

Le primarie 2012 del Centrosinistra

Quali voci per la costruzione del discorso politico

Serena Gennaro, Daniele Pitrelli, Alessandro Testa¹

Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma

mediamonitor@uniroma1.it

Le Primarie come risposta alla crisi della partecipazione

Il calo di partecipazione alla vita politica, la diminuzione degli iscritti ai partiti e la crisi di fiducia risultano tra i dati maggiormente significativi al fine di comprendere le attuali dinamiche del panorama politico italiano e il rapporto di questo con l'elettorato. Gli scandali politici, privati e finanziari che hanno coinvolto anche membri del Partito Democratico hanno contribuito ad alimentare quel senso di sfiducia, in particolare nei confronti dell'istituzione-partito e della classe dirigente nel suo complesso, ritenuta incapace di affrontare sfide economiche e politiche. In questo contesto, come già sottolineato da Mény e Surel², hanno assunto un peso sempre maggiore tre dinamiche che risultano fondamentali al fine di leggere i cambiamenti nei rapporti tra elettori e partiti: l'indebolimento della capacità di mediazione dei partiti di massa, il peso crescente della leadership personale e la crescita dell'influenza dei media sulla politica.

Per quel che riguarda il contesto italiano, a fronte di un Centrodestra sostanzialmente compatto, almeno fino al 2013, dietro un'incarnazione da manuale della leadership personale³, sul versante opposto dell'arco politico, nel passaggio dal Pci al Pds ai Ds, confluiti insieme all'ex Margherita nella formazione del Pd, la sinistra sembra aver progressivamente perso terreno⁴. Questa condizione alimenta il senso di incapacità di articolazione dei valori e di aggregazione delle richieste e delle istanze dell'elettorato, oggi più che mai diffuso nella politica italiana.

¹ Il paper è frutto di un percorso di ricerca, riflessione ed elaborazione condiviso; Serena Gennaro è autrice del paragrafo *Le Primarie come risposta alla crisi della partecipazione*; Daniele Pitrelli ha scritto il paragrafo *Quali temi e personaggi per il discorso sulle Primarie*, e Alessandro Testa il paragrafo *Le Primarie alla prova dei confronti*.

² Y. Mény, Y. Surel, *Populismo e democrazia*, il Mulino, Bologna, 2001.

³ M. Calise, *Il partito personale. I due corpi del leader*, Laterza, Roma-Bari, 2010.

⁴ M. Morcellini, M. Prospero (a cura di), *Perché la sinistra ha perso le elezioni?*, Ediesse, Roma, 2009.

I sentimenti degli elettori di Centro sinistra sarebbero, già secondo Livolsi, sintetizzabili nelle tre D: “distacco, disaffezione e disincanto”⁵. Il calo generalizzato del livello di fiducia nelle istituzioni rappresenterebbe da questo punto di vista l’origine di più profondi sentimenti di cinismo nei confronti della classe dirigente “come una delle possibili ragioni per il declino dell’attivismo”⁶. Da questo punto di vista, come già ricordato da De Luca, “la dismissione del party on the ground in favore del party on the office ha occluso il canale di comunicazione della società verso lo Stato e ha messo in crisi l’attività di coltivazione dei legami sociali che tradizionalmente il partito svolgeva sul territorio”⁷.

Lo strumento delle Primarie si colloca allora, in questo contesto, nel tentativo di coinvolgere nella scelta del leader di coalizione in particolare, e nel processo politico in generale, cittadini *ad alto tasso di sfiducia*, e va letto alla luce di una mobilitazione che è stata prima di tutto territoriale. In previsione della sfida per le politiche, allora, la massiccia organizzazione che le Primarie hanno comportato ha costituito da un lato una sorta di banco di prova e dall’altro ha risposto alla necessità di riattivare la base dei partiti sui territori.

Il momento della partecipazione al voto delle Primarie si caratterizza così come azione ad alto valore simbolico perché non solo inquadra il cittadino come facente parte di una precisa parte politica, ma lo chiama in causa direttamente, a scegliere, fuori dai tradizionali congressi di partito, il leader della coalizione. Le Primarie rappresentano dunque “uno strumento che contiene anche la potenzialità di democratizzare le strutture e il funzionamento dei partiti”⁸.

Come già ricordato da Livolsi a proposito della adesione dei cittadini ai partiti, infatti, è necessario che questi si fondino su “un particolare vissuto simbolico che caratterizza l’agire di chi si sente spinto a volerne fare parte. Perché ciò avvenga ci devono essere almeno due elementi: ritenere che impegnarsi è un dovere che si sente nel profondo e lo scoprire, quasi con stupore (e con forte gratificazione e immediata legittimazione del proprio agire) che molti altri hanno le stesse idee e provano le stesse emozioni”⁹.

Questa sfida ha realizzato una mobilitazione politica che ha coinvolto 100.000 volontari, 9239 seggi allestiti per un totale di circa tre milioni di votanti. A tal proposito sembra utile ricordare come, dal punto di vista del significato del termine mobilitazione, questo identifica, come già suggerito da Tilly, “il processo per il quale un gruppo passa dalla condizione di individui singoli ad essere parte

⁵ M. Livolsi, D. Antelmi, *I nuovi movimenti come forma rituale*, FrancoAngeli, Milano, 2005.

⁶ P. Norris, *Democratic Phoenix, Reinventing Political Activism*, Cambridge University Press, Cambridge, 2007, p.29.

⁷ R. De Luca, F. Venturino, *Mobilitazione e partecipazione elettorale: un’analisi delle “primarie” per l’elezione del primo segretario del Pd*, Aracne, Roma, 2010, p. 110.

⁸ G. Pasquino, *Conclusioni*, in G. Pasquino, F. Venturino (a cura di), *Le primarie comunali in Italia*, il Mulino, Bologna 2009, p. 246.

⁹ M. Livolsi, D. Antelmi, *I nuovi movimenti come forma rituale*, op. cit., p. 20.

attiva nella vita pubblica”¹⁰, tendenza che è sembrata realizzarsi nei giorni del voto per le Primarie che, dunque, hanno costituito uno strumento per la selezione della leadership affidato direttamente agli elettori¹¹ e attraverso il quale i partiti, e i candidati, in competizione per la leadership hanno proposto agli elettori le loro candidature.

