

# Voto di protesta, astensionismo e voice (populi)

di Fortunato Musella

## 1. Introduzione

La triade concettuale *Exit, Voice e Loyalty* di Albert O. Hirschman è una delle più note e parsimoniose spiegazioni dei meccanismi coi quali i cittadini reagiscono al deterioramento di un servizio, di un'azienda privata o di una istituzione pubblica<sup>1</sup>. A seconda dei diversi livelli di lealtà fiduciaria, e a fronte di un malcontento nei confronti delle modalità di funzionamento o delle performance dell'organizzazione cui fanno parte, i cittadini possono protestare per ottenere un cambiamento – esercitando così l'opzione “voce” nell'impostazione dello studioso tedesco – o scegliere la via della defezione, che è tipica dei consumatori insoddisfatti. Ne deriva un modello teorico capace di cogliere i rapporti mutevoli tra dimensione verticale e orizzontale della vita collettiva, che diverrà molto presente nel dibattito successivo, anche se non abbastanza applicato agli studi politologici<sup>2</sup> (Dowding, John, 2002; John, Dowding, 2016; Gehlbach, 2016). Tale impostazione sembra possedere particolare pregio esplicativo in tempi più recenti, quando i cittadini possono percepire l'arresto o il cattivo funzionamento delle istituzioni cardine della democrazia rappresentativa, o reputare addirittura dubbia la sua stessa natura in quanto «non più in grado di offrire il potere che hanno promesso al popolo» (Pasquino, 2014b).

1. Le tre opzioni sono presentate nel volume di Albert O. Hirschman, *Exit, voice, and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and state*, Harvard University Press, Harvard 1970, la cui traduzione in italiano contiene un sottotitolo ancor più significativo per la linea di argomentazione di questo articolo: Albert O. Hirschman, *Lealtà, defezione, protesta: rimedi alla crisi delle imprese, dei partiti e dello stato*, il Mulino, Bologna 2017.

2. Nonostante il numero di citazioni alle opere di Hirschman sia molto elevato – basti pensare che Google Scholar mostra quasi 23.000 citazioni al solo volume del 1970 –, sono pochi gli studiosi che ne hanno assunto il framework concettuale per studi politologici di ampia portata. La triade hirschmaniana è invece stata utilizzata in alcuni ambiti specifici, come quello delle politiche urbane e dell'analisi dei servizi pubblici: (Peter, 2017, pp. 512-29).

Si noti anche che lo stesso Hirschman trovava particolarmente stimolante l'applicazione alla politica della sua triade. È vero, come è stato rilevato, che egli sembra mostrare un atteggiamento prudente, quando non scettico, nei confronti delle grandi teorizzazioni teoriche. La sua inconfondibile argomentazione parte sempre da osservazioni minute, molto spesso derivanti dalla sue stesse esperienze di vita, per poi far "germogliare" quello che l'autore chiama le piccole idee, ipotesi di generalizzazione che si appuntano sui meccanismi osservati (Pasquino, 2014a) – come nel celebre caso del deterioramento delle ferrovie nigeriane. Lo stesso autore chiarisce però che la sfera politica costituisce l'ambito privilegiato per testare e rifinire le sue ipotesi: in particolare in un saggio pubblicato nel 1974 afferma che il partito politico in ambiente poliarchico è una delle poche organizzazioni in cui sia l'exit che la voice giocano un ruolo di rilievo. Muovendo poi dall'ambito partitico alla configurazione dei sistemi politici, tenterà in seguito una ricostruzione della storia della repubblica democratica tedesca «by retelling it in terms of the contrasting categories of private exit and public voice» (Hirschman, 1993, p. 201).

La valutazione delle relazioni variabili exit-voice nei più importanti ambiti della vita collettiva è d'altra parte incoraggiata dall'atteggiamento valoriale che Albert Hirschman assumeva, più o meno celatamente, rispetto alle sue due "opzioni" (per una discussione cfr. Gallino, Zamagni, 2016), sostenendo la superiorità della voice<sup>3</sup>. Mentre la defezione/uscita è propria del mondo dell'economia, dove nella misura in cui sussista concorrenza il consumatore può orientarsi verso l'uno o l'altro prodotto, la voce contiene in sé un surplus di politicità, in quanto implica l'attivismo di chi la pone in essere al fine del miglioramento dei corpi collettivi: la voice, di fatto, è «un qualsiasi tentativo di cambiare, invece di eludere, uno stato di cose riprovevole» (Hirschman, 1982a, p. 31). Lo stato della "voice" in una democrazia è dunque lo stato della stessa politica, come si vede quando Hirschman pone sotto la sua lente di indagine i cicli nei quali si alternano periodi di forte coinvolgimento collettivo a fasi di ripiegamento nella vita privata da parte dei cittadini (Hirschman, 1982b), così che la partecipazione politica diviene il prodotto di un pendolo che vede le collettività oscillare tra questi due poli.

