

USO DELLE EURISTICHE NELLA SCELTA ELETTORALE:  
UN APPROCCIO BASATO SULLA SIMULAZIONE  
DELLA DECISIONE DI VOTO

di **PIERGIORGIO CORBETTA** e **PASQUALE COLLOCA**

*Questo articolo presenta i risultati di un programma di ricerche condotte all'interno del finanziamento ministeriale PRIN 2008, dal titolo: «La decisione di voto. Uso delle informazioni e strategie euristiche degli elettori». Coordinatore nazionale Piergiorgio Corbetta (Università di Bologna); coordinatori locali Michele Roccato (Università di Torino), Nicoletta Cavazza (Università di Modena e Reggio Emilia), Giancarlo Gasperoni (Università di Bologna), Domenico Fruncillo (Università di Salerno).*

*Abstract. — Designed by the American social psychologists Richard Lau and David Redlawsk, the Dynamic Process-Tracing Environment is a tool which simulates an election campaign and ensuing voter choice. This article describes its implementation in the Italian context. The simulation involves sitting participants in front of a computer screen which displays a continuous flow of boxes containing information on four candidates in a hypothetical campaign for the election of a mayor. The participant chooses which information to access before deciding how to vote. Analysis of the type of information accessed, the political orientation of the individual – as revealed through a preliminary questionnaire – and the voter's final decision enables us to “trace” the strategy used by the subject in deciding. A sample of 800 voters, distributed throughout various areas of the country, took part in the simulation. The main purpose of this article is to illustrate the simulation technique used. In the concluding section, we present some results concerning the “heuristics” utilized in deciding and their connection with the personal characteristics (socio-demographic and political) of the participants.*

## 1. Introduzione

Sono anni ormai che la ricerca elettorale sembra aver poco da dire. Non tanto in termini di descrizione dell'evento politico, quanto in termini di meccanismi generativi della scelta elettorale. Dopo ogni importante elezione, gli specialisti del settore si trovano a ripetere stanche litanie su chi ha vinto e chi ha perso, su come hanno votato gli operai o i giovani o le donne, sul voto di classe o sul voto laico-religioso. Ma queste variabili «sociologiche», che fin dalla nascita della sociologia elettorale ne hanno orientato la ricerca e diretto la spiegazione del voto, da almeno un quarto di secolo non sono più in grado di spiegare le differenze di comportamento elettorale, in quanto le società occidentali si trovano da tempo immerse in un processo di indebolimento delle appartenenze tradizionali quali quelle di territorio, lavoro, religione, classe. E nello stesso tempo la ricerca non è stata capace di individuare nuove appartenenze politicamente decisive. Al massimo si è limitata a ripetere il mantra della «individualizzazione del voto». Ma questa è una dichiarazione di sconfitta da parte della ricerca. E inoltre sottende una concezione improponibile dell'essere umano, visto come

individuo privo di identificazioni, invulnerabile alle influenze sociali, in solitudine di fronte alle scelte di carattere sociale (fra le quali quella elettorale, Corbetta e Cavazza 2009).

A questa inadeguatezza teorica fa da contraltare anche una obsolescenza tecnica. Infatti, alle spalle di questa frustrazione ci sono certamente problemi di ridefinizione concettuale, ma c'è anche un problema di tecniche di ricerca. Studiare il comportamento elettorale interrogando gli stessi elettori con un questionario standardizzato diviene ogni giorno sempre meno fruttifero, e l'inchiesta campionaria (*survey*) assume sempre più i caratteri di uno strumento esausto, che ormai ha dato tutto quello che poteva dare. I costi enormi dell'intervista faccia-a-faccia (uniti alla cronica e crescente carenza di fondi per la ricerca) costringe a rivolgersi allo strumento telefonico, con tutti i problemi connessi, dalla scarsa qualità dei dati raccolti dovuta alla frettezza della rilevazione alla problematicità dei campioni. Il nuovo strumento dell'intervista telematica porta rapidità e abbattimento dei costi, ma l'impoverimento della rilevazione e della relazione con l'intervistato va nella scia delle telefoniche, con in più l'enorme problema della mancanza di rappresentatività del campione.

Dobbiamo però aggiungere che – se volgiamo lo sguardo alle discipline contigue alla sociologia e alla scienza politica – su entrambe le dimensioni (teorico-concettuale e tecnico-metodologica) un contributo importante è venuto negli ultimi anni dalla psicologia sociale.

Sul piano più propriamente concettuale, gli psicologi sociali che si sono applicati al comportamento elettorale hanno spostato l'attenzione dalle variabili influenzanti il voto al processo di formazione della decisione. E qui sono partiti dal presupposto che il giudizio politico (di cui il comportamento elettorale è una manifestazione specifica) è un processo cognitivo della stessa natura di altri processi di giudizio che vengono formulati in ambiti complessi e in riferimento a poste in gioco sociali. In questo ambito hanno sviluppato il concetto di «euristica», che parte dall'idea che di fronte ad un processo decisionale complesso la *capacità* cognitiva e la *volontà* di impegno dell'essere umano sono limitate; di conseguenza, la mente umana ricorre alle «euristiche», ovvero a delle «scorciatoie cognitive». Ma su ciò torneremo più avanti.

Dal punto di vista delle tecniche di ricerca, il contributo della psicologia sociale allo studio dei meccanismi che sovrintendono alla decisione di voto è stato in questi ultimi anni originale e stimolante. Ci riferiamo soprattutto ai lavori di Richard Lau e David Redlawsk, ai quali si ispira anche questo nostro lavoro. I due studiosi americani partono dalla considerazione che i dati di *survey* sono incapaci di ricostruire la dinamica attraverso la quale si forma la decisione di voto: «Noi vogliamo comprendere – essi scrivono – il processo di gestione delle informazioni che gli elettori mettono in atto nel corso della campagna elettorale al fine di decidere», e a tal fine i tipici dati di *survey* non servono (Lau e Redlawsk 2006, 49). I dati di *survey* – scrivono ancora – potevano andare bene per studiare il voto quando il *processo* di formazione della decisione non era al centro dell'attenzione come è oggi, in quanto la scelta elettorale era fondamentalmente legata all'identificazione partitica, rappresentata da uno stabile attaccamento psicologico (Redlawsk e Lau 2009, 3). Il nostro interesse è invece oggi su *come* viene presa la decisione nel corso della campagna elettorale; e le campagne elettorali sono dinamiche, i flussi di informa-

zione variano di giorno in giorno. Sono stati fatti – riconoscono i due studiosi americani – dei tentativi di «tracciare» la dinamica, il processo di formazione della decisione nella mente dell'elettore con dei *panel*, cioè interviste successive nel corso della campagna agli stessi elettori per registrare le varie fasi di costruzione della decisione. Ma anche in questo modo – essi sostengono – non riusciamo ad avere «quel tipo di dati dinamici dei quali abbiamo bisogno... soprattutto ci manca di sapere a quali particolari aspetti informativi della campagna l'elettore è stato esposto» (Lau e Redlawsk 2006, 49).

Da qui è nata l'idea di «simulare» su una piattaforma informatica una campagna elettorale, esporre ad essa un campione di individui e chiedere loro, dopo questa esposizione, di effettuare la scelta di voto. In questo modo il ricercatore riesce a controllare e registrare tutto il processo di scelta delle informazioni, esposizione (anche casuale) ad esse e di costruzione della decisione.

Questo approccio è stato definito dagli autori *Dynamic Process-Tracing Environment* (DPTE): dove il termine *process-tracing* è applicato (in generale) a rilevazioni che registrano (*tracing*) il fenomeno studiato (nel nostro caso il processo decisionale) mentre avviene; e il termine *dynamic* fa riferimento al fatto che le informazioni necessarie per decidere come votare (caratteristiche dei candidati, programmi politici, ecc.) non sono presentate al soggetto studiato inizialmente una volta per tutte, ma vengono comunicate in forma di flusso continuo di informazioni, come in effetti accade nel corso di una vera campagna elettorale.

Già in passato gli psicologi comportamentisti avevano studiato il processo decisionale «mentre avviene» utilizzando *protocolli verbali* nei quali il soggetto viene invitato a «pensare a alta voce» mentre prende la sua decisione, in modo da registrare e codificare i vari passaggi del processo decisionale (Ericsson e Simon 1984). Un altro approccio è quello dell'*information board* (Payne 1982) consistente in una matrice presentata al soggetto e contenente tutte le informazioni sulle diverse alternative in palio (nel caso di elezioni vengono presentate le caratteristiche politiche e personali di tutti i candidati): il soggetto è quindi invitato a dare un punteggio (positivo o negativo) a ogni informazione sulla base della sua rilevanza ai fini della decisione. È questa la versione *statica* dell'*information board*, mentre nella sua versione *dinamica* (quella messa a punto da Lau e Redlawsk e da noi utilizzata) le informazioni non sono presentate al soggetto una volta per tutte e in forma completa per tutti i candidati, ma scorrono sul video davanti al soggetto in forma «nascosta»: è il soggetto a decidere quali informazioni «aprire», se le reputa importanti per la sua decisione<sup>1</sup>.

La ricerca qui presentata si avvale di quest'ultimo strumento, in particolare del *Dynamic Process-Tracing Environment* proposto da Richard Lau e David Redlawsk. Il software relativo è stato messo a punto nella sua forma definitiva all'inizio del 2011 presso l'Università statunitense dello Iowa. Il nostro gruppo di ricerca (si veda la nota introduttiva a questo saggio) lo ha applicato nel corso del 2011 (risultando con ciò il primo gruppo ad utilizzarlo fuori del contesto statunitense).

---

<sup>1</sup> Come vedremo più avanti: davanti al soggetto scorre per esempio la voce «titolo di studio del candidato A»; se il soggetto ritiene questa informazione importante per la sua decisione la «apre» (e trova per esempio: diploma di perito tecnico); ma può decidere di non aprirla se la ritiene non interessante.