Le Primarie di coalizione del centrosinistra costituiscono dunque un oggetto di studio degno d’interesse¹² perché restituiscono, a pochi mesi dalle elezioni politiche, la complessità di un panorama politico-comunicativo che si dispiegherà compiutamente nella campagna elettorale dei mesi successivi. Tanto per quanto riguarda le tematiche trattate, quanto dal punto di vista dei soggetti coinvolti nel dibattito pubblico, infatti, questa esperienza di sostanziale pre-campagna, costituisce un format di competizione per la leadership della coalizione che rimane un unicum nel panorama italiano.

È pertanto sembrato interessante interrogarsi sulle *issues* portate alla luce nell’arena televisiva. Si è cercato di comprendere se abbiano prevalso, nel corso di questa sfida, tematiche legate alla campagna, o se il contesto televisivo sia riuscito a tematizzare problematiche e questioni che avrebbero costruito nei mesi successivi l’agenda della campagna elettorale delle politiche. Le *main issues* e i temi chiave sui quali i candidati si sono confrontati sono stati di fatto individuati e scelti dai media stessi che, come ricorda Marini “hanno selezionato e sviluppato alcuni temi e hanno così fornito un quadro interpretativo della contesa elettorale (vincolante per gli stessi attori-competitori)¹³. Alla luce dei dati che verranno discussi in seguito infatti, sembra che i candidati si siano di fatto adattati all’agenda dei media e non siano riusciti ad imporre una loro agenda e a proporre il proprio programma. La presenza dei candidati ha costituito da questo punto di vista più un esercizio di *going public*, salvo che per i due confronti televisivi, durante i quali sono stati “costretti” a confrontarsi su molteplici issues.

Dal punto di vista della costruzione del discorso pubblico-politico, l’interrogativo ha voluto porre l’accento sull’identità ed i meccanismi di legittimazione dei soggetti che costruiscono il discorso politico nell’arena televisiva della Tv generalista.

Alla luce del fatto che la televisione costituisce a tutt’oggi la fonte principale di informazione politica per la maggior parte degli individui ci si è interrogati sulle diverse tipologie di attori, politici

¹⁰ C. Tilly, *From mobilization to revolution*, Random House, New York, 1978, p.69.

¹¹ M. Valbruzzi, *Elezioni primarie*, in G. Pasquino (a cura di), *Strumenti della democrazia*, il Mulino, Bologna, 2007.

¹² Un fenomeno che, peraltro, è già stato al centro dell’interesse dell’Osservatorio Mediamonitor Politica della Sapienza Università di Roma: i risultati di una ricerca condotta, in collaborazione con l’Ufficio Primarie dell’allora Unione, sulle elezioni primarie del 2005 sono disponibili in Mediamonitor (a cura di), *Io partecipo, io scelgo, io governo. Le Primarie dell’Unione: prove tecniche di comunicazione*, Nuova Iniziativa Editoriale, Roma, 2006, e in R. Gritti, M. Morcellini (a cura di), *Elezioni senza precedenti. Dalle Primarie dell’Unione alle Politiche e al Referendum costituzionale del 2006: voto, sistemi elettorali e comunicazione*, FrancoAngeli, Milano, 2007.

¹³ R. Marini, *Mass media e discussione pubblica, Le teorie dell’agenda setting*, Laterza, Roma-Bari, 2006, p.18.

e non, che si sono confrontati nell'arena televisiva, al fine di comprendere attraverso quali ruoli e professionalità viene costruito il discorso pubblico in particolare in riferimento a specifiche tematiche. Il discorso pubblico, infatti, “è parte centrale della *governance* democratica (...) in quanto tende a forgiare le identità politiche dei cittadini, a selezionare e definire le azioni politiche più appropriate, a interpretare, valutare e controllare gli eventi politici (...) e quindi a strutturare uno *spazio pubblico*, un luogo di discussione e confronto politico”¹⁴.

Le personalità attraverso le quali il pubblico viene a conoscenza delle tematiche trattate, infatti, oltre a costituire le voci e le professionalità che illustrano qual particolare fenomeno, restituiscono allo stesso tempo un *frame* rispetto alla tematica oggetto di discussione, creando visioni del mondo, o almeno del complesso di temi che fa parte della campagna elettorale, più o meno compatibili, narrazioni più o meno concorrenziali.

Quali temi e personaggi per il discorso sulle Primarie

Il primo dato che emerge dalla lettura delle frequenze rispetto alla presenza dei candidati nei talk show nell'intervallo di tempo preso in considerazione è la super-esposizione di Matteo Renzi, che, con 10 presenze, si rivela il personaggio politico che maggiormente ha calcato i salotti televisivi della tv generalista. Questo dato va letto alla luce della posizione di partenza del candidato; il sindaco di Firenze, nonostante una campagna effettiva cominciata ben prima del 25 ottobre non aveva alle spalle l'organizzazione, l'*apparato* e la notorietà del segretario uscente Bersani, e sembra aver tentato in parte di colmare questo gap con una presenza televisiva più che doppia rispetto al segretario uscente.

Tab. 1. Presenze assolute dei candidati

	Frequenza	Percentuale
Bersani	4	17,4
Renzi	10	43,5
Puppato	3	13,0
Vendola	3	13,0
Tabacci	3	13,0
Totale	23	100,0

¹⁴ S. Costantino, *Il conflitto per la visibilità. Trasformazioni della comunicazione politica*, in D. Carzo, (a cura di), *I media e la polis. La costruzione giornalistica delle campagne elettorali amministrative*, Franco Angeli, Milano, 2001, p.17.

Lo stile televisivo di Renzi, in linea con il fenomeno della spettacolarizzazione della politica, si caratterizza per risposte dirette e immediate, e parole-chiave al tempo stesso spendibili mediaticamente e ricche di connotazioni simboliche come “rottamazione”. I risultati del primo turno, che vedono il Sindaco di Firenze a una distanza non incolmabile dal Segretario del Pd (35,5% vs. 45%), dimostrano tanto l’incidenza della forte presenza televisiva sulla notorietà e sulla percezione del candidato come possibile leader nazionale, quanto l’importanza di costruire un’identità politica centrata sul carattere di *novità* che il profilo del candidato ha voluto proporre al pubblico. Elementi che, sin dagli albori della politica-spettacolo¹⁵, e in particolar modo con la popolarizzazione imposta dalla retorica berlusconiana¹⁶, restano inscindibilmente legati alla strategia televisiva di un leader che voglia presentarsi, o competere, sulla scena nazionale. E che, anche alla luce dell’importanza che il voto anti-elitario ha giocato nelle elezioni politiche del 2013, ben si prestano a offrire una sponda al diffuso sentimento di reticenza dell’elettorato nei confronti della vecchia classe politica.

