2 per cento. Franklin D. Roosevelt venne rieletto nel 1936 con una disoccupazione al 16,6 per cento e nel 1940 vinse ancora con il tasso al 14,6 per cento”.⁵

Inoltre, negli ultimi mesi prima del voto si è diffusa la *sensazione* che le cose stessero migliorando: l’*Economic Confidence Index*, che segnava -45 nel novembre 2011, era risalito a -11 un anno dopo, quindi ancora negativo ma con un miglioramento pari a 34 punti percentuali.⁶ I sostenitori della tesi “It’s the economy, stupid!” hanno

inoltre ignorato le opinioni degli americani sulle cause della recessione: se era vero che definivano l'economia "il problema più importante per il Paese",⁷ nei sondaggi un'ampia maggioranza di loro (68 per cento) rispondeva che la responsabilità della crisi iniziata nel 2008 era da addebitare a George W. Bush e non a Barack Obama.⁸

Il terzo pregiudizio che ha caratterizzato le analisi delle elezioni era il fatto che l'entusiasmo dei sostenitori del Tea Party a vantaggio dei repubblicani apparso nelle elezioni di medio termine del 2010 sarebbe stato più importante del sostegno delle donne e delle minoranze etniche ai democratici, deluse dagli scarsi risultati ottenuti dal presidente uscente. Anche analisti favorevoli a Obama come Teixeira e Halpin avevano previsto che:

Il desiderio di sbalzare di sella Obama probabilmente creerà un forte aumento della base di elettori repubblicani nel 2012. Se questo "differenziale di entusiasmo" si tradurrà in un elettorato maggiormente conservatore e orientato verso il GOP di quanto sia normale nelle elezioni presidenziali, i repubblicani potrebbero conquistare numerosi stati che nel 2008 andarono ad Obama.⁹

Non è accaduto nulla di tutto questo: la partecipazione al voto è stata storicamente elevata (58,5 per cento-60 per cento, contro il 61,6 per cento nella "storica" elezione del 2008) e il *gender gap* a favore dei democratici tra il voto femminile e quello maschile è risultato il più largo mai registrato nella storia delle elezioni presidenziali: 56 per cento a 44 per cento. Le donne si sono mobilitate, come spiega Sonya Michel nel suo saggio, perché percepivano chiaramente la minaccia che i repubblicani rappresentavano per la loro salute, le loro condizioni di lavoro, i loro diritti riproduttivi. Romney ha ottenuto una maggioranza tra gli uomini (54 per cento contro 46 per cento). Gli afroamericani hanno votato per Obama al 93 per cento, gli ispanici al 71 per cento.

La coalizione messa insieme da Obama nel 2008 ha retto alla prova e, anche se molti sostenitori non avevano particolari ragioni per essere soddisfatti del presidente (per esempio a causa della sua totale mancanza di iniziativa nel controllo delle armi da fuoco durante il primo mandato). Sono bastate le primarie repubblicane del 2012 per mostrare agli americani quale sarebbe stata l'alternativa a Obama: un partito fortemente xenofobo, ostile alle donne al punto di negare la legittimità dell'aborto perfino in caso di stupro, deciso a ridurre drasticamente i servizi sociali e perfino a trasformare in senso privatistico l'assistenza sanitaria per gli anziani (Medicare).

L'establishment repubblicano aveva puntato tutte le sue carte su Romney come unico candidato "eleggibile" perché rassicurante e moderato, ma le primarie e le pressioni interne del Tea Party lo hanno costretto a presentare un'immagine radicale, inaccettabile per le donne, i giovani, le minoranze etniche. Ciò che ha sorpreso gli osservatori è stata l'efficienza dell'organizzazione dei democratici nel portare a votare le loro *constituencies* (ne parla Gabriella Turnaturi nel suo intervento in questo numero) mentre numerosi elettori bianchi del cui appoggio i repubblicani erano sicuri non sono andati alle urne.¹⁰ I repubblicani contavano su una circostanza favorevole: le loro vittorie elettorali del 2010 hanno coinciso con il censimento decennale che imponeva il *redistricting* (analizzato da Marco Morini in questo numero). Questo ha aumentato il numero di grandi elettori in stati come la Florida (da 27 a 29), dove

Romney sperava di vincere e, soprattutto, ha permesso a numerosi stati controllati dai repubblicani di adottare vari provvedimenti di *voter suppression* sapendo che rendere più difficile il voto equivale a danneggiare l'afflusso ai seggi dei poveri e delle minoranze.

Florida, Ohio, Wisconsin e altri stati hanno votato leggi che richiedevano agli elettori di presentare un documento di identità con foto per poter votare (normale in Europa ma non negli Stati Uniti), hanno ridotto il periodo in cui era ammesso l'*early voting*, hanno eliminato dalle liste elettorali molti cittadini con procedure non trasparenti e "privatistiche", hanno obbligato molti elettori a file anche di nove ore per poter votare il 6 novembre.

In molti casi queste restrizioni sono state abrogate, in tutto o in parte, dai giudici, ma hanno comunque reso più difficile la mobilitazione degli elettori tradizionalmente democratici. Questo aveva reso fiduciosi i repubblicani, che avevano perfezionato le tecniche di mobilitazione della loro base già con il cosiddetto *microtargeting* nelle elezioni del 2004. In realtà, la superiorità dei democratici nel cosiddetto *ground game* è stata netta.

