



## COMUNICATO STAMPA

Trento, 2 giugno 2008

### **L'unica preoccupazione dei candidati? Assecondare le generazioni più numerose e quindi più rilevanti ai fini dell'esito delle urne. Un monito alla classe politica**

#### **I PARTITI CHE PUNTANO SOLO A ESSERE ELETTI, SI ASSOMIGLIANO E INSEGUONO IL CENTRO**

**Galasso ha illustrato la sua teoria dell'elettore mediano: uno scenario in cui l'alternativa sarà sempre meno su base ideologica e sempre più sull'età di chi vota**

Partiti a caccia di voti. Partiti che, per vincere le elezioni, fanno sempre meno leva sulla componente ideologica e sempre più sull'età e sulle simpatie di chi va a votare. Attenti ad assecondare le generazioni più numerose e, quindi, più rilevanti ai fini del risultato elettorale. È lo scenario analizzato questa mattina al Festival dell'Economia 2008 da Vincenzo Galasso per il ciclo di incontri "Parola chiave". E la "parola chiave" è stata "Elettore mediano". Nell'aula Rossa della Facoltà di Economia dell'Università di Trento Galasso ha illustrato – facendo riferimento a casi e ricerche italiani, di altri Paesi europei e degli Stati Uniti d'America – la sua teoria dell'elettore mediano, nota a chi abbia letto il libro dal titolo "Contro i giovani. Come l'Italia sta tradendo le nuove generazioni" (Mondadori 2007) che Galasso ha scritto con Tito Boeri. Libro che, con la sua copertina forte ed esplicita, era sul tavolo dei relatori.

Vincenzo Galasso, professore associato di Economia politica alla Bocconi, consulente economico all'OCSE, ricercatore che svolge attività per il Centre of Economic Policy Research di Londra e per l'Istituto Innocenzo Gasparini per la Ricerca Economica, autore di varie pubblicazioni e articoli, ha tra i suoi principali interessi di studio la politica economica, i sistemi previdenziali e il welfare. Nell'incontro, introdotto da Stefano Comino, ricercatore presso la Facoltà di Economia di Trento, Galasso non ha definito subito cosa intenda per elettore mediano. "Prima vi porto un po' a spasso" ha esordito.

La "passeggiata" è cominciata da ciò che "Wikipedia" dice alle voci "elettore", "mediano", "mediana". Poi ha proposto una sorta di *abc* sulle elezioni. Quindi un tuffo nella statistica tra grafici e definizioni. Per arrivare, infine, a descrivere chi sia l'elettore mediano (in senso astratto e in Italia), perché sia importante e quale sia la tendenza della vita politica e sociale di un Paese in cui liste e candidati mettano l'elettore mediano al centro dei propri pensieri e dei propri programmi, in cui l'alternativa sia sempre meno tra destra e sinistra e sempre più tra giovani e vecchi. E per tratteggiare le prospettive di cosa accadrà quando l'elettore mediano, che già oggi

in Italia non è un ragazzino (ha 46 anni), invecchierà ulteriormente.

Quando Galasso parla di "elettore mediano" non fa riferimento al calcio e al giocatore che agisce nella fascia centrale del campo. Il riferimento è, invece, a un termine usato in statistica: la mediana. La mediana, in una serie ordinata di valori, è il valore che sta nel mezzo. Il numero dei valori che lo precedono, cioè, è uguale al numero di valori che lo seguono.

Galassi ha spiegato chi sono i politici *office-seeking*: "Sono quelli che vogliono semplicemente essere eletti o rieletti". E su di essi ha puntato l'attenzione. Perché sembra proprio questa la tendenza. Sembra che il risultato elettorale, il successo elettorale, stia diventando per tanti la motivazione prevalente. Uno scenario che al termine, dal pubblico presente in aula, è stato definito sconcertante. Perché la conseguenza di campagne elettorali e votazioni impostate in questo modo è che si appiattiscono programmi e linee politiche, che non si dà spazio e voce alle giovani generazioni.