Bersani, al contrario del suo maggiore competitor, è stato praticamente assente dagli schermi televisivi durante le settimane antecedenti la prima tornata, collezionando un numero di presenze nettamente inferiore alle aspettative, a fronte della carica ricoperta e della necessità di mettere in atto una “controffensiva mediatica” nei confronti del Sindaco di Firenze.

Nella seconda, terza e quarta settimana di rilevazione, infatti, l’assenza di Bersani dagli schermi della tele-politica rende la figura del Segretario del Pd addirittura meno visibile dei candidati “minori” nella competizione delle Primarie: Vendola, Puppato e Tabacci. Una *ritrosia mediatica* che può essere spiegata sia con la sopravvalutazione del vantaggio derivante dal ricoprire di fatto la carica dell’*incumbent*, sia con una sostanziale sottostima dell’importanza di una presenza televisiva maggiormente sistematica. Va sottolineato che durante l’ultima settimana di rilevazione, quella coincidente con il ballottaggio, il segretario uscente ha cercato comunque di colmare il gap mediatico accumulato nel periodo precedente nei confronti di Renzi cercando di equiparare la sua esposizione televisiva sul finire della campagna.

¹⁵ G. Statera, *La politica spettacolo. Politici e mass media nell’era dell’immagine*, Mondadori Milano, 1986.

¹⁶ Per un’analisi dell’introduzione della categoria del *nuovo* nella comunicazione politica italiana, rimandiamo a M. Morcellini (a cura di), *Elezioni di Tv. Televisione e pubblico nella campagna elettorale '94*, Costa&Nolan, Genova, 1995; per una ricostruzione dei temi portanti della retorica berlusconiana, rimandiamo a M. Prospero, *Il comico della politica. Nichilismo e aziendalismo nella comunicazione di Silvio Berlusconi*, Ediesse, Roma, 2010.

Tab. 2. Presenze dei candidati nelle settimane di campagna

	Prima settimana	Seconda settimana	Terza settimana	Quarta settimana	Quinta settimana	Ballottaggio
Bersani						
Renzi						
Puppato						
Vendola						
Tabacci						

Gli altri candidati hanno realizzato presenze, per quanto significative dal punto di vista di alcune performance, di fatto quantitativamente ridotte, elemento che ha scatenato diverse polemiche nei giorni della campagna. Se la tardiva discesa in campo di Vendola è stata condizionata dalla volontà/necessità di attendere gli esiti di una vicenda giudiziaria che lo ha visto coinvolto in quanto Presidente della Regione Puglia, la costante ma limitata presenza di Tabacci e Puppato è stata imputata dai candidati stessi ad uno scarso interesse dei media mainstream nei loro confronti. Questa evidenza porta un elemento in più alla riflessione sul ruolo del *nuovismo* tanto nelle contese elettorali quanto nella loro rappresentazione mediale. Sia la posizione volutamente ambigua di Tabacci, unico candidato realmente “outsider” rispetto alla coalizione di Centrosinistra, sia il portato simbolico di una candidatura femminile e basata su un’esperienza politica amministrativa “di retrovia”, sono infatti stati di fatto ignorati dalle arene mediali, quasi a voler forzatamente ricondurre un’elezione primaria “aperta” ad una classica *horse race* quasi bipolarista.

Passando ai dati relativi alle tematiche maggiormente trattate, possiamo osservare come i temi legati alle politiche economico-finanziarie abbiano costituito la *main issue* all’interno del dibattito elettorale in televisione. È opportuno ricordare come questa categoria comprenda i discorsi sulla tassazione che, già dal periodo antecedente le Primarie, costituivano una delle tematiche chiave dei confronti politici. Alla luce delle riforme avviate dal Governo Monti allora in carica e del diffuso malcontento che queste avevano suscitato, la questione di una più equa distribuzione della pressione fiscale costituiva già nel corso delle Primarie un tema chiave di confronto. Un valido esempio è dato dall’inserimento nelle issues economico-finanziarie del tema dello spread (semi sconosciuto nell’agenda mediale e politica prima del governo tecnico di Mario Monti), divenuto l’argomento di discussione principale di questo filone. Il tema dell’Imu, questione già ampiamente dibattuta dal

momento della sua introduzione, ha cominciato, proprio nella discussione televisiva nel corso della campagna per le Primarie, a diventare un tema rilevante per l'agenda, mantenendo la propria centralità anche nella successiva campagna per le elezioni politiche.

La rilevante presenza di tematiche relative alle policies da attuare per la ripresa economica ed occupazionale del Paese configurano un dibattito proficuamente centrato su questioni che, anche secondo le rilevazioni demoscopiche, rappresentano per la popolazione questioni di urgente risoluzione, e "risollemano" quindi un'agenda della campagna per le Primarie altrimenti imperniata su un dibattito quasi esclusivamente autoreferenziale riguardante candidature, partiti e dialettica interna. Ciononostante, fedeli alla *media logic*, i talk delle sette reti generaliste non hanno mancato di concedere rilevante importanza alle incursioni nel privato dei candidati (un esempio paradigmatico è l'intervista alla madre di Bersani realizzata da *Porta a Porta*, che, oltre a far entrare le lacrime del Segretario nei salotti degli spettatori-elettori, costituisce ad oggi una delle poche fonti per delineare il profilo privato di questo personaggio politico). Il fatto che la issue vita privata e qualità personali e professionali di leader e politici sia stata oggetto di discussione più degli interventi sul welfare è un indicatore della buona salute della *politica pop*¹⁷.

Tab. 3. L'agenda della campagna

	n	%
Politiche economico-finanziarie	27	14,4
Candidature, scelta dei candidati, rinnovamento della classe politica	26	13,8
Elezioni e programmi	18	9,6
Dialettica interna al partito o schieramento	18	9,6
Mercato del lavoro, precarietà, salari, pensioni	17	9,0
Alleanze, schieramenti	17	9,0
Questione morale, trasparenza, costi della politica	13	6,9
Politiche industriali e infrastrutture	9	4,8
Vita privata e qualità personali e professionali di leader e politici	9	4,8
Ambiente, cambiamenti climatici, sviluppo sostenibile	7	3,7
Welfare	6	3,2
Ideologia e valori di riferimento del partito o schieramento	6	3,2
Legalità e giustizia	5	2,7
Temi di politica internazionale	5	2,7
Altro	5	2,7
TOT	188	100

¹⁷ G. Mazzoleni, A. Sfondini, *Politica Pop. Da «Porta a porta» a «L'isola dei famosi»*, il Mulino, Bologna, 2009.

