

Il monitoraggio dell'opinione pubblica per le Olimpiadi Invernali del 2006: eredità e comunicazione

Sergio Scamuzzi
Università di Torino

Perché monitorare?

Nella storia del fenomeno olimpico, anche in quella più recente delle olimpiadi invernali, è ormai da tutti riconosciuto il crescente ruolo dell'eredità olimpica nella sua variegata composizione, includente non solo impianti da riutilizzare, a fronte di e in conseguenza dei costi dell'evento accresciutisi fino a proporzioni non più compatibili con i ricavi immediati dell'evento stesso per i suoi organizzatori e per il territorio ospitante nel breve periodo della sua durata. Crescente è quindi la preoccupazione che per un territorio ospitante l'evento olimpico abbia solo un effetto pulsar che lasci dopo poco tempo il deserto.

Altrettanto riconosciuta e scontata è ormai, anche per le Olimpiadi invernali, la loro natura di Megaevent e la conseguente necessità di coinvolgimento della popolazione, locale ed esterna nella partecipazione diretta, e mondiale per l'audience televisivo, onde trarre il massimo utile del megaevent, sia per il suo successo nell'immediato sia per la notorietà che riverbera sul territorio ospitante su di un più lungo periodo.

Questi cambiamenti si riflettono nella attività di monitoraggio dell'opinione pubblica delle Olimpiadi e richiedono di spostarne l'attenzione e l'orientamento, rispetto ad esperienze di sondaggi condotti in passato, centrati sull'aspettativa e sul gradimento dell'evento sportivo, i suoi particolari valori e la sua componente agonistica nazionale,¹ e di prendere in una maggiore considerazione l'eredità olimpica e la valutazione della comunicazione del Megaevento connessa. Chi sta effettuando il monitoraggio torinese ha assunto con decisione questo orientamento, di prendere sul serio la nuova problematica delle Olimpiadi, sollecitato a ciò anche dal fatto che essa è entrata anche nella politica locale, nel dibattito politico, nei giornali, nella sensibilità diffusa.

Lo specifico della candidatura torinese è infatti che si fanno le Olimpiadi perché sono un catalizzatore e acceleratore di trasformazione economica e sociale dell'area interessata in cui è impegnato il governo locale. I casi di altre Olimpiadi come Barcellona e Sidney sono quindi i più confrontabili, altri meno, o sono confrontabili sotto altri aspetti.

Il monitoraggio attiva un ciclo virtuoso dell'opinione pubblica, tra la popolazione che si esprime attraverso di esso, la stampa e i responsabili della organizzazione olimpica e del governo locale che reagiscono ai risultati e commissionano le indagini che si succedono nel tempo, gli studiosi che portano in essi l'esperienza cumulata dalle ricerche su altre olimpiadi. Poiché le Olimpiadi diventano un caso di evento promotore di un territorio, l'esperienza del monitoraggio promette di lasciare essa stessa un'eredità in un Centro permanente di ricerca presso l'Università.² Finanziato da Città e Regione al Dipartimento di scienze sociali dell'Università, soggetto terzo indipendente rispetto agli organizzatori e ai responsabili, è esso stesso un aspetto della governance dell'evento.

Tendenze e scoperte: un aggiornamento

Il monitoraggio consiste in una survey ripetuta annualmente nel 2002,2003,2004 e in prospettiva nel 2005 e 2006 su campioni di 900 persone intervistate col metodo Cati tra i residenti della città di Torino e delle Valli interessate alle Olimpiadi, coordinate da Chito Guala e Sergio Scamuzzi, del Dipartimento di scienze sociali dell'Università.

Un consenso plebiscitario dell'opinione pubblica non è mai venuto meno, espresso da vari indicatori di favore e orgoglio per la candidatura vinta, fiducia nel successo degli atleti e nella prestazione degli enti locali organizzatori., che non scendono mai al disotto dei 4/5 della popolazione. Con l'avvicinarsi dell'evento e dei problemi connessi si manifesta una lieve riduzione dei consensi meno forti accanto ad un rafforzamento o consolidamento dei più forti, tendenza più accentuata nelle valli che in città.

% consenso	2002	2003	2004	Differenza sui tre anni
Molto favorevoli residenti città	78	79	80	+2

¹ Ch. Guala, Can we monitor Mega events?The case of winter Olympic games Torino 2006, in E.Tacchi, Sustainability,development and environmental risk, Foxwell & Davis, London, 2004.....

² Si tratta del centro Omero (Olympics and Megaevents Research Observatory) . Info su www.omero.unito.it

Torino 2006 voglia di Olimpiadi. Domande e risposte sui Giochi e la loro eredità.

