

Apertura

Racconti dell'Italia elettorale

di Christian Ruggiero

La televisione rimane il primo mezzo di informazione degli italiani, specialmente in periodo di campagna elettorale¹. Si tratta di un dato la cui continuità nel tempo giustifica e rende particolarmente *pregiate* le analisi di Osservatori e Gruppi di ricerca, fra cui Mediamonitor Politica, che, in occasione delle competizioni nazionali, si pongono l'obiettivo di monitorare l'*offerta* di comunicazione politica in tv. Forse sperando segretamente di arrivare a confutare la centralità del mezzo nel menu di approvvigionamento informativo dei cittadini-elettori.

Nell'affrontare i quaranta giorni della campagna del 2008, da lunedì 3 marzo a venerdì 11 aprile, è dunque stato costruito un palinsesto dell'approfondimento politico in televisione, composto delle maggiori trasmissioni Rai (*Annozero*, *Ballarò*, *In Mezz'ora*, *Porta a Porta*, *Primo Piano*, *Speciale Tg1*, *Telecamere*, *Tg2 Punto di vista / L'Intervista*, *Tv7*), della ormai consuetamente ridotta offerta di Mediaset (*Matrix*), e della sempre ricca scelta de La7 (*L'infedele*, *Niente di Personale*, *Omnibus*, *Otto e Mezz'ora*). Con uno sguardo trasversale alle trasmissioni che si orientavano maggiormente nell'ambito dell'infotainment, ma la cui storia o la cui struttura lasciavano "sperare" uno *sconfinamento* nella politica (*Le invasioni barbariche*, *UnoMattina*).

Le elezioni politiche del 2008, tuttavia, presentano alcuni tratti estremamente peculiari, che si sono trasformati in altret-

¹ Si veda in proposito il noto studio del CENSIS, *Elezioni 2009. Come si sono informati gli italiani*, la cui documentazione disponibile è raggiungibile sul sito dell'Istituto all'indirizzo <http://www.censis.it/>. Anche per le successive elezioni Regionali, lo stop di un mese alla trasmissione di talk di approfondimento politico in Rai ha portato, nelle riflessioni di diversi commentatori, a una campagna ancor più "televisiva", centrata sulle polemiche sulla libertà di informazione e sul rinnovato protagonismo dei conduttori. Cfr Diamanti, 2010.

tanti interrogativi di ricerca per dare risposta ai quali la scelta delle trasmissioni come unica unità di misura dell'analisi è parsa insufficiente. Il continuo riferimento al *nuovo*, leit-motiv della politica italiana della Seconda Repubblica, viene declinato con una inedita molteplicità di sfumature: è *nuovo* il maxipartito del Popolo della Libertà, la cui pietra fondativa era stata posta dall'inossidabile Silvio Berlusconi ritto sul predellino di una Mercedes in Piazza San Babila a Milano nel novembre dell'anno prima. È *nuovo* il Partito Democratico, realizzazione del sogno ulivista di una casa per tutti i riformisti, il cui segretario Walter Veltroni lancia la sfida al pluridecorato leader del centrodestra in virtù di una legittimazione popolare di oltre due milioni e mezzo di voti ottenuti nelle primarie dell'ottobre 2007. È *nuova* la necessità per il centro di Pier Ferdinando Casini e per la sinistra di Fausto Bertinotti di *ballare da soli*, in una competizione che è spesso sembrata giocata più contro gli ex alleati di coalizione che contro i nemici naturali dell'*altra parte della barricata politica*. È *nuova* la presenza di una candidata alla Presidenza del Consiglio, una donna che forse non ha davvero in mano le redini del suo partito ma certamente rappresenta una scelta comunicativa innovativa ed efficace, Daniela Santanchè. È *nuova*, infine, l'arena in cui questi personaggi si scontrano, uno spazio politico apparentemente semplificato, in cui la logica del *voto utile* sembra ridurre i partiti "minori" a comprimari di una competizione al cui centro si fronteggiano i due grandi partiti di recente fondazione.

Da un lato, quindi, è stato realizzato un monitoraggio "di sfondo" delle trasmissioni di approfondimento politico, attraverso una scheda strutturata al fine di identificare l'agenda della trasmissione, i criteri di selezione degli ospiti, gli stili di conduzione dei "padroni di casa", gli elementi di *resistenza* e di *innovazione* dei diversi format.

Il focus della ricerca è stato però centrato su un'analisi dei diversi stili e linguaggi comunicativi delle cinque personalità individuate a monte come capaci di "dare la linea" alla campagna. Il percorso elettorale dei cinque leader è stato *seguito* in te-

levisione, cercando di evidenziare le sinergie messe in atto con i più tradizionali appuntamenti sul territorio, e con le nuove forme di mobilitazione politica sul web.

Le performance televisive dei candidati premier sono state rilevate attraverso una scheda di analisi del contenuto, volta ad individuare elementi quali la posizione del candidato sulle diverse issues, l'individuazione di cause e responsabilità o l'individuazione di programmi o soluzioni per le problematiche poste dal dibattito in studio, l'uso di specifiche parole-chiave, slogan o metafore. In particolare, gli *speech* dei cinque personaggi sono stati trascritti per essere sottoposti ad un'analisi linguistica, volta a *svelare* ricorrenze lessicali e sistemi metaforici prevalenti di ogni leader.

I capitoli che seguono rendono quindi conto del *racconto* della campagna elettorale del 2008 a partire da una panoramica su temi e personaggi che hanno dato vita allo *spettacolo della politica in tv* (cap. 1), per poi concentrarsi su cinque analisi in profondità del percorso televisivo, delle scelte strategiche e mediatiche, delle *parole* che hanno accompagnato la campagna elettorale di Silvio Berlusconi (cap. 2), Walter Veltroni (cap. 3), Pier Ferdinando Casini (cap. 4), Fausto Bertinotti (cap. 5), Daniela Santanchè (cap. 6).