Nella ricerca politologica italiana l'approccio utilizzato rappresenta una novità, in quanto si tratta delle prime simulazioni di strategie di ricerca delle informazioni e di processi decisionali in occasione di campagne elettorali, mediate da ambienti virtuali. Le simulazioni sono rappresentazioni dinamiche di ipotetiche situazioni sociali in cui si chiede a un determinato numero di soggetti di acquisire elementi conoscitivi e di prendere decisioni in situazioni artificiali nelle quali il gruppo di ricerca definisce i ruoli degli attori, le risorse di cui dispongono, i vincoli che ne condizionano l'azione, la situazione di partenza e alcune altre caratteristiche del contesto in cui i soggetti interagiscono.

Il metodo è stato applicato alla realtà politica italiana. Le euristiche che Lau e Redlawsk propongono per la decisione elettorale risentono fortemente del contesto statunitense entro il quale i loro studi empirici sono stati condotti; per cui abbiamo introdotto euristiche ancorate alle caratteristiche peculiari del contesto italiano (ruolo della chiesa cattolica nel discorso politico, differenziazione territoriale del voto, forte impatto delle appartenenze partitiche e subculturali, trasmissione familiare degli orientamenti politici, voto di scambio, ecc.).

Questo saggio sarà quasi esclusivamente dedicato alla presentazione della tecnica utilizzata nella sua declinazione messa a punto per l'elettorato italiano. Solo nella parte conclusiva riporteremo alcuni primi risultati della nostra ricerca.

## 2. *Flow items*

L'elettore viene introdotto alla piattaforma informatica con le seguenti parole, che lo calano nel contesto di una elezione virtuale: «Immagina di esserti trasferito/a da poco in una città lontana. Fra alcune settimane si terranno le elezioni per il nuovo sindaco. Il sindaco attualmente in carica non può essere eletto di nuovo. Si sono candidate quattro persone. Tu non sai nulla di questi candidati. Durante una campagna elettorale gli elettori come te possono avere a disposizione un gran numero di informazioni da molte fonti (giornali, amici, televisione, familiari, internet, associazioni, i candidati stessi, e così via). Nessuno riesce a fare attenzione a *tutte* queste informazioni, e le cose stanno così anche in questa campagna. Dovrai scegliere le informazioni che desideri leggere. La campagna durerà circa 15 minuti».

FIG. 1 - Fotografie dei candidati.



Il cuore della simulazione ai quali i soggetti sperimentali sono sottoposti è dunque rappresentato da un flusso continuo di informazioni sui candidati, che chiamiamo – mantenendo la terminologia in lingua inglese – *flow items*. Il soggetto si trova davanti a una serie di *box* che scorrono in maniera continua sullo schermo, ognuno dei quali contiene il titolo di una informazione. In Fig. 2 presentiamo una di queste videate, con sei di questi *box*. Il soggetto può lasciarli scorrere, passando ai successivi, se si tratta di informazioni che non gli interessano ai fini della scelta elettorale. Ma se per esempio l'informazione che si presenta col titolo «Michele Alberti su stranieri e case popolari» lo interessa, allora ci cliccherà sopra, e a questo punto si apre una finestra come quella riportata in Fig. 3, che contiene l'informazione (che può essere in forma di testo, di video, di foto, sonora). Il soggetto acquisisce l'informazione e dopo qualche secondo il flusso di informazioni (*flow items*) prosegue fino a un nuovo click su un nuovo *box*.

FIG. 2 - Sei *box* appartenenti ai *flow items*.

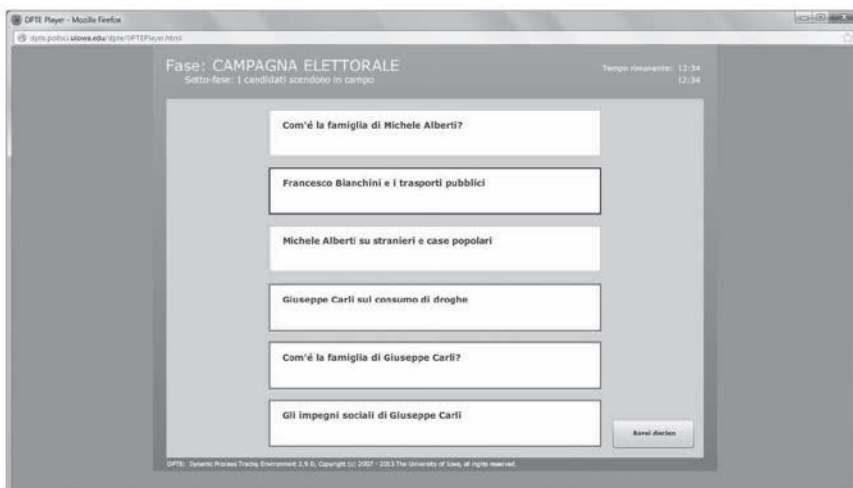
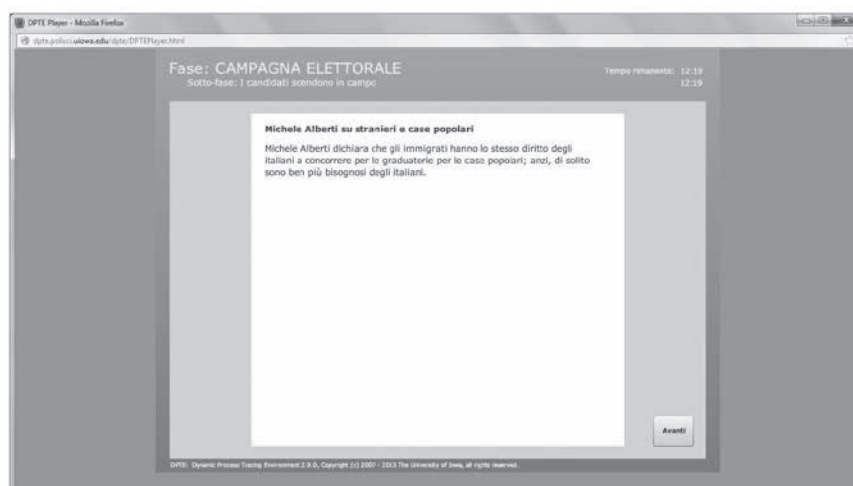


FIG. 3 - Il contenuto di un *box* una volta che sia stato «aperto».



Il meccanismo base della rilevazione è dunque il seguente: scegliendo un'informazione piuttosto che un'altra il soggetto sottoposto alla simulazione implicitamente rivela la sua strategia decisionale. Se per esempio il soggetto insiste – nell'«aprire» informazioni sui candidati – sul loro partito di riferimento e sugli appoggi dati dai partiti ai candidati, e poi decide rapidamente per chi votare accedendo a poche altre informazioni, diciamo che ha seguito – per decidere – l'euristica (la scorciatoia decisionale) dell'identificazione di partito. Se invece si sofferma sui singoli temi politici, soppesando le posizioni di tutti i candidati su tasse, immigrazione, interventismo del comune, diritti civili, politiche ambientaliste..., allora diciamo che è un elettore che decide basandosi sul contenuto programmatico dei candidati, evitando le scorciatoie delle euristiche.

Riportiamo due esempi. Il primo (Fig. 4) è relativo al profilo personale dei candidati; il secondo (Fig. 5) alle tematiche politiche (*issues*) «tasse vs. servizi» e «pubblico vs. privato». In ogni riquadro il testo in neretto è quello che compare nel box che scorre davanti al soggetto (es. «Com'è la famiglia di Michele Alberti?»; oppure «Andrea Donati e il servizio di asilo nido»). Se il soggetto clicca sul box, questo si «apre» e compare il testo (es. «Michele Alberti è sposato con Carla, infermiera presso l'ASL... ecc.»; oppure: «Gli asili nido comunali sono un servizio in grave perdita. Secondo Donati bisognerebbe... ecc.»).

I *flow items* che abbiamo utilizzato fanno capo a due grandi aree informative, quella riconducibile alle *issues* (contenuti politici a forte connotazione ideologica) e quella riferibile alle euristiche (informazioni che prescindono dal profilo ideologico-programmatico dei candidati).

Le *issues* (tematiche politiche) che abbiamo inserito nella nostra piattaforma sono le seguenti sette:

- Tasse vs. servizi
- Pubblico vs. privato
- Interventismo del comune vs. *laissez faire*
- Sviluppo economico vs. salvaguardia ambientale
- Criminalità e sicurezza
- Immigrazione e minoranze
- Diritti civili

Ogni tematica politica è stata applicata a due diverse situazioni: per esempio la tematica tasse vs. servizi, riportata in Fig. 5 è stata applicata al caso dei trasporti pubblici e a quello degli asili nido. In ogni situazione la tematica è stata articolata in quattro diverse proposte politiche sulla scala sinistra destra, attribuite ai quattro candidati: si veda in Fig. 5 il passaggio graduale da Alberti (sinistra), a Bianchini (centro-sinistra), a Carli (centro-destra), a Donati (destra).



Fig. 4 - Flow items relativi al profilo personale dei candidati.