I temi riguardanti prevalentemente i *meccanismi* di funzionamento del gioco politico, dalle candidature alla dialettica interna ai partiti e alla coalizione, hanno rappresentato dunque la gran parte del dibattito politico svoltosi all'interno dell'arena televisiva nel periodo di rilevazione.

Per alcune tematiche si rileva una particolare attinenza con i fatti di attualità avvenuti nel corso della campagna. Il tema *Ambiente* ha un valore alto rispetto alle aspettative per la presenza di una *issue pura* (non imposta né dai candidati né dal sistema mediale)¹⁸ come il “caso Ilva”, mentre la presenza non residuale di *Temi di politica internazionale* è legata alla pratica ormai rituale di ricondurre le scelte economiche italiane al più ampio contesto europeo. A questo proposito ricordiamo come la dinamica evento-tema che “appare ormai prevalente nelle modalità di emersione e affermazione dei temi che attraversano una campagna elettorale”¹⁹.

La rilevazione infine ha constatato la scarsa presenza di temi rilevanti come welfare, cultura, istruzione e ricerca, senza citare il tema sanità, praticamente assente nel dibattito. Fuori dalla scena anche libertà individuali, temi etici, diritti civili e il costo della vita, passati totalmente in secondo piano. Da questo punto di vista viene riconfermato il meccanismo per cui “La produzione o la ripresa di un tema politico a partire da un evento-notizia rilevante (...), costituisce soltanto un meccanismo, poiché non tutti gli eventi (...) sembrano in grado di dar luogo alla formazione di un tema politico; oppure, può accadere che ad eventi-notizia apparentemente minori venga assegnata notevole rilevanza e divengono quindi l'origine di un tema politico”²⁰.

Ultimo elemento di analisi, la composizione del parterre degli ospiti dei talk show nel periodo oggetto di rilevazione, e quindi delle molte voci che concorrono alla formazione dell'opinione pubblica sui temi oggetto di dibattito. Il primo dato che è possibile rilevare è il tendenziale affiancamento dei cinque candidati con altri politici e giornalisti, elemento che richiama sia l'autoreferenzialità tipica del sistema dell'informazione e delle élites politiche, quanto le tradizionali logiche di collateralismo tra media e politica nel contesto italiano²¹, recentemente radicalizzatasi a tal punto da far sostanzialmente sparire la barriera, almeno sul piano teorico, tra le due categorie e i differenti ruoli²².

¹⁸ G. Mazzoleni, *La comunicazione politica*, il Mulino, Bologna, 1998.

¹⁹ R. Marini, *Mass media e discussione pubblica*, op. cit., pp. 19-20.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ D.C. Hallin, P. Mancini, *Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali*, Laterza, Roma-Bari 2004.

²² M. Morcellini (a cura di), *Neogiornalismo. Tra crisi e Rete, come cambia il sistema dell'informazione*, Mondadori Università, Milano, 2011.

Tab. 4. *Categorie di ospiti*

	Risposte	
	N	Percentuale
politico	60	48,8%
giornalista	31	25,2%
sondaggista	10	8,1%
sindacalista	11	8,9%
docente/esperto	5	4,1%
imprenditore	3	2,4%
scrittore	2	1,6%
blogger	1	0,8%
Totale	123	100,0%

L'assenza di esponenti di associazioni bancarie, la scarsa presenza di imprenditori, solo parzialmente bilanciate da una presenza sufficientemente cospicua di esponenti del mondo sindacale, contribuiscono a un impoverimento del dibattito mediale su politiche economico-finanziarie, industriali e riguardanti il mercato del lavoro; la presentazione e spiegazione di tali fenomeni viene affidata a professionisti della politica e giornalisti nella rinnovata veste di opinionisti, che non per questo si dimostrano in possesso di competenze specifiche che li legittimino in quest'importante ruolo.

La presenza di un numero così ridotto di docenti o esperti sulle tematiche trattate contribuisce alla sensazione di una mancanza, nell'offerta di approfondimento informativo, di una visione per così dire neutra di spiegazione dei fenomeni, lasciati per lo più ad opinioni di parte. Anche alla luce del fatto che la categoria dei giornalisti si rivela come quella maggiormente presente in termini di commento e opinione, si evidenzia in particolare la quasi totale assenza di figure provenienti dal giornalismo partecipativo e digitale, come blogger o rappresentanti del citizen-journalism, a riprova di una sostanziale disattenzione a quella commistione mediale che sarebbe auspicabile alla luce delle dinamiche del giornalismo odierno²³.

²³ G. Carotenuto, *Giornalismo partecipativo. Storia critica dell'informazione al tempo di Internet*, Nuovi Mondi, Modena, 2009.

Le Primarie alla prova dei confronti

Nell'economia delle cinque settimane di campagna televisiva per le primarie del Centrosinistra, un ruolo del tutto peculiare è stato giocato dai due confronti andati in onda su Sky (in chiaro su Cielo per i non abbonati) con tutti e cinque i candidati, e su Rai1 unicamente tra Renzi e Bersani, rispettivamente in vista del primo e del secondo turno.

I Fantastici Cinque – Sky/Cielo, con Gianluca Semprini, 13 novembre 2012

Alle 20.30 del 13 novembre al teatro della Luna di Milano si apre il sipario sul primo dibattito in diretta tra candidati alle primarie nazionali interne ad una coalizione politica nella storia della comunicazione italiana. La location è la stessa usata in quelle stesse settimane per il reality musicale *X Factor*, e l'incipit è appunto quello di un reality show: i cinque candidati vengono fatti entrare uno alla volta – in base ad un ordine sorteggiato, come ogni altra cosa non decisa di comune accordo tra i candidati – ed introdotti da una voce fuori campo con una breve presentazione che contiene nome, età, luogo di nascita, stato civile e l'attuale incarico ricoperto, con la relativa “anzianità di servizio”.

Il moderatore Gianluca Semprini illustra a tutti le regole del gioco: domande decise unicamente dalla redazione con risposte obbligatorie per tutti, in un ordine sorteggiato ma variato ad ogni domanda, e in un tempo stabilito, che varia di domanda in domanda e può essere di 1'.30”, di 1 minuto oppure di 30”. Ad ogni candidato viene poi concesso di replicare agli altri per non più di tre volte complessivamente. Le affermazioni dei candidati saranno inoltre esaminate in tempo reale da un pool di esperti dell'università romana di Tor Vergata, che ne controllerà la veridicità, secondo il principio del *fact-checking*²⁴.