Galasso – con l'aiuto della statistica - ha illustrato come si posizionano gli elettori in base alle loro preferenze. "Difficilmente un elettore trova un partito che propone esattamente ciò che lui vuole e quindi di solito vota per il partito che propone la policy più vicina alla sua policy preferita". Dalle politiche economiche a quelle sull'immigrazione, dalle politiche sulla sicurezza a quelle sull'ambiente e così via, chi va alle urne tende a votare il partito che sostiene la linea più vicina alla propria (o, almeno, la meno lontana). Sempre con il supporto della statistica e mostrando dei grafici sulla distribuzione delle preferenze, Galasso ha affermato: "Per vincere le elezioni, basta convincere l'elettore mediano". In altri termini: per avere la maggioranza i politici devono soddisfare l'elettore mediano, cioè colui che esprime preferenze "di mezzo", l'elettore che divide la distribuzione delle preferenze degli elettori in due metà. "L'elettore mediano – ha ribadito – è al centro fra le persone più a destra di lui (che sono il 50%) e quelle più a sinistra (altro 50%)". Prendendo il caso di due partiti non ideologici, A e B, Galasso ha detto che "la strategia migliore per massimizzare la probabilità di vincere le elezioni è accontentare il votante mediano". E ancora: "In un sistema bipartitico dove i partiti sono *office-seeking*, vogliono solo vincere le elezioni, e non sono vincolati nello scegliere le policy da forti componenti ideologiche, entrambi i partiti scelgono la piattaforma elettorale preferita dal votante mediano. Questo vuol dire che, in un sistema bipartitico di questo tipo, i partiti scelgono piattaforme simili (si assomigliano) e scelgono piattaforme moderate e lontane da posizioni estreme (inseguono il centro)".

Uno sguardo alle primarie e alle elezioni negli USA. "Cosa ci possiamo aspettare che accada?" si è chiesto il docente. "Quando sono finite le primarie, democratici e repubblicani si riposizionano verso il centro".

Quindi è passato a considerare la realtà italiana. In base ai dati 1999 sulla posizione soggettiva nella scala politica tra sinistra e destra, ai dati 2000 sull'età, ai dati 2006 sulla distribuzione del reddito e ai dati sull'istruzione, ha tracciato l'identikit dell'elettore mediano in Italia. "Donna, 46 anni, con un diploma superiore, di centro (sinistra), con un reddito familiare di 26 mila euro". È questo elettore che i politici devono inseguire se vogliono vincere le elezioni. Galasso è, quindi, passato a considerare alcune politiche di attualità: concorrenza, meritocrazia, federalismo fiscale, immigrazione e tolleranza, politiche ambientali, donne al lavoro e figli analizzando i risultati di

una serie di indagini. “Cosa decideranno di fare i politici in Italia, se vogliono seguire la volontà dell’elettore mediano?” si è chiesto il docente. Dando ai politici alcuni preziosi spunti e suggerimenti. Dagli esiti delle ricerche – ha illustrato - emerge che l’elettore mediano considera la concorrenza una cosa positiva, si dice favorevole a legare i salari alla produttività, si schiera per il federalismo fiscale e chiede una legge sull’immigrazione. Altre istanze dell’elettore mediano riguardano nuove politiche ambientali e nuovi strumenti di conciliazione tra il lavoro della donna fuori casa e il suo ruolo di mamma.

Ha concluso con una nota dolente tutta italiana. I politici italiani sono più anziani che altrove. Un dato? “L’età media dei nuovi eletti in Parlamento (nel 2006) è di 50 anni. Un’età molto elevata”. E anche l’elettore mediano invecchia. Oggi ha 46 anni, nel 2050 ne avrà 56. Ha lanciato l’interrogativo: “Cosa accadrà alle politiche a favore dei giovani? E degli anziani?”. Un invito alla classe politica – come quello contenuto nel libro con Boeri - a superare il conflitto tra generazioni su come allocare le risorse. “Perché – ricorda - si vive tutti meglio in un Paese che cresce e che investe sui giovani.”