Intervento di Sergio Scamuzzi

Abbastanza favorevoli città	14	17	10	-4
Molto favorevoli residenti valli	70	76	76	+6
Abbastanza favorevoli valli	20	16	14	-6

Specie nelle fasi iniziali tale consenso ha molto confortato l'élite di governo locale che aveva promosso l'assegnazione a Torino scommettendo su di esso senza poterlo verificare in anticipo. Ancor più confortanti sono state le attese specifiche collegate al consenso generale

Sono molto attesi infatti dalla popolazione dei vantaggi che alimentano tale consenso: infrastrutture, visibilità dei luoghi, turismo, occupazione, guadagni, rilancio della città e delle valli. Un'opinione condivisa anche dagli strati marginali (ad es. gli anziani) ben percepisce la portata mediatica del megaevento e le sue ricadute possibili

Le preoccupazioni in grado di ridurre un poco questo favore, ove si traducessero in fatti precisi, sono le spese eccessive pubbliche e private, la corruzione e impianti inutilizzabili dopo l'evento.³ È interessante notare che la percezione del rischio di danni irreversibili all'ambiente è riequilibrato dall'attesa di una sua valorizzazione che rientra invece tra i vantaggi attesi da molti. Le preoccupazioni e i problemi sono presenti alla parte più colta dell'opinione pubblica il cui consenso alle Olimpiadi è più critico, una sorta di voto legato all'opinione razionale più che all'identità locale e all'immaginario olimpico.

Le olimpiadi sono un fenomeno mediatico ma non solo: la voglia di partecipare in prima persona come volontari e spettatori nei luoghi è notevole. Le olimpiadi sono viste non solo come fatto sportivo ma anche culturale, il che offre la possibilità di un pubblico aggiuntivo a quello dei tifosi e degli amanti degli sport invernali in genere, proveniente anche da settori inaspettati di popolazione (ad es. numerose casalinghe adulte)

I problemi pratici della realizzazione dell'evento – di accesso all'evento ma anche di impatto territoriale ed economico – sono ben presenti e motivo di attenta valutazione, insieme con la varietà dell'offerta sportiva e spettacolare dell'evento. Ne nasce un'esigente domanda di informazione di consistenti strati di popolazione che apprezza e valorizza molto il contributo dei media locali, mentre i media nazionali e internazionali assolvono un'altra funzione, più legata all'evento sportivo in senso stretto e alla sua notorietà, oggetto però di altrettanta sollecitazione quando essi appaiono carenti.⁴ La domanda di informazione non proviene da un pubblico indifferenziato ma da target diversi, talora controintuitivi e appare soggetta a rapida saturazione con l'approssimarsi dell'evento.

Nel tempo si verifica infatti un processo di apprendimento. Aumenta e migliora l'informazione complessivamente a disposizione del pubblico e da esso percepita circa i luoghi e le modalità dell'evento, anche quella dei luoghi inizialmente meno noti. Migliora la conoscenza e attenzione agli sport minori: curling diventa una parola meno strana per esempio. Lo stereotipo sport invernale = sci si allenta. La comunicazione sulle olimpiadi quindi sortisce effetti, quanto meno sulla conoscenza. Il processo di apprendimento può nel contempo confermare il consenso e renderlo più attento e critico verso l'eredità olimpica e i rischi di non raccoglierla, come sta accadendo sia pure in misura marginale nella popolazione interessata dal monitoraggio in atto.

Il follow up delle olimpiadi

Il follow up delle olimpiadi inizia presto perché l'organizzazione dell'evento olimpico procede per tappe caratterizzate da problemi e impatti sociali e culturali specifici di ognuna e il monitoraggio deve tenerne conto, modificando una parte del questionario che consta di una parte fissa per valutare i trend e di una parte più mobile. Le principali novità introdotte e man mano per accompagnare l'evento riguardano: la propensione al volontariato e la previsione di partecipazione diretta che non darebbe luogo a risposte attendibili se chiesta a eccessiva distanza dall'evento, la propensione ad investire e competere degli operatori economici locali, necessaria a completare il ruolo degli enti pubblici, l'attenzione del pubblico a manifestazioni affini o collaterali all'evento intervenute man mano, i problemi emergenti (ad es. transfrontalieri, nella zona alpina)..

³ Elaborazioni statistiche in tal senso in A. Segre e S. Scamuzzi, a cura di, *Aspettando le Olimpiadi*, Roma, Carocci, 2004, parte I, contributi di Guala e Scamuzzi

⁴ Ibidem.

Torino 2006 voglia di Olimpiadi. Domande e risposte sui Giochi e la loro eredità.