Età	Quantanti anni ha Michele Alberti? 47 anni	Quantanti anni ha Francesco Bianchini? 59 anni	Quantanti anni ha Giuseppe Carli? 54 anni	Quantanti anni ha Andrea Donati? 52 anni
Famiglia	<p><b>Com'è la famiglia di Michele Alberti?</b></p> <p>Michele Alberti è sposato con Carla, infermiera presso l'ASL. Ha due figli: Luigi è iscritto al secondo anno di Giurisprudenza, Grazia frequenta il liceo scientifico.</p>	<p><b>Com'è la famiglia di Francesco Bianchini?</b></p> <p>Francesco Bianchini è sposato in seconde nozze con Cecilia, geologa dipendente del Genio civile. Ha tre figli. Giovanni è laureato in Medicina e si sta specializzando in neurologia. Marco studia Scienze della Comunicazione e collabora con un'emittente tv locale. Maria è iscritta al 2° anno di Ingegneria.</p>	<p><b>Com'è la famiglia di Giuseppe Carli?</b></p> <p>Giuseppe Carli è sposato da quasi 25 anni con Miriam, titolare di una boutique in centro. Ha due figli: Matteo, 22 anni, studente universitario iscritto ad Architettura, e Serena, 15 anni, studentessa liceale.</p>	<p><b>Com'è la famiglia di Andrea Donati?</b></p> <p>Andrea Donati è sposato con Silvia, che conosce sin da quando era adolescente e che lavora come maestra in una scuola materna privata. Ha due figli, Martina e Giorgio, studenti universitari in Scienza della Formazione e in Giurisprudenza.</p>
Slogan della campagna (veicolato solo mediante spot)	Per una comunità protagonista, un'amministrazione che ascolta e risolve (al 12° minuto; 8° per Gruppi 1 e 2 di Bologna)	Con Bianchini migliorare si può! Io voto il progetto dello sviluppo e della solidarietà (al 3° minuto; 2° per Gruppi 1 e 2 di Bologna)	Forza ai valori e alla tradizione per il futuro della tua città (al 6° minuto; 4° per Gruppi 1 e 2 di Bologna)	Vuoi un comune che rispetti la nostra cultura e le nostre tradizioni? Vota Donati (al 9° minuto; 6° per Gruppi 1 e 2 di Bologna)
Il candidato nella vita privata	<p><b>Com'è Michele Alberti nella vita privata?</b> Parla la moglie</p> <p>Secondo sua moglie, Michele cerca sempre di vedere ogni cosa dal punto di vista degli altri, perché è convinto che in tutti i campi con la collaborazione si ottengono risultati migliori che con la competizione.</p>	<p><b>Com'è Francesco Bianchini nella vita privata?</b> Parla la moglie</p> <p>Secondo sua moglie, Francesco si sforza sempre di venire incontro alle esigenze degli altri ed è sempre pronto a cercare nuovi modi per risolvere vecchi problemi.</p>	<p><b>Com'è Giuseppe Carli nella vita privata?</b> Parla la moglie</p> <p>Secondo sua moglie, Giuseppe sa che nella vita non si ottiene nulla se non si è persone competitive e, qualunque cosa faccia, è soddisfatto di sé solo quando raggiunge l'obiettivo che si è dato.</p>	<p><b>Com'è Andrea Donati nella vita privata?</b> Parla la moglie</p> <p>Secondo sua moglie, Andrea persevera nelle attività che ha cominciato anche se i primi risultati sono negativi, e riesce sempre a convincere a seguirlo le persone che lavorano con lui.</p>
Orientamento religioso	<p><b>Michele Alberti e la religione</b></p> <p>Michele Alberti non crede in Dio e pensa che ai vescovi e ai cardinali interessi solo il potere. Tuttavia, non ha pregiudizi nei confronti dei credenti di qualsiasi fede.</p>	<p><b>Francesco Bianchini e la religione</b></p> <p>Francesco Bianchini è credente, ma ritiene che la fede sia una questione strettamente personale, che non può condizionare l'esercizio del potere pubblico.</p>	<p><b>Giuseppe Carli e la religione</b></p> <p>Giuseppe Carli crede in Dio e, pur non andando sempre a messa, accompagna la moglie alle iniziative che lei organizza in parrocchia.</p>	<p><b>Andrea Donati e la religione</b></p> <p>Andrea Donati partecipa alle funzioni religiose e frequenta la parrocchia con una certa assiduità. Fa parte della consulta per l'Apostolato dei laici.</p>

<p><b>Che studi ha fatto Michele Alberti?</b></p> <p>Si è diplomato all'Istituto tecnico industriale.</p>	<p><b>Che studi ha fatto Francesco Bianchini?</b></p> <p>Si è laureato in Lettere classiche.</p>	<p><b>Che studi ha fatto Giuseppe Carli?</b></p> <p>Si è laureato in Ingegneria.</p>	<p><b>Che studi ha fatto Andrea Donati?</b></p> <p>Si è diplomato all'Istituto tecnico commerciale.</p>
<p><b>Come si guadagna da vivere Michele Alberti?</b></p> <p>Attualmente lavora in una nota azienda di distribuzione dell'energia elettrica e segue le richieste di nuovi allacci e di adeguamento della rete.</p>	<p><b>Come si guadagna da vivere Francesco Bianchini?</b></p> <p>È preside di un liceo scientifico della città. Fa parte del direttivo dell'Associazione Nazionale dei Dirigenti Scolastici. È presidente dell'Istituto Autonomo Case Polari.</p>	<p><b>Come si guadagna da vivere Giuseppe Carli?</b></p> <p>È un imprenditore dell'industria del legno. La sua azienda occupa una trentina di dipendenti e fornisce materiali alle imprese edili e a molte falegnamerie della provincia. È presidente della Associazione Industriali della provincia.</p>	<p><b>Come si guadagna da vivere Andrea Donati?</b></p> <p>È responsabile dell'ufficio cassa in un'azienda di trasporti pubblici.</p>
<p><b>Gli impegni sociali di Michele Alberti</b></p> <p>È molto impegnato nel sindacato. Attualmente è membro del direttivo provinciale del sindacato di base; spesso è stato eletto nelle rappresentanze sindacali aziendali. Da alcuni anni anima un'associazione che svolge attività di volontariato per i disabili vittime di incidenti sul lavoro.</p>	<p><b>Gli impegni sociali di Francesco Bianchini</b></p> <p>Sostiene le iniziative delle associazioni di volontariato di ispirazione cattolica e fornisce personalmente supporto ai progetti di integrazione e mediazione culturale rivolti agli immigrati provenienti dall'Est europeo promossi e organizzati dalla Consulta Diocesana.</p>	<p><b>Gli impegni sociali di Giuseppe Carli</b></p> <p>Fa parte della consulta per l'Apostolato dei Laici. Sostiene le iniziative di solidarietà sociale promosse dalla Consulta.</p>	<p><b>Gli impegni sociali di Andrea Donati</b></p> <p>È membro della segreteria provinciale dell'UGL (Unione Generale del Lavoro). È tra i fondatori di un club di tifosi della locale squadra e, al momento, ne è presidente onorario.</p>
<p><b>L'esperienza politica di Michele Alberti</b></p> <p>Non è iscritto a un partito politico. Non è mai stato candidato alle elezioni, ma ha accolto di buon grado l'invito a guidare un raggruppamento che raccoglie associazioni ambientaliste e comitati spontanei di cittadini.</p>	<p><b>L'esperienza politica di Francesco Bianchini</b></p> <p>Da 10 anni fa parte del consiglio comunale, dove è stato prima membro della Commissione Bilancio e Programmazione e poi presidente della Commissione Lavori Pubblici.</p>	<p><b>L'esperienza politica di Giuseppe Carli</b></p> <p>È consigliere comunale dal 1995. È stato membro della Commissione Controllo di Gestione e di recente vicepresidente della Commissione Sanità e Servizi Sociali.</p>	<p><b>L'esperienza politica di Andrea Donati</b></p> <p>Si è candidato per la prima volta su invito di alcuni gruppi di cittadini insoddisfatti di come i partiti affrontano temi legati alla criminalità alla difesa dei valori locali. Non è mai stato iscritto a un partito politico.</p>

FIG. 5 - Flow items relativi alla contrapposizione tasse vs. servizi e alla contrapposizione pubblico vs. privato.

<p><b>Tasse-servizi</b> Posizione su tasse e servizio di trasporto pubblico</p>	<p><b>Michele Alberti e i trasporti pubblici</b> "Se sarò eletto, farò fronte al buco di bilancio dell'azienda di trasporti pubblici legando il prezzo degli abbonamenti al reddito, senza tagliare le corse".</p>	<p><b>Francesco Bianchini e i trasporti pubblici</b> Francesco Bianchini sostiene che, per far fronte al buco di bilancio dell'azienda dei trasporti comunali, piuttosto che ridurre le corse è meglio aumentare un po' il prezzo del biglietto.</p>	<p><b>Giuseppe Carli e i trasporti pubblici</b> Giuseppe Carli sostiene che, per far fronte al buco di bilancio dell'azienda dei trasporti comunali, piuttosto che aumentare il prezzo del biglietto è meglio ridurre la frequenza delle corse.</p>	<p><b>Andrea Donati e i trasporti pubblici</b> "L'azienda di trasporti pubblici è un carrozzone inefficiente e corrotto. Se sarò eletto smetterò di buttare i soldi dei contribuenti e taglierò i finanziamenti".</p>
<p><b>Tasse-servizi</b> Posizione sulle rette dell'asilo nido</p>	<p><b>Michele Alberti e il servizio di asilo nido</b> Alberti dichiara che, se sarà eletto, il servizio degli asili nido non sarà ridotto in alcun modo. Inoltre, oltre a dare la precedenza ai figli delle famiglie meno agiate, ridurrà sensibilmente le loro rette. Ai figli delle famiglie più ricche saranno lasciati i posti rimasti eventualmente scoperti, e le loro rette saranno sensibilmente aumentate.</p>	<p><b>Francesco Bianchini e il servizio di asilo nido</b> Bianchini sostiene che occorre aumentare i posti in asilo nido, anche se ciò comporta una maggiore spesa da parte del comune.</p>	<p><b>Giuseppe Carli e il servizio di asilo nido</b> Per fronteggiare il costo eccessivo per il bilancio comunale degli asili nido, Carli sostiene che bisogna accorciare il tempo di permanenza dei bambini. Chi vuole lasciare per più tempo i bambini negli asili dovrà pagare di più.</p>	<p><b>Andrea Donati e il servizio di asilo nido</b> Gli asili nido comunali sono un servizio in grave perdita. Secondo Donati bisognerebbe smettere di investire, favorendo lo sviluppo degli asili nido privati, che sono più efficienti e funzionali di quelli comunali.</p>
<p><b>Pubblico-privato</b> Posizione sulla sanità pubblica e privata</p>	<p><b>Michele Alberti e la sanità pubblica e privata</b> Michele Alberti sostiene che l'assistenza sanitaria dovrebbe essere esclusivamente affidata allo Stato, e non anche ai privati.</p>	<p><b>Francesco Bianchini e la sanità pubblica e privata</b> Francesco Bianchini sostiene che per la sanità pubblica (ospedali ecc.) va bene il sistema attuale, dove i grandi ospedali sono pubblici ma esistono anche le cliniche private.</p>	<p><b>Giuseppe Carli e la sanità pubblica e privata</b> Giuseppe Carli sostiene che la concorrenza migliorerebbe la qualità degli ospedali, per cui la regione dovrebbe agevolare la nascita di cliniche private.</p>	<p><b>Andrea Donati e la sanità pubblica e privata</b> Andrea Donati sostiene che se dovesse andare all'ospedale, preferirebbe di gran lunga una clinica privata all'ospedale pubblico.</p>
<p><b>Pubblico-privato</b> Posizione sulla gestione pubblica o privata della distribuzione dell'acqua</p>	<p><b>Michele Alberti sul servizio acqua</b> Michele Alberti sostiene che la società che distribuisce l'acqua deve essere esclusivamente di proprietà pubblica.</p>	<p><b>Francesco Bianchini sul servizio acqua</b> Francesco Bianchini sostiene che per rendere più efficienti i servizi idrici bisognerebbe far partecipare alla sua gestione anche società private, ma mantenendo la maggioranza azionaria al comune.</p>	<p><b>Giuseppe Carli e sul servizio acqua</b> Giuseppe Carli sostiene che per rendere più efficienti i servizi idrici bisognerebbe che la società che li gestisce fosse per metà pubblica e per metà privata.</p>	<p><b>Andrea Donati sul servizio acqua</b> Andrea Donati sostiene che la distribuzione dell'acqua sarebbe più efficiente se fosse gestita da società private.</p>