È per l'appunto il format dei dibattiti “all'americana”, là dove le Primarie sono nate e dove sono ormai istituzionalizzate da decenni tanto nell'agenda politica che in quella dei media²⁵. Raramente i dibattiti televisivi sono stati decisivi per il successo di una candidatura, ma in molte occasioni hanno prodotto quelle gaffes e quelle intemperanze che, nell'era della politica mediatizzata, sono alla base del fallimento della performance di un leader politico²⁶. Anche limitandoci alle sole campagne

²⁴ Al termine della puntata, però, non ci sarà tempo per illustrare i risultati del *fact-checking*, che peraltro non verrà mai consultato né invocato durante tutta la serata. Si saprà solo in seguito che di 22 affermazioni sottoposte a controllo solamente 2 sono risultate “parzialmente non vere”.

²⁵ Cfr. E. Melchionda, *Alle origini delle Primarie. Democrazia e direttismo nell'America progressista*, Ediesse, Roma, 2005.

²⁶ Cfr. J. B. Thompson, *Political Scandal. Power and Visibility in the Media Age*, Polity Press, Cambridge, 2000.

presidenziali, hanno fatto letteralmente il giro del mondo e sono rimaste a lungo impresse nella memoria collettiva le immagini del Presidente George Bush senior, che nel 1992, in uno dei ‘duelli’ con il giovane sfidante democratico Bill Clinton, mentre ascoltava le sue parole guardò nervosamente l’ora, “come se avesse di meglio da fare”, o più probabilmente aspettando in ansia la fine come uno scolareto svogliato²⁷. Più recentemente, in uno dei dibattiti tra gli sfidanti repubblicani alla rielezione di Barack Obama, un altro texano, il Governatore in carica Rick Perry ha visto tramontare la sua candidatura in un minuto, quando non ha saputo elencare tutte e tre le agenzie federali che il suo stesso programma proponeva di abolire.

Proprio a scopo precauzionale, il *gentlemen’s agreement* tra candidati prevede da tempo negli USA regole ferree – ma decise di volta in volta e frutto sempre di una mediazione estenuante – su ogni singolo dettaglio dell’evento, dal luogo della sfida alla temperatura dell’ambiente, dalla durata massima delle risposte al tipo di riprese concesse ovvero vietate, fino alla presenza o meno del pubblico e di altri giornalisti oltre al moderatore. Nel nostro caso le regole concordate tra gli staff dei candidati e Sky erano ben tredici. Il pubblico era composto da 70 supporter per ogni candidato, con la possibilità di proporre un’unica domanda ‘incrociata’ ad uno degli altri contendenti, con abbinamenti anch’essi stabiliti per sorteggio. Tutte le altre domande sono state invece elaborate dalla redazione di SkyTg24 e rivolte da Semprini ai cinque candidati, posti in piedi uno accanto all’altro dietro ad altrettanti podi trasparenti. Le inquadrature sono state alternate tra chi ha posto la domanda, chi stava rispondendo e i totali, con l’aggiunta di qualche campo medio, e ancora più rari primi piani di singoli candidati che non stavano intervenendo. Gli applausi sono stati consentiti alla fine di ogni risposta, ma non di rado sono partiti anche ‘a scena aperta’. In basso, mantenendo la sua identità di canale *all news*, Sky ha continuato a proiettare in sovraimpressione un rullo con le principali notizie del giorno. I candidati, collocati tutti in piedi uno accanto all’altro, vestono in completo scuro, compreso Matteo Renzi, che per una volta nasconde la sua proverbiale camicia bianca sotto una giacca, abbinandoci una cravatta viola, colore della ‘sua’ Fiorentina calcio. Scelta cromatica della cravatta non casuale anche per Pier Luigi Bersani, che ne sfoggia orgogliosamente una rossa, mentre Vendola e Tabacci ne indossano più sobriamente una scura.

Nella prima ora i candidati rispondono disciplinatamente a temi direttamente o indirettamente a sfondo economico, e la concisione delle risposte premia spesso il più giovane Matteo Renzi, che riesce a sintetizzare bene i suoi concetti e a non sfiorare mai significativamente il tempo limite, concedendosi anche qualche slogan e qualche battuta fulminante (Ad un giovane: Vorrei un Italia

²⁷ Citato in S. Bentivegna, *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell’età della Tv*, Carocci, Roma, 1997.

meritocratica in cui... “Troverai lavoro se conosci qualcosa e non se conosci qualcuno”; oppure “Caro ing. Marchionne... Se ogni tanto fa una macchina buona noi non ci offendiamo”).

Tutti gli altri candidati appaiono maggiormente in difficoltà, per via della loro tendenza a dare risposte più lunghe e spesso troppo complesse, tanto che spesso hanno continuato a parlare a lungo dopo il suono della campanella. In particolare, Vendola è stato addirittura fermato da Semprini, che a tempo già scaduto gli ha impedito di portare anche un esempio di quanto aveva appena affermato, e Laura Puppato ha dato a volte l'impressione di non riuscire ad articolare in modo preciso la sua risposta, accostando concetti diversi in modo poco fluido.

In prossimità del primo break pubblicitario, il dibattito si accende grazie a una domanda sui diritti civili, tema caro a Laura Puppato e ancora di più a Nichi Vendola, che di fonte ad una sollecitazione diretta può concludere il suo intervento con un liberatorio “Sì, sono favorevole anche ad adottare un bambino” (notoriamente un suo desiderio personale da anni). Più ingessate le risposte di Bersani e Tabacci; vistosamente in difficoltà Matteo Renzi, che alla fine – incalzato da Semprini – è costretto ad ammettere di non avere ancora una posizione precisa sull'argomento.

Nella seconda parte – che dura solo 30' – il dibattito è immediatamente animato dall'entrata in scena del tema della “casta” e dei costi della politica. Matteo Renzi ha la fortuna di poter parlare per primo e spiega subito chiaramente che al di là dei limitati risparmi, “ridurre i costi della politica serve a noi politici per recuperare credibilità”. Il tema anticasta gli sta così a cuore e gli è così congeniale che al termine degli interventi usa per la prima volta “la carta del diritto di replica” e affonda il colpo contro Vendola, che invece aveva difeso il finanziamento pubblico. Due contropliche di Tabacci, che invita a non fare demagogia ed amplia il tema, invocando a seguire il suo stesso esempio di sospendere la propria professione una volta eletti, e soprattutto di Bersani, che ricorda le cose fatte, come l'abolizione dei vitalizi, lamentando che altre forze politiche non abbiano mai voluto approvare una legge sui partiti “perché non si volevano partiti veri, ma partiti personali”, non sembrano avere la stessa efficacia della performance del Sindaco di Firenze.