Intervento di Sergio Scamuzzi

Tra i problemi emergenti particolare rilievo ha assunto gradualmente il rapporto tra la città di Torino e le Valli, un problema meno presente ad altre Olimpiadi realizzate da città più piccole e a vocazione più direttamente montana: l'opinione pubblica a maggioranza giudica favorevolmente la sinergia ma non manca di cogliere una possibile divaricazione di interessi e soprattutto di ricavi che possono premiare un'azione più efficace della città.

Col procedere della preparazione dell'evento la survey non è più la sola fonte di informazione. Diventano significativi i dati provenienti da altre fonti di informazione sulla temperatura dell'opinione pubblica quali i test event e gli ascolti televisivi di manifestazioni paragonabili per quanto riguarda l'evento sportivo in quanto tale. Con l'ultimo sondaggio sul postolimpiadi si renderà poi necessaria una valutazione di bilancio e prospettive più ampia, grazie anche alla possibilità avuta di verifica sul campo delle previsioni (con qualche analogia coi sondaggi elettorali). La maggior attenzione alla comunicazione e all'evento sportivo rispetto alla legacy in questa ultima fase non significherà riduzione della rilevanza attribuita a quest'ultima poiché la valutazione di questi eventi da parte della opinione pubblica dipende, come si è visto, anche dalla credibilità della sua legacy e delle soluzioni ai problemi di impatto sul territorio.

Gli usi sociali e politici del monitoraggio

La verifica di un consenso, come abbiamo detto prima, conforta l'autorità politica responsabile dei Giochi e ne legittima l'azione. La registrazione di preoccupazioni rafforza i caveat dell'azione. Il monitoraggio è una sorta di illuminismo delle Olimpiadi. Invernali⁵ e a questa funzione stampa e media hanno collaborato validamente nella maggior parte dei casi.

Il fatto che i risultati del monitoraggio siano veicolati in prima battuta soprattutto dai giornali in qualche caso ha consentito al dissenso localistico di manifestarsi, appoggiandosi all'ignoranza della statistica di taluni giornalisti più anziani, con la formula retorica del dubbio metodologico sui sondaggi. Altri hanno usato la tecnica più consueta della estrazione di una singola risposta dal contesto delle risposte, che le conferisce significato, per dare un quadro più coerente con lo stereotipo tutto positivo o negativo da difendere da ogni possibile smentita. L'uso televisivo talora ha tratto slogan schematici dalle risposte, prestandosi di più al mancato approfondimento.

In definitiva il sondaggio presta un linguaggio e una retorica alle controversie tra gli opinion makers. Il sondaggio non sostituisce l'attività dei gruppi di pressione favorevoli o contrari alle Olimpiadi o a qualche loro aspetto specifico, e alle loro espressioni mediatiche, spesso limitandosi di fatto a offrire loro un linguaggio e un'argomentazione. Tuttavia è pur sempre una forma di conoscenza della realtà scientificamente controllata e simula un'assemblea democratica a cui tutti hanno avuto lo stesso diritto di parola. Può essere usato populisticamente per consolidare una dittatura della maggioranza ma può essere anche una voce in più e non delle meno importanti per la formazione dell'opinione pubblica. La scelta dei ricercatori è di farne una voce dell'opinione pubblica che ha trasmesso un consenso informato elevato ma non acritico, attento alla questione dell'eredità, dell'identità dei territori e della loro comunicazione, e contribuire così all'esercizio di una responsabilità sociale da parte di chi promuove le Olimpiadi.

ABSTRACT

Monitoring public opinion for the Winter Olympics 2006: legacy and communication – by Sergio Scamuzzi, University of Turin

The monitoring is made with a trend survey that interviews a sample of 900 people both in Turin and in the Alp Valleys with a slightly different questionnaire in the last months of the years 2002,2003,2004. Other surveys are coming in 2005 and 2006.. Chito Guala & Sergio Scamuzzi, Omero Center of the University of Turin, lead the monitoring. The core of the monitoring is legacy and communication that overwhelmed the attention to the sport events in itself of past experiences. Such problems become the center of attention for public opinion, as a consequence of growing costs of Winter Olympics. However the contents of monitoring evolve while following the process of organization, before and in the immediate aftermath. A process of learning emerges from the trend analysis of communication effect on public opinion, that becomes better informed and capable of both overwhelming and critical consent, The communication rises attention on formerly less known winter sports and places. Risks and opportunities offered by the legacy of Games on territory, local development, place image, natural environment, are carefully evaluated by the public opinion. Their monitoring may rise social responsibility of the organizers.

⁵ La valutazione trae spunto da un dibattito periodicamente rinnovantesi: P.Ceri, a cura di, *Politica e sondaggi*, Torino, Rosenberg & Sellier, 1998 e C.Saraceno, 'A che cosa serve la sociologia, *Il Mulino* 2004,3