A seguito della crisi dei sistemi di partito tradizionali, e dell'ondata di aperta sfiducia per i principali attori di intermediazione politica, che

3. Una preferenza questa che ha dato vita ad un ampio dibattito soprattutto tra gli economisti, che hanno provveduto formalizzazione al modello dello studioso della Columbia e sostenuto che «the use of Exit when Voice would be more efficient is not as general as Hirschman seemed to imply but it can arise under well-specified circumstances», cfr. Franzini (2016, pp. 197-215).

molti paesi occidentali stanno vivendo, appare dunque utile interrogarsi, come si farà in questo breve contributo, su come le opzioni di exit e di voice a disposizione del cittadino/elettore si vanno combinando nelle democrazie mature negli ultimi anni. La più recente stagione delle democrazie sembra dischiudere, infatti, uno scenario di tipo hirschmaniano, con un nuovo mix di disaffezione dei cittadini verso le istituzioni politiche, protesta rispetto ai processi e i risultati dei regimi democratici, rifiuto di alcuni suoi istituti e meccanismi fondamentali. Secondo l'impostazione di Hirschman, dunque, si assiste con preoccupazione alla crisi degli attori di intermediazione politica, alla crescita dell'apatia e all'allontanamento dei cittadini dalle urne elettorali: una chiara exit rispetto al politico che può nascondere critica ma anche condanna delle forme di democrazia rappresentativa tradizionali. D'altra parte l'opzione di voice sembra di recente anche affidata ai partiti populistici, che sembrano offrire un canale alternativo per esprimere la protesta e dare espressione al dissenso in forma collettiva, ma con tutte le contraddizioni di forze politiche che devono conciliare allo stesso tempo governo e spinta *anti-establishment*. A ciò si aggiunga che lo sviluppo della rete, molto utilizzata come vedremo dagli stessi partiti populistici, offre esso stesso il contrasto tra l'emergere di nuovi spazi di discussione e partecipazione politica, offrendo nuove possibilità di coinvolgimento dei cittadini ma al contempo producendo marcate spinte all'accentramento dei flussi di comunicazione e comando.

## 2. Una strategia di exit: l'astensionismo

L'astensionismo è una delle più diffuse strategie di exit da parte dei cittadini. Si tratta di un fenomeno in forte ascesa nel corso degli ultimi decenni (Fruncillo, 2004; Tuorto, 2006; 2008). I tassi di affluenza alle urne segnalano che i cittadini partecipano meno al voto: in Italia il trend è così decrescente che si passa da una percentuale del 93,4 alle consultazioni politiche del 1976 al 72,9 in quelle del 2018. In poco più di quarant'anni un quinto dell'elettorato ha abbandonato le urne, e con un ritmo che si fa sempre più intenso: si pensi che, se soffermiamo l'attenzione agli ultimi dieci anni, tra il 2008 e il 2018 il calo è di 7,6 punti.

Non è facile districare, e valutare, i fattori che concorrono all'aumento del non voto. Certamente gli elettori votano in maniera differente rispetto al tipo di consultazione elettorale cui partecipano, così che alle *second-order elections*, quali le consultazioni europee, il partito del non-voto sta divenendo quasi maggioritario. Di recente due autori americani hanno mostrato attraverso l'analisi delle consultazioni statunitensi dell'ultimo secolo che la partecipazione elettorale si correla anche con l'incertezza del voto,

vale a dire che quando l'elettore non è certo che il proprio candidato vinca ci sono maggiori probabilità che egli si rechi alle urne (Ragsdale, Rusk, 2007). Ovviamente sappiamo anche che le stesse modalità del voto, e in particolare i costi che gli elettori devono sostenere in termini organizzativi per votare, influenzano in modo sistematico i livelli di voto: negli Stati Uniti si vota meno anche per gli adempimenti burocratico-procedurali che il cittadino deve compiere prima dell'atto del voto.