Nella terza ed ultima parte, che dura altri 30', il dibattito si infiamma su una domanda sulla futura estensione della coalizione di Centrosinistra in caso di Governo: Bersani, senza citarlo esplicitamente, apre ad un futuro “dialogo” con Casini e la sua area centrista, ma su questo terreno non lo segue nessuno: né Tabacci, che rivendica per sé il ruolo di punto di riferimento per gli elettori moderati, né tantomeno gli altri tre candidati, che con più o meno garbo chiudono la porta in faccia all'ex presidente della Camera e al suo partito. Il vero fuoco di fila nasce su una gaffe di Renzi, che in un momento di enfasi – citando la sua Giunta fiorentina composta da sole nove

persone, in maggioranza donne – si è spinto a immaginare “un Governo composto da sole dieci persone, cinque donne e cinque uomini”, attirandosi subito l’accusa di demagogia e inesperienza da Tabacci e dalla Puppato, a cui tenta di replicare riuscendoci solo in parte.

Prima dell’appello finale autogestito dei cinque candidati – rimane soltanto il tempo per un breve accenno al pantheon personale di ciascuno di loro: Papa Giovanni XXIII per Bersani, “perché cambiava le cose in profondità senza spaventare nessuno”; Alcide De Gasperi e Giovanni Marcora per Tabacci; Tina Anselmi e Nilde Iotti per la Puppato; Nelson Mandela e la blogger 29enne tunisina Lina, “che dal suo pc lotta contro i pregiudizi di genere come prima ha lottato contro la dittatura di Ben Ali”; infine Vendola cita “un uomo che molto più di tanti politici ha indagato temi delicatissimi come la fecondazione assistita, il testamento biologico, i diritti delle coppie di fatto, un uomo che ci manca molto, il cardinale Carlo Maria Martini”. Non ci sono i classici ‘padri nobili’ della sinistra storica, a parte forse l’ormai storicizzato Nelson Mandela, che abilmente (ma in modo in realtà incomprensibile ai più) Renzi associa ad una sua ideale ‘nipotina’: la blogger tunisina che con i mezzi di oggi combatte anche lei la dittatura e in più anche i pregiudizi misogini.

Nel complesso, entro un dibattito scorrevole e non noioso, il tempo di parola è stato equilibrato, e compreso tra i 18 minuti e 12 secondi di Bersani – inseguito con 18 minuti tondi da Renzi – ed i 16 minuti e 39 secondi per Tabacci²⁸. Moderato anche l’uso del diritto di replica: nessuno ha usato tutti e tre i bonus a disposizione, a dimostrazione di un confronto mantenutosi ampiamente entro i confini del fair play, e soltanto in due occasioni ci sono state delle ribattute, sempre su *political issues*²⁹: la prima volta tre candidati – su ispirazione di Renzi (gli altri sono stati Tabacci e Bersani) – hanno affondato il colpo sul tema della casta e dei costi della politica. Più tardi tutti e cinque hanno sentito il bisogno di fare il bis nella citata domanda sull’estensione della futura coalizione.

Al termine delle due di dibattito giornali e commentatori sono andati freneticamente a caccia di un vincitore, spesso facendosi influenzare dalle proprie simpatie politiche e/o dall’età: sui sondaggi web infatti ha stravinto Renzi (ad eccezione di quello dell’*Unità*, che invece ha premiato Bersani), mentre non appare casuale che la “giuria di qualità” del *Sole-24 Ore* abbia premiato Tabacci e quella del *Fatto Quotidiano* Vendola. Tutte le altre, comprese quelle dei giornali di centrodestra, hanno plaudito invece a Renzi. L’unico sondaggio vero, quello dell’istituto Quorum per Repubblica, ha riportato invece un sostanziale testa a testa tra le performance comunicative dei due

²⁸ La classifica completa vede 18 minuti e 12 secondi di parola per Bersani, 18 minuti per Renzi, 17 minuti e 49 per Puppato, 17 minuti e 20 per Vendola, 16 minuti e 39 per Tabacci. (*Elaborazione Geca Italia su dati Auditel*).

²⁹ La distinzione delle *issues* di una campagna elettorale in *political*, *policy*, *personal* e *campaign* è pure di matrice americana; cfr. T. Patterson, *The mass media election. How Americans choose their President*, Praeger, New York, 1980.

principali avversari: Bersani vincitore per il 33%, Renzi per il 31%, poi seguono Vendola (12%), Tabacci (5%) e la Puppato (4%).

Facendo comunque una media delle valutazioni, se il giovane sindaco di Firenze ha indiscutibilmente brillato in vivacità e vinto ai punti la maggior parte degli scambi, le due gaffe compiute hanno però messo a nudo la sua inesperienza come leader politico nazionale, assegnando a Bersani la palma della concretezza e facendogli sostanzialmente mantenere quel vantaggio su Renzi che tutti i sondaggi gli attribuivano prima del dibattito.

Il confronto finale Bersani-Renzi – Speciale Tg1 con Monica Maggioni, 28 novembre 2012

Il secondo e ultimo dibattito – andato in onda su Rai 1 alle 21.12 di mercoledì 28 novembre per quasi due ore – si è affidato ad un format più classico: due soli contendenti, in uno studio asettico, e soprattutto un moderatore ‘di peso’ e ben noto al grande pubblico, come forma di garanzia di un dibattito spesso piatto ed ossessionato dal rigido cronometrando dei turni di parola.

Il “*Confronto finale*” prevede ancora i candidati affiancati e in piedi dietro a due podi, con l’unica giornalista – in questo caso Monica Maggioni, ex inviata di guerra e conduttrice di Speciale Tg1 – seduta di fronte a loro. Ai candidati saranno poste le stesse domande, con risposte da dare in due minuti, più alcuni flash da 30”. Ognuno di loro avrà poi cinque possibilità di replica da 30” da usare a piacimento. In studio il pubblico è composto, ovviamente, in maniera paritetica da loro sostenitori, ma senza diritto di parola, assicurato invece da collegamenti esterni.