Le *euristiche* che abbiamo individuato e che abbiamo collocato nella piattaforma sono le seguenti sei (rimandiamo per un approfondimento a più avanti):

- Profilo personale del candidato
- Identificazione partitica del candidato
- Dichiarazioni di sostegno (*endorsement*) al candidato da parte di gruppi o istituzioni
- Autorità epistemiche (persone di riferimento dei soggetti per le questioni «importanti»)
- Fattibilità: capacità di vincere e capacità di governare (così come affermate da auto-dichiarazioni rese dagli stessi candidati)
- Voto di scambio (voto in cambio di presunti favori)

Inoltre nella nostra piattaforma ci sono *flow items* riferiti a fatti di cronaca non politica (matrimonio fra vip, traghetto che affonda in India, nuove tecnologia per film tridimensionali...), privi di interesse per la nostra ricerca, ma inseriti per rendere più realistica la simulazione della campagna elettorale.

La piattaforma prevede anche la possibilità di inserire degli *items* a «entrata forzata»: informazioni cioè sui candidati che per essere viste non devono essere «aperte» dai soggetti, dato che appaiono sullo schermo a un certo punto della simulazione. Per esempio in un esperimento sull'efficacia della propaganda negativa (cui accenneremo poco più avanti), a un certo punto della simulazione appare sullo schermo un messaggio negativo da parte di un candidato su un altro candidato. Inoltre sempre per rendere la simulazione più realistica, compaiono anche degli spot di propaganda elettorale, con filmati (da noi stessi confezionati) in appoggio ai singoli candidati.

I *flow items* vengono ripetuti (da 2 a 3 volte) nel corso del loro scorrimento sullo schermo, per poter concedere ai soggetti di «aprirli» qualora fossero loro sfuggiti nel precedente passaggio. In Tab. 1 abbiamo riportato il quadro completo dei *flow items* e dei loro passaggi sul video. La successione dei *flow items* è casuale. Poiché i *flow items* scorrono a distanza di 3 secondi l'uno dall'altro, la durata della campagna elettorale (288 esposizioni di box) è di 14 minuti e mezzo, ai quali va aggiunto poco più di un minuto per la comparsa di 4 brevi video pubblicitari (uno per candidato)<sup>2</sup>.

La piattaforma informatica utilizzata per la simulazione è un *web based system*, sviluppato dall'Università dello Iowa, al quale si acceda attraverso un *browser*.

---

<sup>2</sup> I *flow items* continuano a scorrere anche quando si apre un box. La durata della campagna non dipende da quanti *items* si aprono e quanto ci si mette a leggerne il contenuto.

TAB. 1 - Flow items *distinti per categoria*.

	N. items		Ripetizioni	N totale di comparse
<i>Euristiche</i>				
Profilo personale	8 x candidato	32	2	64
Identificazione partitica	3 x candidato	12	2	24
Sostegni ( <i>endorsements</i> )	2 x candidato	8	3	24
Fattibilità	2 x candidato	8	2	16
Autorità epistemiche	6	6	3	18
Voto di scambio	2	2	3	6
<i>Issues</i>				
Tasse vs servizi	2 x candidato	8	2	16
Pubblico vs privato	2 x candidato	8	2	16
Interventismo del comune vs laissez faire	2 x candidato	8	2	16
Sviluppo economico vs. salvaguardia ambientale	2 x candidato	8	2	16
Criminalità e sicurezza	2 x candidato	8	2	16
Immigrazione e minoranze	2 x candidato	8	2	16
Diritti civili	2 x candidato	8	2	16
<i>Non riferite ai candidati</i>				
Sondaggi	4	4	2	8
Non pertinenti alla politica	16	16	1	16
<i>Totale</i>		<i>144</i>		<i>288</i>

### 3. *Questionario preliminare e finale*

La simulazione della campagna elettorale condotta attraverso i *flow items* è preceduta e seguita da due questionari. Il questionario preliminare ha lo scopo di tracciare il profilo socio-demografico e politico dei soggetti sottoposti alla simulazione. Oltre alle domande sulle caratteristiche socio-demografiche è presente un'importante batteria di domande sulla posizione ideologica del soggetto con riferimento agli stessi temi (i sette sopra elencati) sui quali nel corso della campagna elettorale (*flow items*) verranno definite le posizioni dei candidati.

Come nei *flow items* abbiamo – per esempio – la posizione dei candidati sul dilemma tasse- servizi oppure pubblico-privato (si vedano in fig. 5 i *flow items* sul trasporto

pubblico e sulle rette dell'asilo nido per il primo dilemma e su sanità e gestione dell'acqua per il secondo), così nel questionario preliminare abbiamo le due domande rivolte al soggetto riportate in Fig. 6, finalizzate a collocare la sua posizione in una scala a 7 punti che va da un estremo all'altro.

FIG. 6 - Due domande di atteggiamento sottoposte ai soggetti nel questionario preliminare, corrispondenti alle due issues trattate nei flow items riportati in Fig. 5.

<p><b>Tasse-servizi</b></p> <p>Alcune persone sostengono che bisogna abbassare le tasse anche se questo significa una riduzione dei servizi pubblici. Immagina che queste persone si trovino a un'estremità di una scala, al punto 1. Altre persone sostengono che bisogna migliorare i servizi pubblici, anche se questo significa aumentare le tasse. Immagina che queste persone si trovino all'altra estremità della stessa scala, al punto 7. Tu dove ti collocheresti su una scala da 1 a 7?</p>
<p><b>Pubblico-privato</b></p> <p>Alcune persone pensano che i servizi di pubblica utilità (trasporti pubblici, sanità, scuola, ecc.) vadano affidati ad enti pubblici e non a privati. Immagina che queste persone si trovino a un'estremità di una scala, al punto 1. Altre persone pensano che questi servizi vadano affidati a privati e non ad enti pubblici. Immagina che queste persone si trovino all'altra estremità della stessa scala, al punto 7. Tu dove ti collocheresti su una scala da 1 a 7?</p>

Questo questionario rappresenta una parte fondamentale della rilevazione, in quanto ci permetterà, dopo la conclusione della simulazione, di tracciare un parallelo fra le posizioni dei soggetti e quelle del candidato prescelto per il voto. Ancora, nel questionario preliminare abbiamo domande su esposizione ai media, fiducia nelle istituzioni, efficacia politica, autocollocazione sinistra-destra, voto alle precedenti elezioni politiche del 2008, interesse per la politica, atteggiamento verso la religione, conoscenza-informazione politica, dimestichezza con l'uso dei computer.

Dopo l'esposizione alla campagna elettorale attraverso i *flow items*, viene sottoposto ai soggetti un secondo breve questionario, finalizzato soprattutto alla espressione del voto (domanda: «Ora che la campagna elettorale è finita, è arrivato il momento di votare! Chi scegli come sindaco?»). Oltre a questa domanda, il questionario finale ne contiene altre sulla convinzione/difficoltà di questa scelta e le sue motivazioni, unitamente a valutazioni sulla campagna elettorale virtuale alla quale è stato sottoposto e a giudizi sulla qualità dei candidati. Data la struttura «di laboratorio» dell'intera procedura, è anche possibile fare degli esperimenti, manipolando il processo informativo. Come è consuetudine negli esperimenti, mantenendo fermo il «gruppo di controllo» si operano delle manipolazioni sulle variabili nei gruppi sperimentali. Per esempio abbiamo studiato l'effetto della propaganda negativa, inserendo affermazioni denigratorie di candidati nei confronti dei rispettivi avversari politici. In un altro caso abbiamo esposto una parte del campione ai risultati di sondaggi pre-elettorali e l'altra parte no, al fine di valutare quanto questa esposizione influenza il voto finale. Ancora abbiamo cercato di valutare l'effetto dell'appartenenza partitica dei candidati manipolandola, per esempio non rivelandola a una parte del campione, attribuendo a un candidato esplicitamente di sinistra per le sue

posizioni una appartenenza a un partito di destra, attribuendola correttamente per il resto del campione. Si tratta di esperimenti che non tratteremo in questo contesto.

#### 4. Disegno della ricerca e dati

La ricerca è stata condotta da un *pool* di cinque dipartimenti universitari. La rilevazione è stata effettuata nel periodo marzo-dicembre 2011, nelle città di Torino, Trento, Reggio Emilia, Bologna, Salerno<sup>3</sup>.