Ma non è questo l'elemento di maggiore rilievo su cui insistono le indagini sull'astensionismo negli ultimi anni, che invece mettono in luce le ragioni cognitive e motivazionali che spiegano la decisione di non votare. Da una parte gli elettori, soprattutto se marginali socialmente, possono mostrare la propria distanza rispetto ai meccanismi della rappresentanza, e quindi decidere di astenersi. Oppure, ancora più importante per spiegare gli andamenti più recenti dell'astensione, in una stagione di crisi politica ed economica, una miscela di rabbia e frustrazione dell'elettorato fa crescere il numero di coloro che decidono di venir meno dall'atto di voto, sentendosi e agendo come parte estranea alle dinamiche della democrazia. Concentrando l'attenzione sui paesi europei e gli Stati Uniti è stato calcolato che un elettore su due si dice non interessato alla politica, mentre decresce il numero di coloro che ritiene essenziale vivere in una democrazia, soprattutto nelle più giovani coorti di elettori (Foa, Mounk, 2016). Se ci si sofferma sul caso italiano, i livelli di sfiducia verso politica e partiti si confermano altissimi, tanto che le indagini che si dedicano con continuità a questo problema confermano che in Italia «non esistono istituzioni “vicine” ai cittadini», e quasi una metà di essi pensa «che i partiti non servano» (Diamanti, 2018, pp. 3-4). Sembra sia in discussione uno dei capisaldi della democrazia, la rappresentanza politica, così che, se una parte della popolazione pericolosamente significativa non reputa la democrazia la migliore forma politica, una quota più che maggioritaria è scettica nei confronti dei meccanismi elettorali, o addirittura si dichiara favorevole a formule che prevedono la rimozione dei mediatori politici: si delinea dunque la scelta per l'uscita dal sistema rappresentativo così come lo conosciamo.

Alla radice dell'atteggiamento antipolitico troviamo due elementi di natura strutturale. In primo luogo le democrazie non hanno potuto più assicurare ai cittadini alti ritmi di sviluppo economico e livelli crescenti di benessere sociale, che costituivano la principale base motivazionale del consenso dei cittadini per i regimi partitocratici. Il mutato contesto economico e gli andamenti economici dei paesi occidentali non permettono, infatti, di assicurare le condizioni del passato, così che negli ultimi anni le nuove generazioni percepiscono un senso di privazione relativa rispetto a quelle precedenti.

La seconda causa strutturale attiene alla crisi dei sistemi di partito tradizionali. Come alcuni contributi classici della scienza politica confermano<sup>4</sup>, i sistemi di partito si sono per secoli articolati – o per meglio dire congelati – intorno a grandi fratture che hanno attraversato le società occidentali, dallo scontro tra datori di lavoro e operai, alla tensione tra Stato e Chiesa, o, ancora, fra centro statale e periferie. Ciò ne dettava una notevole stabilità, con i principali *cleavage* della politica novecentesca ad essere dettati da processi storici di lunga durata, quali la formazione degli Stati moderni e l'industrializzazione. Tuttavia ai nostri giorni, la perdita di salienza delle tradizionali linee di conflittualità politica ha portato i sistemi di partito a perdere di rilevanza<sup>5</sup>. In molti casi esse sono sostituite da contrapposizioni più instabili rispetto a quelle del passato (Chiaromonte, Emanuele, 2017).

In primo luogo, i sistemi di partito cambiano rapidamente rispetto alla loro prima caratteristica: il numero dei partiti cresce in quasi tutti i paesi occidentali. Anche i casi storici di bipartitismo, come quello inglese e spagnolo, non resistono alla prova del voto. Senza parlare dell'Italia, che a fronte dell'introduzione di meccanismi maggioritari di traduzione dei voti in seggi negli anni Novanta, ha lasciato riscontrare altissimi livelli di frammentazione dell'offerta elettorale, con molti partiti di nuova formazione ad affollare la scena politica. Se prendiamo in prestito l'indice effettivo del numero dei partiti politici formulato da Laakso e Taagepera – tenendo per il momento da parte altri criteri indispensabili per la classificazione dei sistemi di partito (Sartori, 1976) – si può vedere come i partiti italiani aumentino a partire dalla XI legislatura, vale a dire dal crollo dei partiti tradizionali legato a Tangentopoli. Lungo gli ultimi due decenni, infatti, il numero dei partiti cresce nonostante la definizione di nuove regole elettorali di stampo maggioritario, per chiudere con le ultime legislature che mostrano un valore dell'indice intorno a sei anche per la nascita di nuove formazioni partitiche. Marco Valbruzzi in un recente volume sul governo italiano (Valbruzzi, 2019), fa notare che l'età media dei partiti italiani cala da oltre i quaranta degli anni Ottanta, a sotto i dieci dagli anni Novanta ai nostri giorni: la probabilità che un elettore abbia oggi un'età superiore ai partiti che vota è certa, e questo segna un dato di estrema novità rispetto alle generazioni passate.

