

IL PERSONAGGIO. Domani a Palazzo Leoni Montanari con Ilvo Diamanti

PERCHÉ SERVE DARE I NUMERI

Nando Pagnoncelli: «Le opinioni dei cittadini sono fondamentali, nei social la democrazia è perimetrata»

Federico Murzio

Percezione da una parte, realtà dall'altra. E distinguere la prima dalla seconda è sempre più difficile con il dettaglio, affatto indifferente, che la percezione crea fandonie, la realtà generalmente no. Il problema è tutt'altro che accademico. Tanto da chiedersi quanto pericolosa per la democrazia possa essere una bufala quando le risate si spengono lasciando il posto a ira e paura. La risposta arriva da Nando Pagnoncelli, bergamasco, 57 anni: «Molto. Anzi, moltissimo». E se qualcuno avesse ancora dei dubbi, aggiunge il ricercatore, lo chieda ad inglesi e americani. Ma a questo arriveremo tra poco.

Intanto, il presidente di Ipsos e autore di "Dare i numeri. Le percezioni sbagliate sulla realtà sociale", sarà domani a Vicenza, alle Gallerie d'Italia a palazzo Leoni Montanari, contrà S. Corona a Vicenza, nell'ambito del ciclo d'incontri "I libri di Città Impresa" (alle 18). Con lui, discuteranno de "I numeri e le password dell'Italia al tempo di

Renzi" il sociologo, politologo e saggista vicentino Ilvo Diamanti e Vittorio Meloni, manager della comunicazione. Organizza Venezia post. Ingresso libero.

Pagnoncelli, chi dà i numeri e su cosa?

Oltre il titolo dello studio, o almeno la prima parte che affonda le radici in un modo di dire, c'è un problema molto serio. Le opinioni dei cittadini hanno un peso crescente per le imprese, per i media, per la politica. Purtroppo però la nostra ricerca dimostra che spesso le opinioni, il cui valore non risponde a criteri di buono o sbagliato visto che ognuno ha il diritto di avere la propria, si fondano su presupposti lontani dalla realtà. Gli esempi non mancano: dalla disoccupazione all'invecchiamento degli italiani all'immigrazione.

Parliamo di disoccupazione.

Gli italiani sono convintissimi che almeno 1 su 2 non lavora mentre la percentuale dei senza lavoro si attesta al 12 per cento. Immigrazione? Ecco: l'Istat ha certificato che nel 2015 gli immigrati presenti nel Belpaese sono l'8 per cento. Gli italiani percepiscono che siano oltre il 26, ovvero 15 milioni di persone.

Dove gli italiani formano le loro percezioni?

Le cause sono almeno tre. Intanto il livello di scolarità in Italia è ancora piuttosto basso. Il 57 per cento dei con-

zionali adulti è appena alfabetizzato. In questo senso parlo spesso di analfabetismo numerico. Poi, quando le persone rispondono ai sondaggi tendono a ingrossare le cifre sull'onda dell'ansia. Terzo, e forse più importante, la dieta mediatica: ossia come e dove le persone s'informano. Gran parte delle fonti sono ancora la tv, la radio e internet. Quest'ultimo, per inciso, ha il merito di essere veloce e di fornire grandi quantità d'informazioni. Il problema è che sono informazioni di primo livello, cioè superficiali.

Sta pensando ai social network?

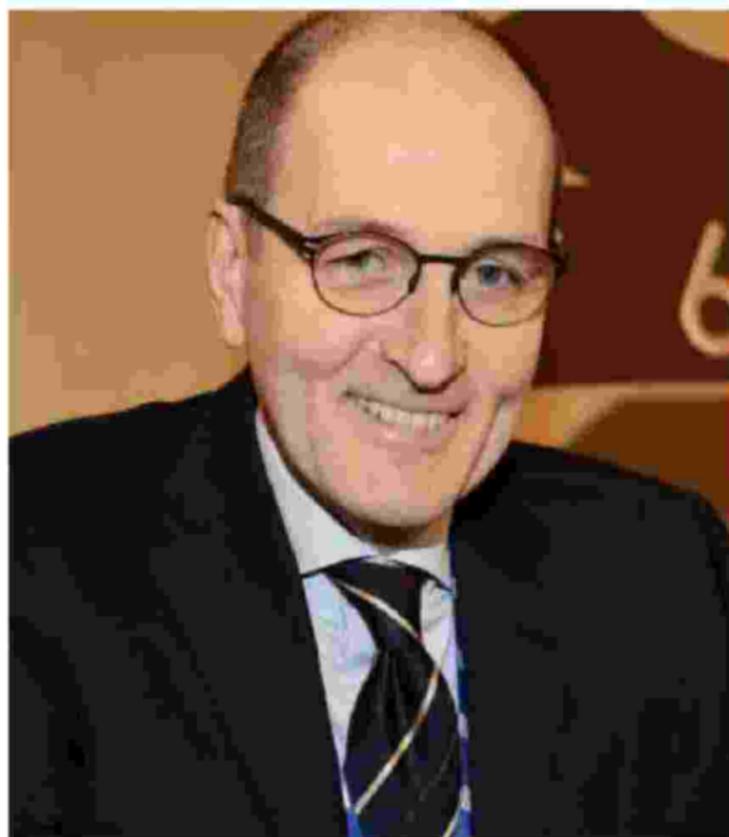
Sì. Accanto ad alcuni meriti hanno il difetto di essere una democrazia perimetrata dove i contenuti negativi che alimentano le paure trasformano questo strumento in una discarica del livore. Mentre è sempre più urgente un controllo delle fonti.

Il nocciolo del problema sono quindi gli stimoli informativi?

Questi stimoli, grazie a internet si sono moltiplicati in contenuti e velocità. Ma dobbiamo uscire dalla pigrizia e selezionare le notizie. Dobbiamo avere l'intelligenza di approfondire. I cittadini non si possono accontentare.

A chi giova questa sorta di ignoranza diffusa?

L'ambito più interessato è la politica. Intendiamoci: non è una cosa nuova ma l'immediatezza degli stimoli ha ingi-



Nando Pagnoncelli, 57 anni, bergamasco



Il libro edito da Edb

gantito il fenomeno. Il che è un rischio per la democrazia. Il carattere della democrazia è la partecipazione. E quest'ultima non può prescindere dall'informazione. Ma se l'informazione è dopata il pericolo c'è. In Italia ci sono molti esempi ma chiedetelo anche agli inglesi o agli americani.

Brexit?

Certo. La campagna referendaria è stata giocata sulla paura facendo leva sulle percezioni delle fasce più deboli e meno informate del Regno Unito. E come sta conquistando consensi Donald Trump nelle primarie nella campagna presidenziale Usa se non utilizzando le stesse paure rivolgendosi a un elettorato che ha un identikit simile a quello inglese? Ricordo che nello



Ilvo Diamanti

studio ("Dare i numeri", ndr) condotto su 33 Paesi, l'ignoranza degli italiani era seconda solo a quella degli statunitensi.

Insomma non si salva nessuno: né la politica, né i media, né i social. E in tutto questo che ruolo hanno i sondaggisti?

Tutti questi attori hanno una responsabilità sociale dalla quale non possono esimersi. Nella lista, ovvio, sono compresi anche i ricercatori che, comunque, non sono né oracoli né hanno il compito di creare le opinioni. I sondaggisti, le opinioni, devono limitarsi a misurarle. Misurazioni che però non devono essere usate in modo strumentale. In altre parole non devono servire come una bussola politica ma per comprendere il presente. •

Urgente il controllo delle fonti. Spesso l'informazione è dopata, Brexit ne è un esempio