Si è costruito un campione per quote, incrociando tre variabili dicotomiche: genere, età (18-45 e 46-70) e titolo di studio (non laurea /laurea per le persone da 18 a 45 anni; obbligo/diploma o laurea per le persone fra 46 e 70<sup>4</sup>). La combinazione di queste caratteristiche dà luogo a 8 gruppi, per ognuno dei quali è stato fissato un numero di 20 casi. Si tratta quindi di un disegno teorico di 160 soggetti per ogni città, per un totale finale di poco meno di 800 casi (si veda Tab. 2). La scelta delle tre variabili genere, età e titolo di studio come vincolo per le quote nasce semplicemente dall'esigenza di avere un campione equilibrato su tre variabili socio-demografiche di grande importanza per gli atteggiamenti psico-sociali. La distribuzione territoriale delle aree di rilevazione permette inoltre di avere una rappresentanza per ciascuna delle quattro zone geo-politiche del paese (zona industriale, zona «bianca», zona «rossa», zona meridionale). Il campione non ha (e non vuole avere) il carattere della rappresentatività della popolazione (ben superiore avrebbe dovuto essere il peso della zona meridionale o delle persone con titolo di studio inferiore), ma la mancanza di rappresentatività non inficia questo tipo di ricerca, che non è interessata alle frequenze marginali delle variabili ma alle loro relazioni.

TAB. 2 - *Caratteristiche socio-demografiche del campione.*

	18-45 senza laurea		18-45 con laurea		46-70 senza diploma		46-70 con diploma		Tot
	M	F	M	F	M	F	M	F	
Torino	20	18	20	20	22	22	18	20	160
Trento	18	20	20	19	16	20	22	18	153
ReggioE.	20	16	19	21	17	16	21	26	156
Bologna	21	18	21	19	20	20	20	23	162
Salerno	21	23	20	19	19	22	19	17	160
<i>Totale</i>	<i>100</i>	<i>95</i>	<i>100</i>	<i>98</i>	<i>94</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>104</i>	<i>791</i>

<sup>3</sup> Si tratta delle città sede dei dipartimenti che hanno avanzato il progetto al MIUR, con l'eccezione di Trento dove ha condotto la ricerca uno dei due dipartimenti dell'Università di Bologna.

<sup>4</sup> Per la dicotomizzazione del titolo di studio in istruzione «superiore» e «inferiore» si è scelta una soglia diversa per le generazioni più anziane (per le quali il discrimine è avere o non avere il diploma delle superiori) e quelle più giovani (differenziate dal fatto di avere o non avere la laurea).

In questi tipi di ricerca basata sull'uso di una piattaforma informatica occorre tenere conto del «divario digitale» e cioè dei diversi livelli di consuetudine col computer presenti nel campione, e soprattutto della minore dimestichezza delle persone anziane. Nel nostro campione il 90% delle persone fra i 18 e i 45 anni ha dichiarato di utilizzare il computer tutti i giorni, ma questa percentuale scende al 40% fra gli oltre 55enni. Si tratta di un dato che tuttavia non sembra aver influenzato la nostra specifica ricerca, data, come vedremo, l'assenza di correlazioni fra le variabili socio-demografiche e le variabili dipendenti che considereremo.

Il disegno della ricerca era piuttosto complesso – come abbiamo accennato prevedeva diversi esperimenti – e non è possibile in questo contesto dare conto di tutte le vie esplorate. Ci limitiamo in questa presentazione a illustrare uno dei punti trattati, quello relativo all'uso delle euristiche e alla relazione esistente fra le diverse euristiche e le caratteristiche socio-demografiche nonché gli atteggiamenti politici dei soggetti studiati.

##### 5. *L'utilizzazione delle euristiche: metodo*

Come l'essere umano decide di fronte a scelte complicate? In situazioni complesse – si tratti della scelta di acquisto dell'auto o di quella elettorale – colui o colei che deve decidere molto raramente dispone delle risorse cognitive e motivazionali necessarie per una scelta approfondita e sistematica fra le diverse opzioni: delle risorse «cognitive» nel senso che può non essere in grado di acquisire tutte le informazioni disponibili sull'argomento; delle risorse «motivazionali» nel senso che può non avere intenzione di impegnarsi in un processo di ricerca su una scelta che lo coinvolge fino a un certo punto. Ecco allora che l'individuo mette in atto un processo di elaborazione semplificato, scegliendo selettivamente alcune informazioni a lui più congeniali e basando solo su queste la sua decisione. Si parla in questo caso di *euristiche*, cioè di «scorciatoie» cognitive che permettono di «accorciare» il processo decisionale.

Secondo la definizione di due fra gli studiosi più accreditati in questo campo, «una euristica è una strategia che ignora parte delle informazioni, con l'obiettivo di rendere la decisione più rapida, parsimoniosa, e/o accurata rispetto a metodi più complessi» (Gigerenzer e Gassmaier 2011, 454). Strategia che può essere sia «conscia che inconscia» (ivi, 451). Questo vuol dire che di norma l'individuo, per formulare un giudizio, a) si basa su un numero limitato di informazioni, e b) segue delle regole di valutazione semplici (Kahneman *et al.*, 1982; Popkin, 1991, Sniderman *et al.*, 1991; Lau e Redlawsk, 2001).

A lungo si è pensato che la razionalità decisionale richiedesse il numero maggiore possibile di informazioni e che le scorciatoie euristiche fossero inevitabili ma che portassero a decisioni più fallaci; inoltre che la decisione più rapida e superficiale fosse tipica delle persone meno istruite e «sofisticate». La ricerca ha invece poi dimostrato che questo non è vero, che le scorciatoie decisionali sono utilizzate da tutti e che «i giudizi deliberativi non sono, in generale, più accurati di quelli intuitivi» (Kluglanski e Gigerenzer 2011, 97).



Questo ragionamento si applica a tutte le decisioni complesse, scelta elettorale inclusa. Le euristiche le usano tutti, abbiamo detto, ma con differenziazioni a seconda delle caratteristiche personali del decisore. Per esempio la scelta dell'auto sulla base dell'estetica sarà tipica dell'individuo meno esigente dal punto di vista delle prestazioni, quella sulla base del prezzo delle persone con minore disponibilità economica, quella sul tipo di motore di coloro più informati tecnicamente. Nello stesso modo nel campo elettorale l'euristica del profilo personale del candidato potrebbe essere preferita dalle persone meno interessate alla politica, mentre l'euristica di partito (scelta basata sul partito del candidato) potrebbe essere appannaggio delle persone più politicamente coinvolte.

Nella presentazione della nostra piattaforma che abbiamo fatto nel paragrafo 2, abbiamo illustrato i *flow items* (gli elementi informativi che il soggetto può «aprire»), suddividendoli in due blocchi: le *issues* (tematiche politiche) e cioè punti del programma del candidato (per esempio: «Michele Alberti sostiene che la società che distribuisce l'acqua deve essere esclusivamente di proprietà pubblica» è una informazione che fa capo alla *issue* «pubblico/privato»; e le *euristiche*, informazioni che prescindono dal profilo ideologico-programmatico dei candidati (es. «Francesco Bianchini è preside di un liceo scientifico della città» è una informazione che fa riferimento all'euristica del «profilo personale»).

In questa nostra analisi ci concentreremo *solo* sulle euristiche. Sulla base di una ricognizione della letteratura e della nostra conoscenza della politica italiana ne abbiamo individuate sei che riteniamo siano quelle più diffuse nell'elettorato italiano; abbiamo rilevato per ogni soggetto di quali euristiche si fosse servito nella sua raccolta di informazioni aprendo i *flows items*; infine per ogni euristica abbiamo messo in relazione il suo uso con le caratteristiche dei soggetti studiati. In ultima analisi il nostro interrogativo è: per ogni euristica, quali sono le caratteristiche sociali e politiche degli elettori che maggiormente vi ricorrono? Presentiamo qui di seguito le sei euristiche.

1. *Profilo personale del candidato*. Si tratta delle sue caratteristiche in termini di età, status familiare, istruzione, professione, orientamento religioso, impegno sociale<sup>5</sup>, esperienze politiche (non partitiche)<sup>6</sup>. Non sono pochi gli elettori che affidano anche alle sole caratteristiche socio-demografiche del candidato un ruolo importante nella decisione elettorale. Secondo diversi studi, a parità di altre condizioni l'elettore tenderebbe a preferire candidati con le sue stesse caratteristiche socio-demografiche. Questa euristica – definita «come la scorciatoia più semplice di tutte» (Cutler 2002; cfr. anche Marietta e Barker 2007) – sarebbe maggiormente utilizzata dalle persone poco informate sul piano politico. Nella nostra operativizzazione abbiamo incluso anche l'impegno politico-sociale, ma privo di riferimenti ai partiti.

---

<sup>5</sup> Esempio (in corsivo il titolo del «box», in tondo il testo un volta che il box sia stato «aperto» dal soggetto). *Gli impegni sociali di Francesco Bianchini*. Sostiene le iniziative delle associazioni di volontariato di ispirazione cattolica e fornisce personalmente supporto ai progetti di integrazione e mediazione culturale rivolti agli immigrati provenienti dall'Est europeo promossi e organizzati dalla Consulta Diocesana.

<sup>6</sup> Esempio: *L'esperienza politica di Giuseppe Carli*. È consigliere comunale dal 1995. È stato membro della Commissione Controllo di Gestione e di recente vicepresidente della Commissione Sanità e Servizi Sociali.