A ciò si aggiunga che muta notevolmente anche la seconda importante caratteristica dei sistemi di partito: la loro dinamica, vale a dire le relazioni reciproche tra le loro componenti. L'asse destra-sinistra risulta sempre meno saliente, tanto che leader e partiti sono alla ricerca di un consenso

4. Già nello studio comparato Lipset, Rokkan (1967).

5. Di *Parties without system* ha parlato Mauro Calise (in Passigli, 2015), presentando l'importante nesso tra personalizzazione della politica e crisi dei sistemi di partito.

trasversale, che attraversa le tradizionali appartenenze politiche. Non a caso il marketing politico orienta le campagne elettorali per tutti i livelli di governo, con un approccio molto vicino a quella teoria economica della democrazia messa a punto da Anthony Downs (1957) per gli Stati Uniti a metà del secolo scorso, e negli ultimi decenni perfettamente applicabile anche al Vecchio Continente. La volatilità elettorale è il segnale empirico principale dei cambiamenti in corso: nei termini di Hirshman, essa è una forma di *exit* dell'elettore che, data anche l'attuale destrutturazione del sistema dei partiti, tende a cambiare partito da un'elezione all'altra, invece di cercare di modificare la rotta del proprio attraverso l'opzione della *voice*. L'indagine empirica di Chiaramonte e Emanuele (2015), che prende in esame 336 elezioni nazionali in diciannove paesi occidentali, chiarisce che i livelli di volatilità nel periodo 1992-2015 sono significativamente più elevati di quelli dei due decenni precedenti: per paesi come la Francia e la Germania essi quasi raddoppiano, per l'Italia addirittura triplicano anche per il costituirsi di nuove formazioni partitiche.

Il cosiddetto "scongelo" del sistema dei partiti – processo che, come dice la stessa categoria, si immaginava lento e graduale, e invece è stato quanto mai repentino – unitamente all'incapacità dei governi democratici di garantire, in un mutato contesto internazionale, condizioni crescenti di benessere e occupazione, produce una spirale di sfiducia da parte dei cittadini. Tuttavia, come mostra una ricca e consolidata letteratura sul punto (tra i tanti Norris, 2002; Ezrow, Xezonakis, 2016), a mano a mano che crescerà il discontento tra i cittadini, si farà più concreta l'ipotesi della scelta di nuovi modi, o canali, di partecipazione politica<sup>6</sup>.

### 3. L'emergente «voice populi»

La crisi dei sistemi di partito tradizionali apre una finestra di opportunità per forze che mobilitano l'elettorato su nuovi fronti di divisione politico-sociale, come ad esempio la contrapposizione tra popolo e Palazzo: i partiti populistici fanno leva sul diffuso sentimento popolare per il quale il mondo della politica si iscrive, senza grandi distinzioni, nei confini della corruzione o del malaffare.

Il populismo è considerato lo *zeitgeist* che informa la nuova epoca politica (Mudde, 2004), per alcuni una patologia delle forme e degli ideali delle liberaldemocrazie, trasformatasi molto rapidamente da miraggio politico a problema reale (Taguieff, 1995), con una notevole capacità di

6. Sui cicli che portano dal disimpegno pubblico al coinvolgimento collettivo è proprio Hirschman a fornire una lezione magistrale in Hirschman (1982b).

contagio da paese a paese (Rooduijn, 2013). Il concetto populismo è stato il crocevia di una lunghissima riflessione politologica che si è confrontata con il problema di definire l'indefinibile: esso ha assunto una miriade di accezioni, di cui tuttavia attente analisi non hanno mancato di definire le specifiche coordinate storico-politiche<sup>7</sup>. Tante espressioni i cui punti di contatto sono la difesa del popolo contro le élite, che possono a seconda dei casi essere di tipo politico o economico (Mény, Surel, 2002), ritenute lontane e non degne di fiducia, e proprio a partire dall'esigenza di tale difesa, l'insofferenza per i limiti, procedurali e sostantivi, che le liberaldemocrazie pongono agli attori di indirizzo politico (Canovan, 1981; Taggart, 2000). Il populismo, dunque, distingue la società in due gruppi omogenei, e ricerca nella politica l'orizzonte per la realizzazione della volontà generale del popolo.

Tornando ai termini hirschmaniani, si può sostenere che il populismo fornisca un criterio molto ampio di inclusione della cittadinanza, da un lato assicurando un canale di espressione al disagio prodotto dalla crisi politica ed economica degli ultimi anni, dall'altro offrendo uno schema di competizione politica di tipo dicotomico. La voce del popolo si può levare unita perché il popolo è unificato in una comune lotta contro i potenti.