Non c’è però quella freschezza che aveva caratterizzato il primo dibattito a cinque su Sky, anche se, all’inizio del dibattito – e anche in chiusura – la Maggioni non perde invece l’occasione di compiacersi ritualmente per il fatto che dopo “un grande esercizio di democrazia [quali le Primarie sono state], il confronto finale è giusto che accada qui, a Rai Uno, nella sede del servizio pubblico”. I duellanti sono già lì, in piedi. Renzi, arrivato secondo al primo turno col 35,5% dei voti contro il 44,9% di Pier Luigi Bersani (che può contare inoltre sull’*endorsement* di tutti e tre i candidati eliminati), sa che deve andare all’attacco per tentare una *remuntada* quasi impossibile. Pertanto questa volta indossa il suo look tipico: camicia bianca con cravatta scura, che mette ancora di più in risalto la differenza di età e di stile personale con il più compassato Bersani, quasi calvo, e decisamente meno gioviale anche nel look: abito grigio scuro e immancabile cravatta rossa, questa volta a pois bianchi.

L'inizio del dibattito è ancora una volta centrato su temi connessi alla crisi economica. Il migliore indicatore a nostra disposizione per valutarne l'efficacia sono le 10 (5 a testa) possibilità di replica concesse ai candidati: Renzi le usa tutte all'attacco (su evasione fiscale, politica industriale, ben due sui costi della politica e sugli aerei F-35), anche a costo di non replicare all'unico vero attacco di Bersani, sulla politica estera (il voto l'indomani mattina sull'ammissione all'ONU della Palestina come "Stato osservatore"). Il segretario del Pd invece ne usa ben quattro in difesa, sia spontaneamente (cioè per rispondere ad attacchi avvenuti nella risposta base) che in seguito ad una prima replica chiesta da Renzi: lo fa subito sull'evasione fiscale (per precisare che Equitalia non è stata inventata dal centrosinistra), poi sulla politica industriale (vantando la leggera inversione di tendenza degli indicatori macroeconomici del Sud durante il biennio del secondo Governo Prodi), in seguito per difendere il finanziamento pubblico con un improvvida citazione dell'antica Grecia – che offre un involontario assist a Matteo Renzi che consuma volentieri un secondo bonus per affondare il colpo: "Segretario, da Pericle a Fiorito ce ne vuole" – E infine difende un po' stizzito lo status odierno del Pd "primo partito d'Italia", una forza politica coesa, non ancora nato ai tempi dell'Unione di 12 partiti che sostenne, poco e male, il secondo Governo Prodi³⁰.

Per il resto il dibattito mette in luce ancora una volta le qualità oratorie di Matteo Renzi, anche se Bersani, aiutato dal maggior tempo a disposizione riesce ad articolare maggiormente le risposte e si produce perfino in alcune delle sue immancabili metafore, subito preso bonariamente in giro per questo dal suo avversario. Tra i difetti di Renzi c'è invece la tendenza a fare citazioni in inglese – ben tre – senza preoccuparsi minimamente di spiegarle, mentre Bersani segna un bel colpo ad effetto nell'appello finale, quando – pur ammettendo con onestà che non si potrà comunque risolvere tutto per tutti – si impegna a guardare i problemi secondo la prospettiva della piccola Lucrezia, 4 anni, figlia di un'infermiera di un ospedale privato in difficoltà, che per Natale ha chiesto "una bambola rossa e lo stipendio a mamma".

In generale, rispetto alla serata dei *Fantastici Cinque*, due ore sono un tempo enorme, quando a dover rispondere sono soltanto due candidati, e infatti alla fine si conteranno ben 24 domande (contro le 11 di allora), più l'appello finale. In tutte le prime 14 domande³¹ i candidati hanno avuto a

³⁰ In assenza di un *fact-checking* nessuno lo ha fatto notare a Bersani, ma la sua affermazione è vera solo a metà, ossia nella parte che riguarda le elezioni del 2006 e la nascita del Governo Prodi II. Ai tempi della sua caduta, invece (inizio 2008), il Partito democratico – che all'epoca era guidato da Walter Veltroni – era già nato (ottobre 2007) e poteva contare sulla maggioranza relativa sia di ministri che nei due rami del Parlamento. Molti storici sostengono anzi che proprio la nascita del Pd abbia involontariamente acuito tensioni sotterranee che poi hanno portato in pochi mesi allo sfaldamento della maggioranza parlamentare, con il ritiro dell'appoggio da parte dei senatori vicini a Clemente Mastella e a Lamberto Dini, più altre defezioni singole, come ad esempio quella dell'ex An Domenico Fisichella.

³¹ Rispettivamente: crisi economica, tasse ed evasione fiscale, vertici europei, primavera arabe e Medio Oriente, Sud, politica industriale e tagli ai costi della politica (dalla redazione). Conflitto di interessi, riforma delle pensioni, scuola e

disposizione due minuti. Hanno dovuto rispondere invece in appena 30” alle ultime dieci, che pure riguardavano – tra gli altri – temi non certo da poco come l’ampiezza della coalizione di governo, il numero di ministri, le prime tre cose da fare, i diritti civili, la violenza sulle donne, il rapporto con gli USA e l’immigrazione. Come se non bastasse due temi (l’Europa e le alleanze) sono stati di fatto affrontati due volte (il primo con una domanda redazionale “lunga” e poi con una dal comitato Renzi, il secondo ancora con una domanda dal comitato Renzi a cui è seguita una successiva redazionale “breve”), a testimonianza forse della grande libertà concessa ai due comitati, ma anche dell’insufficiente coordinamento redazionale nel confezionare il prodotto.

La maggior parte dei commentatori è stata concorde nell’assegnare a Matteo Renzi la vittoria ai punti nel dibattito, ma tutti hanno anche aggiunto immediatamente che si era trattato di una vittoria non sufficiente a ribaltare le sorti del duello. La storia dei confronti televisivi al vertice a quattr’occhi abbonda di simili vittorie simboliche (da quelle di Al Gore e John Kerry contro George Bush junior nel 2000 e nel 2004 oppure più recentemente quella – a sorpresa – dello sfidante repubblicano Mitt Romney contro il Presidente Obama nel primo dei tre duelli dell’autunno 2012, che poi si è però rifatto nei due scontri successivi).

Per quanto brillante possa essere la performance televisiva dei candidati in un confronto pubblico, infatti, per fortuna a decidere alla fine sono però sempre e soltanto gli elettori, ed i loro parametri di giudizio sono ben più numerosi di quelli della giuria di un reality.

Note di metodo

L’elaborazione qui proposta si inserisce entro la rilevazione condotta dall’Osservatorio Mediamonitor Politica della Sapienza Università di Roma³² nel periodo compreso tra il 25 ottobre e il 2 dicembre 2012, volta a individuare ed analizzare la presenza dei cinque candidati³³ nelle principali trasmissioni di approfondimento e di infotainment della Tv generalista³⁴. Le puntate nelle quali sia stata rilevata la presenza di almeno uno dei candidati sono state analizzate tramite una scheda di analisi del contenuto, volta a individuare sia i macrotemi trattati sia gli ospiti presenti nel corso della trasmissione.

ricerca (dalle mail ricevute). Legge elettorale e alleanze (dal comitato Renzi), liberalizzazioni (dal comitato Bersani), credibilità in Europa (dal comitato Renzi), lotta alla mafia (dal comitato Bersani).