2. *Identificazione partitica del candidato.* Ci si riferisce al partito di appartenenza del candidato<sup>7</sup>, oppure a espressioni di appoggio esplicito nei suoi confronti formulate dai partiti<sup>8</sup>. Secondo molti studiosi (fra gli altri Kam 2005; Schaffner e Streb 2002; Marietta e Barker 2007) l'euristica di partito è la scorciatoia decisionale più potente e parsimoniosa a disposizione dell'elettore per scegliere il candidato al quale dare il suo voto. Invece di soffermarsi sui singoli punti programmatici o ideologici, fatto che richiederebbe un notevole impegno cognitivo, l'elettore risolve la definizione politica del candidato informandosi sul suo partito di appartenenza. Si tratta di un criterio importante ed estremamente sintetico, e quindi assai economico ai fini di una rapida scelta. L'importanza di questa euristica è stata confermata in ripetuti studi nelle democrazie occidentali, e appare particolarmente rilevante in Italia, paese nel quale la cultura politica ha avuto per decenni come baricentro i partiti e i loro riferimenti ideologici.
3. *Dichiarazioni di sostegno (endorsement) al candidato.* Si tratta di appoggi espliciti ai candidati fatti da associazioni, gruppi (esclusi i partiti che ricadono nell'euristica precedente), sindacati o associazioni di categoria, istituzioni, associazioni religiose<sup>9</sup>. Il meccanismo di questa euristica – come della seguente – è semplice. L'elettore, invece di esplorare i singoli punti programmatici o le posizioni ideologiche del candidato, si affida ad altri per la valutazione. Questi «altri» possono essere persone delle quali si fida (una personalità politica o sociale, un commentatore di prestigio, un parente, un amico), oppure un gruppo, una istituzione, una organizzazione. Abbiamo qui declinato il tema nella seconda accezione, in quanto il sostegno da parte di singole persone viene più compiutamente affrontato nel punto successivo.
4. *Autorità epistemiche.* Ci riferiamo al sostegno a un candidato da parte di persone identificate dal soggetto come coloro con i quali egli parla spesso di questioni importanti (e di politica). Anche in questo caso l'elettore si affida all'esterno per decidere per chi votare, e in questo caso si rivolge a una persona stimata di cui si fida («se piace alla mamma /papà allora va bene»). Questa dimensione è stata operativizzata nel modo seguente. Nel questionario preliminare alla simulazione è stato chiesto al soggetto di «indicare tre persone con le quali hai parlato spesso di questioni importanti negli ultimi sei mesi». Le tre persone venivano memorizzate dal sistema. Supponiamo che la prima sia «mio padre». Successivamente nel corso della simulazione compare il box: «Opinione di tuo padre sul programma di Michele Alberti». Se il soggetto apre il box appare, per

---

<sup>7</sup> Esempio: *A quale partito appartiene Giuseppe Carli?* Carli è iscritto al Popolo della Libertà. Fa parte del Consiglio comunale dal 1995, prima come membro di Forza Italia e ora PdL. Oltre al PdL, anche l'UDC fa parte della coalizione che sostiene la sua candidatura.

<sup>8</sup> Esempio: *La Lega Nord si pronuncia sui candidati.* Il coordinamento cittadino della Lega Nord invita i suoi elettori e simpatizzanti a votare per il candidato indipendente Andrea Donati.

<sup>9</sup> Esempio: *Chi appoggia chi? Le ACLI si fanno sentire a proposito delle elezioni municipali.* Il capo della delegazione regionale delle ACLI ha espresso un forte appoggio a Francesco Bianchini nella sua corsa a sindaco: «Sarebbe un sindaco competente, onesto, sensibile al dialogo fra le diverse comunità religiose».

esempio, il testo: «Tuo padre è d'accordo con la posizione di Michele Alberti sull'assegnazione di case popolari a cittadini stranieri e sugli orari di apertura dei negozi».

5. *Fattibilità*. Questa euristica si basa sulla capacità di vincere e sulla capacità di governare dei candidati. Le valutazioni sulle possibilità di vittoria di un candidato possono influenzare la scelta elettorale in diversi modi. Pensiamo al *band wagon effect*, e cioè al desiderio di molti di votare per il vincitore per sentirsi in un certo senso loro stessi vincitori. Oppure al cosiddetto «voto strategico», il fatto cioè di votare per una «seconda» scelta di fronte alla constatazione che il candidato preferito non avrebbe possibilità di vittoria. Altrettanto importante è la valutazione sulla capacità di governo dei candidati. Abbiamo operativizzato questa euristica mediante affermazioni attribuite agli stessi candidati relative a precedenti successi politici ed elettorali<sup>10</sup> (es. preferenze ottenute nelle precedenti elezioni per il Consiglio comunale), oppure a precedenti esperienze amministrative o di gestione di enti pubblici<sup>11</sup>.
6. *Voto di scambio*. Si tratta di offerta di favori personali da parte del candidato in cambio del voto. È una euristica che non abbiamo trovato nella letteratura psico-sociale sulle «scorciatoie» elettorali, che tuttavia appare importante nel contesto italiano, dopo che il «voto di scambio» è stato tematizzato all'interno della nota tipologia di Parisi e Pasquino (1977) accanto al «voto d'appartenenza» e al «voto d'opinione». Nella nostra simulazione il voto di scambio è stato operativizzato mediante l'apparizione, nel corso del flusso dei *flow items*, di box nei quali si offrono dei favori in cambio del voto a un determinato candidato. Abbiamo distinto la situazione in cui l'offerta viene direttamente dai candidati da quelle nella quale passa attraverso una mediazione parentale<sup>12</sup>.

Confrontandoci con la classificazione delle euristiche più comuni per l'elettorato statunitense effettuata da Richard Lau e David Redlawsk, abbiamo tralasciato l'euristica che loro chiamano *habit*, e che fa riferimento all'«abitudine» di votare per il partito per il quale si è votato precedentemente, e le euristiche della «familiarità» col candidato (che loro chiamano della *familiarity* o dell'*affect referral*), per la quale si tenderebbe a preferire il

---

<sup>10</sup> Esempio: *Sei in grado di vincere le elezioni? Risponde Giuseppe Carli*. Carli dichiara: Tutte le forze politiche del centrodestra mi hanno indicato come candidato unico della coalizione. Insieme siamo imbattibili. Inoltre, mi sono candidato due volte al Consiglio comunale, riuscendo sempre a raccogliere un ricco bottino di preferenze fra gli elettori.

<sup>11</sup> Esempio: *Sei in grado di governare la città? Risponde Francesco Bianchini*. Bianchini dichiara: I partiti che mi sostengono hanno ampi consensi, e la nostra maggioranza sarà compatta. La mia esperienza nel partito e nel Consiglio comunale sono una garanzia, conosco i problemi dei cittadini e so come funziona il comune. Come presidente dell'Istituto Autonomo Case Popolari ho dimostrato di sapermi occupare anche dei ceti più emarginati.

<sup>12</sup> Esempio di scambio diretto per generico sostegno: *Un candidato ti offre qualcosa in cambio del voto. Leggi il suo messaggio privato per te*. Carissimo, sono Francesco Bianchini. Come probabilmente sai, molti nostri concittadini hanno avuto modo di apprezzare la mia disponibilità quando mi viene chiesto aiuto per un problema personale o familiare. Se mi voterai, sarò vicino a te e ai tuoi familiari.

Esempio di scambio per generico sostegno con mediazione parentale: *Un candidato ti offre qualcosa in cambio del voto. Guarda che cosa ti suggerisce tuo cugino*. Tuo cugino è amico di Francesco Bianchini e ha ottenuto da lui diversi favori. Bianchini dice che anche tu potrai contare sul suo aiuto, ma chiede in cambio che tu lo voti.

candidato noto a quello sconosciuto. Si tratta di euristiche presenti nella realtà, ma difficili da operativizzare in una simulazione che fa riferimento a una situazione virtuale («Immagini di essersi trasferito in una nuova città...») completamente nuova per il soggetto, nella quale non è possibile ipotizzare un «voto precedente» o una «familiarità» con i candidati.

La quantificazione dell'uso delle singole euristiche da parte dei soggetti è stata fatta nel seguente modo. Sullo schermo, nel flusso informativo (*flow items*) rappresentato dallo scorrere di box ognuno caratterizzato da un «titolo», appare per esempio un box dal titolo: «Chi appoggia chi? Il vescovo dice la sua sulle prossime elezioni comunali». Se il soggetto è interessato al contenuto di questo box, clicca sul titolo: il box si «apre» e ne può leggere il contenuto<sup>13</sup>. Il fatto che il soggetto «apra» quel box viene assunto come indicatore di un suo interesse per informazioni relative a sostegni ai candidati da parte di istituzioni. Siamo quindi nell'euristica che abbiamo chiamato delle «dichiarazioni di appoggio» (*endorsement*) ai candidati, e sull'uso di questa euristica attribuiamo un punto al soggetto. Se ne farà ulteriore uso aggiungeremo degli altri punti. Così per esempio per l'euristica del «profilo personale». Tutte le volte che il soggetto apre una informazione sul profilo personale di qualsiasi candidato (quanti anni ha, qual è la sua professione, qual è il suo orientamento religioso...), si attribuisce al soggetto un punto sull'euristica del profilo personale, e sommando tutte le aperture di euristiche di profilo personale abbiamo un punteggio totale di utilizzazione di quell'euristica.

Il soggetto prosegue la simulazione fino alla sua conclusione: ma se a un certo punto ha raccolto informazioni sufficienti per decidere per chi votare, deve cliccare sul tasto «avrei deciso» (istruzioni comunicate in apertura della simulazione)<sup>14</sup>. Nella nostra analisi abbiamo tenuto conto solo dei box aperti fino alla decisione, cioè fino al momento in cui il soggetto ha premuto il tasto «avrei deciso»<sup>15</sup>.

L'indice di utilizzazione di una determinata euristica non è dato dal numero di aperture di quell'euristica in valore assoluto, ma dalla percentuale di uso di quell'euristica sul totale delle euristiche utilizzate dal soggetto. Questo per il motivo che il numero di euristiche aperte prima di arrivare alla decisione varia da soggetto a soggetto. Se un soggetto apre l'euristica del profilo personale 10 volte su un totale di 50 aperture di euristiche e un soggetto 5 volte su un totale di 25, entrambi hanno fatto lo stesso uso di questa euristica, corrispondente al 20% di tutte le euristiche utilizzate.

Va aggiunto che l'offerta di *items* collegati alle varie euristiche è diversa da euristica a euristica. Come si può vedere dalla Tab. 2, si va dai 64 *items* disponibili per l'euristica

---

<sup>13</sup> Proseguendo con l'esempio, in questo caso compare il testo: Il vescovo, parlando con alcuni giornalisti dopo l'omelia di domenica scorsa, ha detto che ha sempre conosciuto Giuseppe Carli come un «bravo cattolico impegnato nella sua parrocchia» e che sarebbe un «sindaco coi fiocchi».