È poi da sottolineare che, nel mentre cresce sempre più la lista dei partiti definiti, o autodefiniti, populistici, dal Partito della libertà austriaco al Fronte nazionale francese, passando per i riposizionamenti in chiave populista dei partiti di più lunga durata come il partito conservatore americano di Donald Trump, sono gli stessi partiti populistici a passare dalla opzione di exit a quella di voice. Ritenuti partiti antisistema, essi hanno tentato la via elettorale negli ultimi anni conquistando in molti casi posizioni di comando (Albertazzi, 2009).

Si tratta di una contraddizione in termini ben visibile nel caso italiano, dove il populismo può attecchire facilmente per la presenza di una mentalità già da tempo presente nel nostro paese (Tarchi, 2015). Le attuali forze di governo in Italia, Lega e Movimento Cinque Stelle, hanno offerto sbocco elettorale al malcontento largamente diffuso nella cittadinanza, e poi hanno conservato anche dopo le elezioni i tratti di partito di protesta (Passarelli, Tuorto, 2018a). Tali partiti si sono incaricati, dunque, di dare espressione elettorale a quanti si sentivano disaffezionati, o anche rancorosi: come nel volume di uno dei più accreditati network di studi elettorali

7. Si consideri a tale proposito la "matrice concettuale" di *Populismo* che Annarita Crisciello propone nel volume *Concetti Chiave* (2016), in cui l'autrice inquadra l'evoluzione del populismo a seconda della sua natura ideologica o governativa e del suo ambiente di riferimento, che può essere comunitario o individualistico.

italiani, che non a caso riesuma la categoria hirschmaniana, quelle ultime del 4 marzo sono le elezioni della “vox populi” (Itanes, 2018).

Il partito di Grillo, già dalle elezioni del 2013, ha mostrato di attrarre soprattutto elettori che condividevano un’aspra critica verso il sistema politico o i partiti tradizionali, anche se ciò si poteva combinare con più concrete proposte di policy (Passarelli, Tuorto, 2018b). Le prime analisi dopo il successo nazionale riconoscono gli aspetti che fanno del “movimento” di Grillo un partito populista, sottolineandone alcuni tratti caratteristici: appello generale al popolo, identificazione dei nemici del popolo, leadership carismatica, stile comunicativo diretto, semplificazione di *issues* complesse e uso sistematico dei nuovi media (Corbetta, Gualmini, 2013). A ciò si aggiunga che un tratto caratteristico sia della piattaforma programmatica che delle strategie di azione del nuovo partito è il diffuso utilizzo delle tecnologie digitali, sia per i vantaggi che queste producono in termini organizzativi per un partito di recente formazione, sia perché la rete è sembrata sottolineare la logica di partecipazione diretta dei cittadini ai momenti più rilevanti della vita del partito, dalle candidature alla scrittura delle leggi. Tale aspettativa di partecipazione dal basso si combinava tuttavia con la forte organizzazione verticistica che assicurava il controllo rigidissimo degli iscritti<sup>8</sup>, e la gestione accentrata del partito: come è stato notato, «una sorta di panopticon per l’esercizio di un centralismo cybercratico estremamente pervasivo e persuasivo rappresenta il principale – e più geniale – contributo di Grillo alla storia dell’organizzazione partitica» (Calise, 2016, p. 82).

La Lega Nord segue invece un percorso molto diverso in quanto deriva dalla brusca trasformazione di un partito personale già esistente, a partire dal cambio di leadership da Umberto Bossi a Matteo Salvini<sup>9</sup>. Mentre la prima Lega si affermava come forza di governo nella coalizione di centro-destra sulla base della rivitalizzazione del *cleavage* territoriale, contrapponendo la Padania a Roma ladrona, Salvini segue un processo di nazionalizzazione del voto adattando programma e messaggio politico del partito all’elettorato nazionale<sup>10</sup>. Nella stessa direzione va anche la maggiore tra-

8. Anche la piattaforma del Movimento 5 Stelle dove si organizza la partecipazione diretta dei cittadini, di nome Rousseau, è di proprietà della Casaleggio Associati, l’azienda di consulenza da sempre centro decisionale del nuovo partito.

9. Il cambiamento è ribadito anche dalla decisione di modifica statutaria che, avvenuta il 26 ottobre 2018, cambia il nome del partito da Lega Nord a Lega, ed elimina il riferimento esplicito all’indipendenza della Padania come fine politico. In maniera contestuale è eliminato dal simbolo del partito Alberto da Giussano in quanto simbolo secessionista.