³² Per maggiori informazioni: <http://www.mediamonitor-politica.it/ricerche>

³³ Pier Luigi Bersani, Matteo Renzi, Nichi Vendola, Bruno Tabacci e Laura Puppato.

³⁴ *L’Arena*, *Ballarò*, *Che tempo che fa*, *L’Infedele*, *In mezz’ora*, *Otto e mezzo*, *Piazzapulita*, *Porta a Porta*, *Quinta Colonna* e *Servizio Pubblico*.

I macrotemi rilevati sono stati ricondotti alle seguenti categorie:

- a. Politiche economico-finanziarie;
- b. Candidature, scelta dei candidati, rinnovamento della classe politica;
- c. Elezioni e programmi (indecisione degli elettori, astensionismo, *voto utile*, aspetti tecnici delle elezioni, sistema elettorale, referendum, sondaggi e previsioni elettorali);
- d. Dialettica interna al partito o schieramento;
- e. Mercato del lavoro, precarietà, salari, pensioni;
- f. Alleanze, schieramenti (partiti politici, coalizioni);
- g. Questione morale, trasparenza, costi della politica;
- h. Politiche industriali e infrastrutture;
- i. Vita privata e qualità personali e professionali di leader e politici;
- j. Ambiente, cambiamenti climatici, sviluppo sostenibile (rifiuti, energie rinnovabili);
- k. Welfare;
- l. Ideologia e valori di riferimento del partito o schieramento;
- m. Legalità e giustizia, magistratura;
- n. Temi di politica internazionale;
- o. Altro³⁵.

I soggetti presenti nei programmi di approfondimento informativo della Tv generalista nel corso della campagna per le Primarie sono stati ricondotti a categorie che hanno tenuto conto della qualificazione professionale degli ospiti e di come venivano presentati al pubblico nel corso della trasmissione; a questo scopo, la dimensione del non politico è stata esplosa in profili idealmente rilevanti nella costruzione del discorso politico-televisivo:

³⁵ La categoria Altro ha ricompreso le categorie Cultura, istruzione, scuola e ricerca e Libertà individuali, temi etici, diritti civili, risultate residuali

- a. Politico;
- b. Giornalista;
- c. Scrittore;
- d. Blogger;
- e. Imprenditore;
- f. Docente;
- g. Sondaggista;
- h. Avvocato;
- i. Sindacalista;
- j. Rappresentante di associazioni di cittadini o no profit;
- k. Attore, regista, sceneggiatore;
- l. Magistrato;
- m. Esponente di associazioni bancarie o banche;
- n. Rappresentante delle forze dell'ordine
- o. Medico.

Riferimenti bibliografici

- S. Bentivegna, *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della Tv*, Carocci, Roma, 1997.
- M. Calise, *Il partito personale. I due corpi del leader*, Laterza, Roma-Bari, 2010.
- G. Carotenuto, *Giornalismo partecipativo. Storia critica dell'informazione al tempo di Internet*, Nuovi Mondi, Modena, 2009.
- D. Carzo, (a cura di), *I media e la polis. La costruzione giornalistica delle campagne elettorali amministrative*, Franco Angeli, Milano, 2001.
- R. De Luca, F. Venturino, *Mobilizzazione e partecipazione elettorale: un'analisi delle "primarie" per l'elezione del primo segretario del Pd*, Aracne, Roma, 2010
- R. Gritti, M. Morcellini (a cura di), *Elezioni senza precedenti. Dalle Primarie dell'Unione alle Politiche e al Referendum costituzionale del 2006: voto, sistemi elettorali e comunicazione*, FrancoAngeli, Milano, 2007.
- D.C. Hallin, P.Mancini, *Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali*, Laterza, Roma-Bari 2004.
- M. Livolsi, D. Antelmi, *I nuovi movimenti come forma rituale*, FrancoAngeli, Milano, 2005.
- R. Marini, *Mass media e discussione pubblica, Le teorie dell'agenda setting*, Laterza, Roma-Bari, 2006.
- G. Mazzoleni, A. Sfardini, *Politica Pop. Da «Porta a porta» a «L'isola dei famosi»*, il Mulino, Bologna, 2009.
- G. Mazzoleni, *La comunicazione politica*, il Mulino, Bologna, 1998.
- M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano, 1967.
- Mediamonitor (a cura di), *Io partecipo, io scelgo, io governo. Le Primarie dell'Unione: prove tecniche di comunicazione*, Nuova Iniziativa Editoriale, Roma, 2006.
- E. Melchionda, *Alle origini delle Primarie. Democrazia e direttismo nell'America progressista*, Ediesse, Roma, 2005.
- Y. Mény, Y. Surel, *Populismo e democrazia*, il Mulino, Bologna, 2001.

- M. Morcellini, M. Prospero (a cura di), *Perché la sinistra ha perso le elezioni?*, Ediesse, Roma, 2009.
- M. Morcellini (a cura di), *Neogiornalismo. Tra crisi e Rete, come cambia il sistema dell'informazione*, Mondadori Università, Milano, 2011.
- M. Morcellini (a cura di), *Elezioni di Tv. Televisione e pubblico nella campagna elettorale '94*, Costa&Nolan, Genova, 1995.
- P. Norris, *Democratic Phoenix, Reinventing Political Activism*, Cambridge University Press, Cambridge, 2007.
- G. Pasquino, F. Venturino (a cura di), *Le primarie comunali in Italia*, il Mulino, Bologna 2009.
- G. Pasquino (a cura di), *Strumenti della democrazia*, il Mulino, Bologna, 2007.
- T. Patterson, *The mass media election. How Americans choose their President*, Praeger, New York, 1980
- M. Prospero, *Il comico della politica. Nichilismo e aziendalismo nella comunicazione di Silvio Berlusconi*, Ediesse, Roma, 2010
- G. Statera, *La politica spettacolo. Politici e mass media nell'era dell'immagine*, Mondadori Milano, 1986.
- J. B. Thompson, *Political Scandal. Power and Visibility in the Media Age*, Polity Press, Cambridge, 2000.
- C. Tilly, *From mobilization to revolution*, Random House, New York, 1978.