<sup>14</sup> Le istruzioni sono le seguenti: Attenzione: sullo schermo, in basso a destra, vedrai un pulsante «Avrei deciso». Se, prima della fine della campagna elettorale, ritieni di aver già deciso per chi votare, clicca su questo pulsante (che poi non comparirà più). Se clicchi su questo pulsante *non* ti verrà chiesto per chi voteresti, Né si interromperà la campagna. Quindi rimani sempre libero/a di cambiare idea.

<sup>15</sup> Se il soggetto non preme il tasto (pari al 20% del totale), si prendono in esame tutti i *flow items* aperti fino alla conclusione della seduta.

del profilo personale, ai soli 6 per il voto di scambio. Per cui l'indice di utilizzazione delle euristiche ci permette di valutare per ogni soggetto se ha fatto uso maggiore o minore (per esempio rispetto alla media di tutti i soggetti) di una certa euristica, ma non ci permette di dire quale è stata, per quel soggetto, l'euristica alla quale ha prestato più attenzione. Potremo quindi dire, per esempio, se l'euristica delle autorità epistemiche è più importante per le donne o per gli uomini, per le persone più interessate alla politica o per quelle meno interessate; ma non potremo dire qual è l'euristica più importante per i laureati o per le persone di estrema sinistra. D'altra parte il nostro obiettivo è proprio il primo qui menzionato: mettere l'uso di ogni euristica in relazione con diverse variabili socio-demografiche e politiche.

#### 6. *L'utilizzazione delle euristiche: risultati*

Questa nostra prima analisi ha un carattere descrittivo e si limiterà a mettere in relazione l'uso delle euristiche con alcune delle principali variabili caratterizzanti l'individuo dal punto di vista socio-demografico e politico. Innanzitutto abbiamo considerato le variabili socio-demografiche, in particolare genere, età e istruzione. Per quanto riguarda il genere, non ci aspettiamo un'influenza sulle euristiche: Lau e Redlawsk – con riferimento al più ampio processo di elaborazione delle informazioni (*information processing*) in politica – scrivono di «aver poco da dire sulla influenza del genere ... e anche quando mostra effetti statisticamente significativi, essi sono di modesta dimensione» (Lau e Redlawsk 2006, 133). Più importanti risultano gli effetti dell'età, anche se – sempre secondo i due autori americani – sembrerebbero più legati «al declino delle abilità cognitive degli anziani» (ivi, 126); secondo Kruglanski e Gigerenzer (2011, 103) questo declino farebbe sì che «gli anziani tendono ad utilizzare le euristiche semplici più dei giovani». Mentre l'effetto dell'istruzione, secondo Lau e Redlawsk in parte si sovrapporrebbe a quello della conoscenza e dell'informazione politica (Lau e Redlawsk 2006, 133).

Più interessante dovrebbe essere la relazione fra atteggiamenti politici ed euristiche. Abbiamo considerato tre dimensioni di quella che potremmo definire la cultura politica degli intervistati. La prima dimensione è relativa al grado di *competenza politica*, cioè di informazioni sulla politica in loro possesso, rilevata attraverso un piccolo test basato su cinque domande<sup>16</sup>. La seconda dimensione è quella del *coinvolgimento politico*, articolato in interesse per la politica<sup>17</sup> e vicinanza a una coalizione politica<sup>18</sup>. La terza

---

<sup>16</sup> Si chiede al soggetto se conosce: a) il nome del Presidente del Consiglio, b) il nome del Presidente della Camera dei deputati, c) il nome del Ministro degli Esteri, d) da chi viene eletto il Presidente della Repubblica, e) quanti sono, all'incirca, i deputati della Camera dei deputati.

<sup>17</sup> Rilevata attraverso le seguenti due domande (poi sintetizzate in un unico indice): «In generale, quanto ti interessi di politica?» (molto... per niente); «Con quale frequenza ti capita di parlare di politica?» (mai... tutti i giorni).

<sup>18</sup> «C'è una coalizione politica alla quale ti senti più vicino/a?» (Se sì) «Quanto ti senti vicino/a a questa coalizione?» (non molto vicino... molto vicino).

dimensione è quella dell'autocollocazione sulla scala *sinistra-destra*<sup>19</sup>. Lau e Redlawsk dedicano molta attenzione alla prima di queste aree di atteggiamenti, e cioè all'influenza della *political sophistication* sul processo di elaborazione delle informazioni e di decisione elettorale. E sostengono che gli «esperti» (in campo politico) privilegiano euristiche dalla marcata connotazione politica, come le dichiarazioni di appoggio ai candidati da parte di associazioni e istituzioni (*endorsements*) oppure il partito di affiliazione dei candidati; mentre le persone «non esperte» di politica sarebbero più attente a informazioni a-politiche (es. profilo personale dei candidati). La loro ricerca fornisce però risultati abbastanza ambigui (Lau e Redlawsk 2006, cap. 6).

Di ogni soggetto studiato conosciamo la variabile «utilizzo dell'euristica X», misurata dalla percentuale di box di quell'euristica aperti, sul totale di box di euristiche aperte: se un soggetto apre 7 box informativi sul profilo personale su un totale di 50 box aperti, l'euristica del profilo personale per il soggetto considerato ha una percentuale di apertura del 14%. Questo valore (che può variare fra 0% e 100%) è la variabile dipendente dei nostri modelli di regressione. Abbiamo quindi sei variabili dipendenti (una per ogni euristica) e di conseguenza sei modelli di regressione. Nei sei modelli le variabili indipendenti sono sempre le stesse.

Abbiamo proceduto nell'analisi secondo una sequenza «a stadi», sulla base del criterio che in ogni modello di regressione vanno inserite le variabili antecedenti – nella catena causale – alla variabile indipendente di interesse (Corbetta, Gasperoni e Pisati 2001, cap. vii), e non altre. Nel primo stadio abbiamo inserito nel modello solo le variabili sesso e età, e di queste due variabili analizziamo la forza della relazione sull'euristica in oggetto. Nel secondo stadio abbiamo aggiunto, a sesso ed età, l'istruzione: questo modello ci permette di valutare l'impatto dell'istruzione tenendo sotto controllo sesso ed età. A questo punto abbiamo costruito i successivi modelli tenendo ferme sesso, età e istruzione, facendo variare di volta in volta la variabile di atteggiamento politico. Per esempio abbiamo un modello con sesso, età, istruzione e conoscenza politica; poi un modello con sesso, età, istruzione e coinvolgimento politico, e così via. In questo modo sesso ed età e istruzione fungono da variabili di controllo (per evitare effetti spuri), in quanto antecedenti alle variabili di atteggiamento politico; ma il modello non include altre variabili di atteggiamento politico oltre a quella di interesse, evitando così collinearità e disturbi reciproci fra variabili indipendenti che è assai meglio analizzare singolarmente.

I risultati di questa analisi sono riportati in Tab. 4. Diciamo subito che sono piuttosto deludenti, come segnalato dai valori modesti delle significatività statistiche delle relazioni. Non emergono correlazioni degne di nota fra le variabili socio-demografiche e l'uso delle euristiche, con l'eccezione del fatto che l'istruzione sembra influenzare l'uso dell'euristica dei sostegni-*endorsements*: più è elevata l'istruzione maggiore è la probabilità di orientare il proprio voto sulla base di questa euristica.

---

<sup>19</sup> «Molta gente quando parla di politica usa i termini “sinistra” e “destra”. Pensando alle tue opinioni politiche, dove ti collocheresti su una scala da 0 a 10 dove 0 significa la sinistra e 10 la destra?»

Le variabili politiche presentano maggiori elementi di interesse. In particolare abbiamo i seguenti risultati:

- le persone più coinvolte sul piano politico (quelle che hanno risposto positivamente alla domanda sull'interesse per la politica e sulla vicinanza a una coalizione) privilegiano le euristiche dell'identificazione di partito (del candidato) e delle dichiarazioni di sostegno al candidato da parte di associazioni e istituzioni (*endorsements*), mentre sono nettamente meno orientate degli altri sulle euristiche del profilo personale e dello scambio;
- le persone con maggiore competenza politica (e cioè maggiore conoscenza e informazione) si orientano di più sull'euristica dell'*endorsements* e di meno su quella del profilo personale;
- non c'è differenziazione, nell'uso delle euristiche, fra elettori di sinistra e di destra.

Il fatto che l'uso delle euristiche non sia connesso al sesso e all'età delle persone non stupisce. D'altra parte non c'è motivo di pensare che, ad esempio, le donne seguano processi decisionali diversi dagli uomini, per il solo fatto di essere donne (potrebbero farlo per il fatto di essere meno coinvolte sotto il profilo politico, ma questa è un'altra variabile). Neppure stupisce molto il fatto di non trovare correlazione fra la collocazione ideologica delle persone sull'asse sinistra-destra e l'uso delle euristiche: anche sul piano puramente congetturale appare poco convincente la tesi che le persone di sinistra seguano processi decisionali diversi da quelle di destra.