10. Tuttavia, secondo Passarelli e Tuorto (2018b, pp. 129-40), la Lega non è un partito nazionalista dal punto di vista dei programmi politici e delle politiche pubbliche dal momento che continua a perseguire, sul piano del governo, gli interessi delle regioni settentrionali.



sversalità sociale del messaggio della nuova Lega, che si rivolge ad un pubblico ben più ampio dell'originario nucleo piccolo-medio borghese. Matteo Salvini occupa l'agenda politica con temi molto sentiti, dall'immigrazione all'interesse nazionale in Europa, secondo una logica che insiste sulla creazione del nemico pubblico e un impianto ideologico di tipo tradizionale e sovranista. Diventa in tempo molto breve il leader più popolare in Italia grazie ad una comunicazione ibrida che concilia media tradizionali ai nuovi canali dell'informazione<sup>11</sup>, con il supporto di riconosciuti esperti del Web e sistematiche strategie di propaganda politica. Si può osservare, infatti, che alla valorizzazione dei valori tipici dell'uomo medio, che fa della Lega un partito vicino alla gente, si accompagna la progressiva verticalizzazione dei processi di comando e dei flussi di comunicazione in rete.

Entrambi i partiti che attualmente compongono la coalizione di governo mettono insieme, dunque, la piazza e la torre – per usare la coppia senese presa a prestito dallo storico Niall Ferguson nella sua recente analisi (2018) – accrescendo le possibilità di voice ma anche di controllo su di essa. Ad esempio, la strategia social di Salvini, che i suoi sostenitori chiamano la “bestia”, prevede un meccanismo di analisi scientifica di un ingente quantità di post e tweet, così da adattare i messaggi del leader ad orientamenti e pulsioni degli elettori. Un elemento di novità rispetto agli strumenti di marketing politico elettorale degli ultimi anni è l'utilizzo di post volti ad occupare spazio mediatico suscitando sentimenti negativi tra gli utenti, come rabbia, paura e aggressività, per poi analizzare in modo sistematico le reazioni e i temi emergenti. Ciò permette infine al leader di rispondere a tali orientamenti con un messaggio costruttivo, assumendo la responsabilità del cambiamento. Un elemento aggiuntivo è poi il ricorso a software generatori di profili social, che possano dare la sensazione dell'ampio consenso che circonda la Lega anche quando è ancora da costruire. La voce del cittadino si esprime così in un ambiente molto artificioso, dove è molto difficile valutare i confini dell'autonomia individuale.

#### **4. Un nuovo pubblico**

I partiti populistici offrono un canale di espressione a cittadini disaffezionati o rancorosi rispetto alla politica, portando alle urne elettori che avrebbero alimentato il fenomeno dell'astensionismo. La voce degli elettori

11. L'incremento del consenso alla Lega nei primi sei mesi del governo è uno dei più alti mai registrato nella storia dei partiti occidentali, stimato dai sondaggi più accreditati intorno al 100%. La Lega arriverebbe, infatti, al 35% a fronte di un risultato elettorale del 17,4% alla Camera; cfr. Pagnoncelli (2018).

sembra allontanarsi però dall'ideale hirschmaniano. Dal punto di vista normativo lo studioso considera la voce come un tentativo di cambiare la realtà invece che respingerla, presupponendo un determinato tipo di cittadino, autonomo e orientato «at changing the practices, policies, and outputs of the form from which one buys or of the organization to which one belongs» (Hirshman, 1970, p. 30). Il contesto del populismo contemporaneo contiene invece elementi di assoluta novità rispetto al recente passato democratico, che stridono con i presupposti di Hirshman.

In primo luogo, mentre il comportamento elettorale sembrava affidato a meccanismi di costruzione del consenso – si veda per il suo valore paradigmatico la tipologia di voto contenuta nell'*America Voter* e la sua discussione<sup>12</sup> –, leader e partiti populistici fanno leva sul dissenso, sull'opposizione del popolo alle élite politiche ed economiche, se non su atteggiamenti di aperta indignazione o rabbia, che non necessariamente troveranno sbocco in atteggiamenti costruttivi.

Sono poi gli stessi partiti populistici a essere sospesi tra posizioni di aperta opposizione all'*establishment* e impegno di governo, dal momento che sono riusciti di recente a penetrare le istituzioni e a controllare i governi democratici. Diamanti e Lazar (2018) identificano in questo cambiamento un nuovo stadio della democrazia, chiamato “popolocrazia”, nel quale i partiti populistici, anche se contestano in modo spettacolare e perfino nelle aule parlamentari il sistema politico, «alla fin fine, nonostante le ostruzioni che provocano, contribuiscono al suo funzionamento» (ivi, p. 91), soprattutto nella fase elettorale, nella quale, come visto, portano gli elettori alle urne. Tuttavia, dopo le consultazioni non è così facile prevedere, vista la novità del fenomeno politico, quale parte della loro dimensione contestataria i partiti populistici conserveranno.