Nei fatti, la distinzione artificialmente introdotta tra i candidati "maggiori" e minori trova conferme negli ampi spazi di sovrapposizione che caratterizzano i contributi dedicati alla campagna elettorale di Berlusconi e Veltroni, da una parte, e dei candidati dell'Udc, de La Sinistra L'Arcobaleno e de La Destra dall'altra.

Berlusconi e Veltroni oppongono due diverse *narrazioni* dell'Italia elettorale del 2008, generate attorno al topos dell'opposizione e dell'armonia tra le "due Italie". Il primo, soffermandosi sugli elementi chiave nella teoria del racconto elaborata da Vladimir Propp, procede alla descrizione di un equilibrio iniziale rotto dalla *tragedia* dell'amministrazione della sinistra, i cui epifenomeni sono la gestione della crisi Alitalia e l'emergenza rifiuti a Napoli, ma il cui reale protagonista è Wal-

ter Veltroni. All'*illusionista* che cerca di mascherare a parole la sua compromissione con la fallimentare storia, passata e recente, del comunismo italiano, si contrappone un *eroe* in grado di far uscire il paese dalla situazione di rischio e incertezza grazie a una soluzione che ha qualcosa della *certezza* di una formula matematica. La "storia" raccontata da Veltroni, invece, cerca la distanza con i toni tragici della competizione politica, e la vicinanza con le attese degli italiani, ottenuta virtualmente attraverso la *compresenza* nelle piazze della penisola, nelle case degli artigiani di Perugia o degli agricoltori di Bologna. Al racconto del suo viaggio attraverso l'Italia si affianca poi uno stile retorico che trova la sua sintesi nell'inclusività del "ma anche", della scommessa di tenere realmente insieme centro e sinistra, Nord e Sud, operai e imprenditori.

Il posizionamento (o riposizionamento) simbolico è invece la cifra unificante delle esperienze di Casini, Bertinotti e Santanchè. Il primo, forte dell'identità con la cultura e i valori del suo partito, gioca sulla *differenza* tra una proposta realmente centrista e le offerte politiche che da fronti opposti puntano al centro con le medesime armi e strategie, al punto da poter sovrapporre perfino i visi di Veltroni e Berlusconi nel mostro *Veltrusconi*. Il leader dell'Arcobaleno cerca di guadagnare il terreno perduto con l'abbandono dello storico marchio della falce e martello impugnando il *bisogno di sinistra* di una società che non può e non deve fare a meno dei valori del solidarismo e dell'ambientalismo, di un'offerta nuova che non può dimenticare gli insegnamenti del passato, comprese le massime di Deng Xiaoping. Il compito della Santanchè è allargare il numero dei consensi de La Destra affiancando alle rudi prese di posizioni storaciane la sua capacità di *farsi valere* come donna, come difensore e sponsor della gioventù, come personaggio così ricco di *seduzione* da entrare, attraverso la satira, di diritto nell'immaginario politico italiano del 2008.

Il contributo dell'analisi dei sistemi metaforici e dei frame rintracciabili nelle *parole della politica* è completato da un'analisi specifica del modo in cui tali elementi hanno costruito le im-

magini dei cinque leader (cap. 7). L'interazione fra i sistemi metaforici insiti nella comunicazione di un candidato contribuiscono a definire la sua visione del mondo o, più semplicemente, quella che si propone di trasmettere, e la convenzionalità di tali sistemi è un indicatore interessante della *novità* dell'offerta politica, in quanto argomentazioni "nuove" possono nascondere in realtà strategie comunicative già ampiamente praticate nel passato.

Chiude il volume un focus sull'offerta politica rivolta a una fetta di elettorato la cui importanza è stata confermata dalle più recenti tornate elettorali nazionali, gli italiani all'estero. Basandosi su un'analisi dei siti dei candidati all'estero condotta nei mesi di marzo ed aprile 2008 attraverso un'apposita scheda di rilevazione, l'analisi proposta nell'ottavo capitolo offre lo spunto per una riflessione sullo stato d'avanzamento della *politica in rete* nel nostro paese.

La realtà universitaria dell'Osservatorio Mediamonitor Politica *vive* e investe sin dalla sua fondazione nel 1994 sulla centralità degli studenti, e sulla vocazione di essere un laboratorio di avviamento alla ricerca per giovani studiosi di comunicazione. È quindi d'obbligo riconoscere il contributo di quanti hanno partecipato alle attività di ricerca, nell'analisi dei programmi di approfondimento, delle performance e del linguaggio dei cinque leader: Anna Argiolas, Olga Bavusotto, Antonia Boccasile, Domenica Cali, Federica Carrafiello, Katia Caselli, Davide Caucci, Daniela Cauteruccio, Francesca Coratti, Claudia Costigliola, Federica D'Amato, Silvia De Caris, Lorena De Luca, Manuela Del Gobbo, Annarita Digiorgio, Enrica Farnese, Ottavia Fasolo, Gabrio Ferraro, Donatella Fiorentino, Matteo Flenghi, Marco Fratini, Raffaele Fresolone, Rosanna Grano, Elena Guerra, Daniele Impieri, Paolo Magnano, Lilianna Mandatori, Ania Maslova, Massimiliano Nespola, Eleonora Palladino, Lorenza Palombaro, Gaetano Pepe, Emanuela Randelli, Alessia Romano, Ilaria Maria Ruffini, Alfredo Santucci, Paolo Sorrentino, Marta Tarquini, Pompeo Torchia.