Abbiamo comunque voluto approfondire il tema dell'ideologia e della sua influenza sul processo decisionale spostando la nostra attenzione dalla collocazione sull'asse sinistra-destra alla dimensione della coerenza ideologica del soggetto, graduando i soggetti su una scala che va da coerenti a non coerenti. Nel questionario pre-simulazione avevamo una serie di tematiche dalla forte connotazione ideologica sulle quali abbiamo chiesto ai soggetti di collocarsi su una scala da 1 a 7. Quattro tematiche sono relative a tradizionali contrapposizioni sinistra-destra (Tasse vs. servizi; Pubblico vs. privato; Interventismo del comune vs. *Laissez faire*; Diseguaglianze sociali); tre tematiche riguardano argomenti che solo più recentemente (almeno in Italia) sono entrati nella contrapposizione sinistra-destra (Criminalità, Immigrazione, Diritti civili). In ognuna delle due scale abbiamo preliminarmente scartato dall'analisi i soggetti che si sono stabilmente sottratti ad una chiara autodefinizione ideologica, e cioè coloro che su *tutti* i temi considerati si sono collocati nelle posizioni centrali delle scale (3, 4, 5). Per gli altri (coloro cioè che almeno su un tema, dei quattro del primo indice o dei tre del secondo indice, si sono collocati al di fuori dell'area di centro) abbiamo calcolato un «indice di coerenza ideologica» su tre livelli: bassa, media, alta coerenza<sup>20</sup>. Per esempio saranno coerenti le persone contrarie a un aumento delle tasse, favorevoli alla privatizzazione del servizio di erogazione dell'acqua, contrarie a interventi del comune nella regolazione del traffico o degli orari dei negozi, non preoccupate delle disuguaglianze presenti nella società. Men-

---

<sup>20</sup> Questo indice di coerenza è dato dalla somma delle differenze in valore assoluto fra i punteggi dell'individuo sugli *item* considerati. Per esempio per la prima scala, se un soggetto sui tre indici risponde: 2, 4, 5 ha indice di incoerenza:  $(2-4)+(2-5)+(4-5) = 6$ .

tre incoerenti quelle che mescolano posizioni tradizionalmente liberiste e conservatrici a posizioni egualitarie e stataliste.

Infine, combinando le variabili «fiducia nelle istituzioni»<sup>21</sup> e «efficacia politica»<sup>22</sup> – sulla base di un’elaborazione già sperimentata (Cavazza, Corbetta e Roccato 2006) – abbiamo costruito una tipologia di relazione con la politica articolata in quattro tipi: *alienati* (non hanno fiducia nelle istituzioni e si sentono politicamente inefficaci); *conformisti* (hanno fiducia nella politica pur pensando che vada lasciata ad altri); *ostili* (ritengono di avere capacità per agire politicamente ma non hanno fiducia nelle istituzioni nelle quali la politica si esprime); *partecipanti* (hanno fiducia sia in se stessi come cittadini partecipanti, sia nelle istituzioni democratiche).

Queste due analisi conclusive ci consegnano qualche altro risultato interessante (si veda ancora la Tab. 4). Le due variabili di coerenza ideologica mostrano che gli «ideologi» (cioè le persone che mostrano una coerenza ideologica di fondo) usano di meno le euristiche della fattibilità e dello scambio e di più quella degli *endorsements* (anche se le relazioni valgono solo per uno dei due indici). La seconda analisi mostra che le persone politicamente «alienate» utilizzano maggiormente fattibilità e scambio, ovvero scorciatoie cognitive che hanno una scarsa base ideologico-politica; nello stesso tempo abbiamo che il gruppo dei «partecipanti» – che rappresenta il tipo opposto a quello degli alienati – usa in maniera nettamente maggiore, rispetto agli altri gruppi, l’euristica delle autorità epistemiche.

Quali conclusioni trarre da questi risultati? Delle sei euristiche che abbiamo enucleato all’interno delle strategie informative utilizzate dai nostri soggetti sperimentali, due sono chiaramente «a-politiche» e precisamente quella del profilo personale e quella dello scambio. Coerentemente con le aspettative, si tratta delle scorciatoie decisionali alle quali ricorrono maggiormente le persone disimpegnate sul piano politico, poco informate dei fatti politici che le circondano, confuse sul piano ideologico, politicamente alienate e cioè prive di fiducia nelle istituzioni e nella propria capacità di contribuire alla cosa pubblica. Non molto lontano da queste è il profilo di coloro che utilizzano l’euristica della fattibilità, i quali sono caratterizzati da scarsa coerenza ideologica e da elevata alienazione politica.

Abbiamo poi due euristiche che potremmo definire «politiche», e cioè quella dei sostegni-*endorsements* e quella di partito, e cioè l’appartenenza partitica dei candidati. Ci saremmo aspettati un quadro di relazioni simili di queste due euristiche con le caratteristiche dei soggetti, ma così non è. L’euristica degli *endorsements* è correlata sia col livello di istruzione puro e semplice, sia col livello di informazione e conoscenza più prettamente politiche, di coinvolgimento nella politica, di coerenza ideologica. Il fatto

---

<sup>21</sup> La fiducia nelle istituzioni («molta... per niente») era relativa alle seguenti: Parlamento, Partiti, Presidente della Repubblica, Magistratura, Chiesa Cattolica, Le forze dell’ordine (Polizia e Carabinieri).

<sup>22</sup> L’efficacia politica («interna») è stata calcolata attraverso un indice che sintetizza le risposte a due domande: «La gente come me non ha nessuna influenza su quello che fa il governo» e «Talvolta la politica sembra così complicata che non si riesce a capire cosa sta succedendo» (risposte da «non è per niente vero» a «è del tutto vero»).



che sia utilizzata dalle persone più istruite si può ricondurre alla spiegazione che per servirsi delle dichiarazioni di appoggio ai candidati da parte di gruppi, istituzioni, sindacati, associazioni religiose, ecc. occorre anche sapersi districare nella rete di istituzioni che ci circonda. Ma il fatto che a parità di istruzione sia più utilizzata dalle persone politicamente coinvolte, significa che in una situazione di incertezza non solo mi chiedo come la pensa il mio sindacato (o l'associazione degli imprenditori, o la Chiesa), ma ancor più mi servo della valutazione di gruppi noti quanto più sono persona interessata alla politica e dotata di informazioni politiche. Si tratta quindi un'euristica degli «esperti» (politicamente intesi, cfr. Lau e Redlawsk 2006, cap. 6), nel senso che solo chi è politicamente esperto dispone delle informazioni per collocare queste organizzazioni sul piano della politica e ha la consapevolezza del sistema di valori che sta loro dietro.

Questo non vale, come abbiamo già accennato, per l'euristica di partito. L'informazione sul partito di appartenenza dei candidati è quella più utilizzata dopo quella del profilo personale (si veda indietro la Tab. 3). Ma è pochissimo correlata con le caratteristiche dei soggetti: il che vuol dire che la utilizzano tutti. Con un'eccezione tuttavia: è tanto più utilizzata quanto più la persona ha dichiarato di essere «vicina» a una coalizione. Fatto questo assolutamente logico.

L'ultima euristica da considerare è quella relativa alle cosiddette «autorità epistemiche»: persone di riferimento del soggetto intervistato con le quali egli «parla spesso di questioni importanti (di qualsiasi tipo, non solo politiche)». Questa euristica presenta una sola (ma forte) correlazione: quella con i «partecipanti», i cittadini «esemplari», potremmo dire, che hanno fiducia nelle istituzioni della nostra democrazia e pensano di poter dare un contributo partecipativo alla stessa. Il fatto di cercare, per uscire dall'incertezza della decisione elettorale, il parere di una persona fidata parrebbe, in prima istanza, un atto di deresponsabilizzazione politica («non so come votare e allora lo chiedo a mio marito»). Dai nostri dati emerge invece che sono all'opposto proprio i più responsabili sotto il profilo politico a seguire questa scorciatoia decisionale. Il ricorso ad autorità epistemiche non è quindi indicatore di alienazione politica, ma all'opposto di presenza di politica nelle relazioni significative, potremmo dire di pervasività politica nel quotidiano. Per cui la costruzione della decisione politica è influenzata dalle relazioni sociali significative non in senso passivo, ma attivo.

## Riferimenti bibliografici

- Cavazza, N., Corbetta, P., Roccato, M. (2006), *Guardare la politica da lontano*, in ITANES, *Dov'è la vittoria?*, Bologna, Il Mulino, pp. 127-144.
- Corbetta, P., Cavazza, N. (2009), «Capire il comportamento di voto: dalla debolezza dei fattori sociologici all'insostenibile tesi dell'individualizzazione», in *Polis*, pp. 367-398
- Corbetta, P., Gasperoni, G., Pisati, M. (2001), *Statistica per la ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino.
- Cutler, F. (2002), «The Simplest Shortcut of All: Sociodemographic Characteristics and Electoral Choice», in *The Journal of Politics*, 64, pp. 466-490.
- Ericsson, K.A., Simon, H.A. (1984), «Verbal Reports as Data», in *Psychological Review*, 87, pp. 215-251.
- Gigerenzer, G., Gaissmaier, W., (2011), «Heuristic Decision Making», in *Annual Review of Psychology*, 62, pp. 451-82.
- Lau, R.R., Redlawsk, D.P. (2001), «Advantages and disadvantages of cognitive heuristics in political decision making», in *American Journal of Political Science*, 45, pp. 951-971.
- Lau, R.R., Redlawsk, D.P. (2006), *How Voters Decide. Information processing during Election Campaigns*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Kahneman, D., Slovic, P., Tversky, A. (a cura di) (1982), *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Kam, C.D. (2005), «Who toes the party line? Cues, Values, and Individual Differences» in *Political Behavior*, 27, pp. 163-182.
- Kruglanski, A. W., Gigerenzer, G. (2011), «Intuitive and Deliberate Judgments Are Based on Common Principles», in *Psychological Review*, 118, pp. 97-109.
- Marietta, M., Barker, D.C (2007), «Values as Heuristics: Core Beliefs and Voter Sophistication in the 2000 Republican Nomination Contest Journal of Elections», in *Public Opinion and Parties*, 17, pp. 49-78.
- Parisi, A.M.L., Pasquino, G. (1977), *Relazioni partiti-elettori e tipi di voto*, in Īd. (a cura di), *Continuità e mutamento elettorale in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Payne, J.W. (1982), «Contingent Decision Behavior», in *Psychological Bulletin*, 2, pp. 382-402.
- Popkin, S.L. (1991), *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Redlawsk, D.P., Lau, R.R (2009), *Understanding Individual Decision making using Process Tracing*, Paper ECPR.
- Schaffner, B.F, Matthew J. S. (2002), «The partisan heuristic in low-information elections», in *Public Opinion Quarterly*, 66, pp. 559-581.
- Sniderman, P.M., Brody, R.A., Tetlock, P.E. (1991), *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*, Cambridge University Press, Cambridge.