Se Hirschman sostiene che la voce è la «provincia della politica», bisogna infine interrogarsi sui cambiamenti intervenuti nel processo di articolazione degli interessi. Per soffermarci con le differenze con la fase precedente, il sondaggio era stato per la seconda repubblica non solo uno degli strumenti della propaganda politica ma anche un simbolo del rapporto tra leader e pubblico. Con i primi a porre i temi nell'agenda mediatica e le preferenze dei cittadini ad essere aggregate in responsi maggioritari. L'ambiente mediale della nuova fase politica è invece sempre più il Web, pur se ibridato con altri canali di comunicazione. Da una parte la rete è parte-

12. Una sintesi e aggiornamento della celebre tipologia di Campbell *et al.* (1980) è nel capitolo di Di Gregorio (2016, pp. 109-18). Alle tradizionali modalità di voto (appartenenza, opinione e scambio) si aggiungeva il “voto carismatico”, capace di tenere conto dell'irrompere dei partiti personali nelle democrazie contemporanee, e il delinearsi di una nuova forma di appartenenza degli elettori, non più verso i partiti ma verso i leader.

cipativa, permette l'integrazione tra i cittadini e la discussione pubblica: ciò che agli albori ha entusiasmato tanti analisti che annunciavano il costituirsi postmoderno di una sfera pubblica habermasiana, quale novella Atene digitale. D'altra parte, però, a mano a mano che la rete si sviluppa – siamo infatti appena agli inizi di una rivoluzione che si può paragonare per ritmo e intensità solo a quella di Gutenberg – le nuove tecnologie influenzano la quotidianità dei cittadini. Diventano più pervasive nell'orientarne le opinioni, ma anche nel determinarne le percezioni (non a caso il collegamento tra performance governativa e incremento/decremento del consenso si sta spezzando negli ultimi anni). Sull'idea che un cittadino possa rispondere al deterioramento di una organizzazione con la propria voce digitale si infrangono meccanismi di influenza mediale difficilmente arginabili.

### Riferimenti bibliografici

- ALBERTAZZI D. (2009), *Reconciling 'voice' and 'exit': Swiss and Italian populists in power*, in "Politics", 29, 1, pp. 1-10.
- CALISE M. (2015), *Parties without system*, in S. Passigli (a cura di), *La politica come scienza. Scritti in onore di Giovanni Sartori*, Passigli Editore, Firenze.
- ID. (2016), *La democrazia del leader*, Laterza, Roma-Bari.
- CAMPBELL A., CONVERSE P. E., MILLER W. E., STOKES D.E. (1980), *The American Voter*, University of Chicago Press, Chicago.
- CANOVAN M. (1981), *Populism*, Houghton Mifflin Harcourt, Boston.
- CHIARAMONTE A., EMANUELE V. (2017), *Party system volatility, regeneration and de-institutionalization in Western Europe (1945-2015)*, in "Party Politics", 25, 4, pp. 376-88.
- CORBETTA P., GUALMINI E. (a cura di) (2013), *Il partito di Grillo*, il Mulino, Bologna.
- CRISCITIELLO A. (2016), *Populismo*, in M. Calise, T. J. Lowi, F. Musella (a cura di), *Concetti chiave. Capire la Scienza Politica*, il Mulino, Bologna, pp. 191-9.
- DIAMANTI I. (2018), *Italia, un paese senza fiducia. Ma che scommette sull'impegno*, in DEMOS&PI, *Gli italiani e lo Stato*, Rapporto 2017.
- DIAMANTI I., LAZAR M. (2018), *Popolocrazia. La metamorfosi delle nostre democrazie*, Laterza, Roma-Bari.
- DI GREGORIO L. (2016), *Elezioni*, in M. Calise, T. J. Lowi, F. Musella (a cura di), *Concetti Chiave. Capire la Scienza Politica*, il Mulino, Bologna, pp. 109-18.
- DOWDING K., JOHN P. (2012), *Exits, voices and social investment: Citizens' reaction to public services*, Cambridge University Press, Cambridge.
- DOWNS A. (1957), *An economic theory of democracy*, Harper, New York.
- EZROW L., XEZONAKIS G. (2016), *Satisfaction with democracy and voter turnout: A temporal perspective*, in "Party Politics", 22, 1, pp. 3-14.
- FERGUSON N. (2018), *The square and the tower: Networks and power, from the free-masons to Facebook*, Penguin, London.