Per quanto riguarda i finanziamenti, l'opinione più diffusa era che Romney, grazie alla sentenza della Corte suprema del 2010 sul caso "Citizens United", avrebbe potuto godere di un flusso non regolato di denaro che gli avrebbe permesso di costruire una imbattibile macchina elettorale. Il sostegno di Wall Street, interessata ad annacquare o addirittura cancellare i tentativi di regolamentazione delle banche avviati con il Dodd-Frank Act, avrebbe dovuto lasciare i democratici a secco.

Il bilancio finale è stato piuttosto diverso: entrambi i candidati hanno raccolto circa un miliardo di dollari ciascuno, Romney probabilmente qualcosa di più grazie a donazioni non dichiarate dei Super-PAC, ma Obama si è confermato un eccellente *fund-raiser*, in particolare per quanto riguardava i piccoli contributi (non c'era mail della campagna democratica ai sostenitori e simpatizzanti che non chiedesse una donazione di almeno 5 dollari).

Soprattutto, Obama ha potuto spendere il denaro di cui disponeva quando ha voluto, non avendo avversari nelle primarie, mentre Romney ha dovuto non solo spendere molto per sconfiggere gli altri candidati repubblicani (Santorum, Gingrich, Bachmann ecc.) ma si è trovato a corto di finanziamenti nel cruciale periodo fra il momento in cui ha raggiunto il quorum di delegati necessario per imporsi sugli avversari di partito (in aprile) e la nomina ufficiale da parte della convenzione di Tampa (in agosto).

In questo periodo, la pubblicità negativa dei democratici negli stati-chiave riusciva a creare in molti elettori incerti una percezione di Romney come di un miliardario che rifiutava di far sapere quanto pagava di tasse, dopo aver guidato per anni un fondo di investimento il cui *modus operandi* era comprare aziende decotte, licenziare i lavoratori e rivenderle con profitto. Questa immagine del candidato repubblicano è stata rafforzata, in Ohio e Michigan, dall'uso che la campagna di Obama ha fatto abilmente di un editoriale scritto da Romney nel 2009 per il "New York Times" e intitolato *Let Detroit Go Bankrupt*: non esattamente il miglior modo per conquistarsi le simpatie dei lavoratori dell'auto nei due stati. Paradossalmente il successo di Romney nel primo dibattito è stato amplificato proprio dalla percezione negativa

che si era consolidata tra gli elettori, sorpresi dal vedere sul piccolo schermo un candidato tutto sommato “normale”.

In realtà, più che le somme raccolte ha contato la diversa filosofia nello spenderle: i repubblicani hanno investito gran parte delle risorse nella pubblicità televisiva (negli Stati Uniti gli spot da 30' sono permessi dalla legge e si pagano a prezzi di mercato), i democratici hanno puntato su una ultrasofisticata infrastruttura in grado di raggiungere e motivare il singolo elettore per andare a votare. Una scelta in un certo senso “necessaria” visto che, storicamente, gli *over-65* votano a un tasso doppio degli *under-29*. Una scelta che, grazie all'esperienza accumulata nel 2008 e all'avvio precoce della macchina organizzativa nel 2010, è riuscita a individuare e a portare ai seggi milioni di elettori democratici, migliorando anche le *performances* dei candidati al Senato, dove il partito ha aumentato la sua maggioranza.

Infine, si è molto parlato della comunicazione, in questa campagna elettorale, e dei dibattiti, in particolare del primo (analizzati in questo numero da Andrea Quartarone). Si è però dimenticato che in un'epoca di forte polarizzazione politica le lealtà di partito prevalgono e il numero di elettori indipendenti “convincibili” è molto ristretto. La buona prestazione di Romney nel primo duello televisivo con Obama ha avuto un effetto sulle intenzioni di voto durato solo pochi giorni.

NOTE

* Fabrizio Tonello insegna nel Dipartimento di Scienze Politiche, Giuridiche e Studi Internazionale dell'Università di Padova. I suoi libri più recenti sono *Elezioni* (Bruno Mondadori, 2013) e *L'età dell'ignoranza* (Bruno Mondadori, 2012). Fa parte della redazione di “Ácoma”.

1 Si veda il grafico con le stime del voto popolare sul blog di Nate Silver: <http://fivethirtyeight.blogs.nytimes.com/?8qa>.

2 Si veda: <http://historymatters.gmu.edu/d/5168/>.

3 Ruy Teixeira, a cura di, *Red, Blue & Purple America: The Future of Election Demographics*, Brookings Institution Press, Washington, DC 2008.

4 Per una discussione sulle distorsioni provocate dall'elezione di secondo grado, si veda Fabrizio Tonello, *La Costituzione degli Stati Uniti*, Bruno Mondadori, Milano 2010.

5 Marco Morini, *Uno studio sulle Presidenziali americane: l'economia conta?*, “Historia Magistra” 9 (2012), p. 44.

6 L'indice misura la differenza tra coloro che prevedono un miglioramento dell'economia nell'immediato futuro e quelli che prevedono un peggioramento, quindi un numero preceduto dal segno “-” indica che i pessimisti sono più degli ottimisti.

7 Si veda: <http://www.gallup.com/poll/155162/Satisfaction-Slips-Slightly.aspx>.

8 Si veda: <http://www.gallup.com/poll/155177/americans-blame-bush-obama-bad-economy.aspx>.

9 Si veda: John Halpin e Ruy Teixeira, *The Path to 270. Demographics Versus Economics in the 2012 Presidential Election*, <http://www.americanprogress.org/issues/economy/report/2011/11/22/10716/the-path-to-270/>.

10 Sean Trende, *The Case of the Missing White Voters*, “Real Clear Politics”, 8 novembre 2012: http://www.realclearpolitics.com/articles/2012/11/08/the_case_of_the_missing_white_voters_116106.html.