- FOA R. S., MOUNK Y. (2016), *The democratic disconnect*, in "Journal of Democracy", 27, 3, pp. 5-17.
- FRANZINI M. (2016), *Efficient institutions: The role of exit and voice*, in "Research in the History of Economic Thought and Methodology", Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 197-215.
- FRUNCILLO D. (2004), *Urna del silenzio: l'astensionismo elettorale in Italia*, Ediesse, Roma.
- GALLINO L., ZAMAGNI S. (1983), *Review: «Lealtà, defezione e protesta; rimedi alla crisi delle imprese, dei partiti e dello Stato» by Albert O. Hirschman*, in "Stato e mercato", 7, pp. 155-64.
- GEHLBACH S. G. (2006), *A political model of exit and voice*, in "Rationality and Society", 18, 4, pp. 395-418.
- HIRSCHMAN A. O. (1974), *Exit, voice, and loyalty: Further reflections and a survey of recent contributions*, in "Information (International Social Science Council)", 13, 1, pp. 7-26.
- ID. (1982a), *Lealtà, defezione, protesta. Rimedi alla crisi delle imprese dei partiti dello stato*, Bompiani, Milano (ed. or. *Exit, voice, and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and states*, Harvard University Press, Cambridge 1970).
- ID. (1982b), *Shifting involvements: Private interest and public action*, Princeton University Press, Princeton (trad. it. *Felicità privata e felicità pubblica*, il Mulino, Bologna 1983).
- ID. (1993), *Exit, voice, and the fate of the German Democratic Republic: An essay in conceptual history*, in "World Politics", 45, 2, pp. 173-202.
- ITANES (a cura di) (2018), *Vox populi. Il voto ad alta voce del 2018*, il Mulino, Bologna.
- JOHN P., DOWDING K. (2016), *Spanning exit and voice: Albert Hirschman's contribution to political science*, in "Research in the History of Economic Thought and Methodology", Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 175-96.
- LIPSET S. M., ROKKAN S. (1967), *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*, The Free Press, New York-London.
- MÉNY Y., SUREL Y. (2002), *Populismo e democrazia*, il Mulino, Bologna.
- MUDDE C. (2004), *The populist zeitgeist*, in "Government and Opposition", 39, 4, pp. 541-63.
- NORRIS P. (2002), *Democratic Phoenix: Reinventing political activism*, Cambridge University Press, Cambridge.
- PAGNONCELLI N. (2018), *La Lega sale al 34,7% e il 16% dei nuovi voti viene dal M5S (che è crollato al Nord)*, in "Corriere della Sera", 3 novembre.
- PASQUINO G. (2014a), *Hirschman politologo (per necessità e virtù)*, in "Moneta e Credito", 67, 266, pp. 167-89.
- ID. (2014b), *Politica e istituzioni*, Egea, Milano.
- PASSARELLI G., TUORTO D. (2018a), *La lega di Salvini. Estrema destra di governo*, il Mulino, Bologna.
- ID. (2018b), *The Five Star Movement: Purely a matter of protest? The rise of a new party between political discontent and reasoned voting*, in "Party Politics", 24, 2, pp. 129-40.

- PASSIGLI S. (a cura di) (2015), *La politica come scienza. Scritti in onore di Giovanni Sartori*, Passigli Editore, Firenze.
- PETER J. (2017), *Finding exits and voices: Albert Hirschman's contribution to the study of public services*, in "International Public Management Journal", 20, 3, pp. 512-29.
- RAGSDALE L. E., RUSK J. G. (2007), *The American nonvoter*, Oxford University Press, Oxford.
- ROODUIJN M. (2013), *A populist Zeitgeist?: The impact of populism on parties, media and the public in Western Europe*, Universiteit van Amsterdam [Host].
- SARTORI G. (1976), *Parties and Party Systems: A framework for analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.
- TAGGART P. (2000), *Populism*, Open University Press, Buckingham.
- TAGUIEFF P.-A. (1995), *Political science confronts populism: From a conceptual mirage to a real problem*, in "Telos", 103, pp. 9-43.
- TARCHI M. (2015), *Italia populista. Dal qualunquismo a Beppe Grillo*, il Mulino, Bologna.
- TUORTO D. (2006), *Apatia o protesta?: l'astensionismo elettorale in Italia*, il Mulino, Bologna.
- ID. (2008), *Il primo motore del cambiamento: l'astensionismo*, in Itanes (a cura di), *Il ritorno di Berlusconi: vincitori e vinti nelle elezioni del 2008*, il Mulino, Bologna.
- VALBRUZZI M. (2019), *Il governo tra frammentazione e destrutturazione partitica*, in F. Musella (a cura di), *Il Governo in Italia. Profili costituzionali e dinamiche politiche*, il Mulino, Bologna, pp. 295-318.

