



Monitoraggio dell'informazione politica nei quotidiani locali

Elezioni regionali in Abruzzo

Elezioni comunali di Chieti

(Aprile 2005)

Relazione conclusiva

Introduzione

La ricerca s'è posta come obiettivo principale l'analisi delle modalità di rappresentazione dei soggetti politici e dei temi legati alla campagna delle elezioni amministrative nella regione Abruzzo. Nello specifico, oggetto d'indagine della ricerca sono state le **Elezioni per il Consiglio e la Presidenza Regionali** e le **Elezioni per il Comune di Chieti**.

Il *corpus* d'analisi comprende sei quotidiani regionali monitorati per il periodo della campagna elettorale, dal 3 marzo al 3 aprile 2005. Le testate sono: **Il Centro** (con le sue 7 edizioni locali), **Abruzzo Oggi**, **La Cronaca Locale**, **Il Messaggero** (pagine regionali), **Il Tempo** (pagine regionali) e **Liberò** (pagine regionali).

L'Analisi del Contenuto *come intervista* è lo strumento teorico di riferimento del monitoraggio effettuato.

L'analisi dei quotidiani è stata effettuata misurando in centimetri quadri ogni parte di un articolo che costituisce un'unità d'analisi autonoma, ovvero la parte di comunicazione espressamente dedicata ai soggetti politici pertinenti per la nostra ricerca. Le unità di analisi considerate sono state in tutto 10.631 e lo spazio dedicato dai sei quotidiani alle due elezioni considerate è stato in totale di 150.859 cm².

Oltre al **dato** meramente **quantitativo**, sono state considerate, all'interno delle unità di analisi, altre variabili come: il **tono** (indice della qualità della visibilità del soggetto pertinente, può essere negativo, neutro o positivo); i **temi** (gli argomenti oggetto della comunicazione); le **tipologie tematiche**, ovvero le modalità di declinazione dei temi secondo le categorie: *policy* (sanità, economia, ambiente, ecc.), *political* (dibattito politico), *personal* (dati biografici, ecc.) e *campaign* (eventi o appuntamenti di propaganda elettorale); infine la presenza dei soggetti politici nelle **fotografie** dei quotidiani.

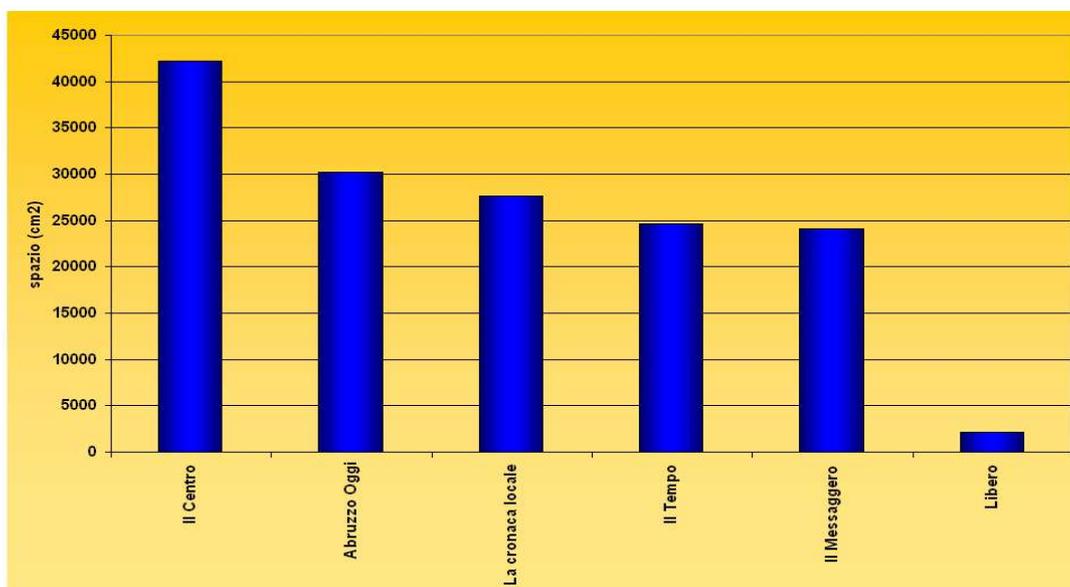
I Risultati

L'andamento della comunicazione relativa alle due elezioni considerate è stato nel complesso costante con picchi corrispondenti a tre momenti particolari: la presentazione delle liste (3-4 marzo); il confronto, su un canale televisivo locale, fra i tre candidati alla presidenza della Regione (9 marzo) e la chiusura della campagna elettorale (30 marzo).

La quantità totale di spazio dedicato alla comunicazione elettorale dalle sei testate

L'offerta di comunicazione elettorale

Spazio totale di copertura dei soggetti politici e delle tematiche elettorali



analizzate è stato abbastanza simile (tenendo conto che de *Il Centro* sono state considerate le pagine delle 7 edizioni locali), con l'unica eccezione di *Libero* che dedica normalmente una sola pagina alla cronaca abruzzese.

I dati riguardanti la ripartizione dello spazio totale fra tutti i soggetti politici considerati (dati includenti quindi le due elezioni in tutti i quotidiani) mostrano una situazione abbastanza articolata.

Il Pluralismo Esterno: i soggetti politici

Elezioni regionali e comunali (Chieti): ripartizione dello spazio totale fra soggetti politici

Partiti politici	Percentuale
Forza Italia	14,1%
Alleanza Nazionale	13,9%
Socialisti Democratici Italiani	12,5%
DS	10,6%
Margherita	10,3%
Altri	5,1%
Governo	4,4%
Alternativa sociale	3,6%
Rifondazione Comunista	3,6%
Casa delle Libertà	3,4%
Unione di Centro	3,2%
L'Unione	2,9%
Federazione dei Verdi	2,3%
Democrazia Cristiana	2,3%
A.P.-Udeur	1,7%
Movimento Idea Sociale	1,2%
Italia dei valori-Lista Di Pietro	1,2%
La città del domani	0,8%
Repubblicani Socialisti Liberali	0,7%
Nuovo Psi	0,6%
PRI	0,6%
Radicali Italiani	0,4%
Partito dei Comunisti Italiani	0,4%
Moderati e Riformisti	0,2%
Partito Socialdemocratico Italiano	0,1%
Istituzionali	0,1%
Lega Nord	0,0%

Base: 150859 cm2

Per una corretta interpretazione della tabella è opportuno ricordare alcuni aspetti: il 12,5% dei *Socialisti Democratici Italiani* è principalmente legato alla figura di Ottaviano Del turco, così come il 3,6% di Alternativa Sociale è legato a quella di Fabrizio Bosio; la categoria *Altri* comprende alcune liste civiche presentatesi alle elezioni Comunali di Chieti; i membri del Governo sono stati considerati pertinenti per la nostra analisi solo quando sono intervenuti direttamente sulle due elezioni prese in considerazione (normalmente a sostegno di candidati della loro area politica); infine per *Istituzionali* (Presidenti della Repubblica, Camera e Senato) si fa riferimento ad una visita in Abruzzo del Presidente della Camera Casini, durante la quale è brevemente intervenuto sulle elezioni in questione.

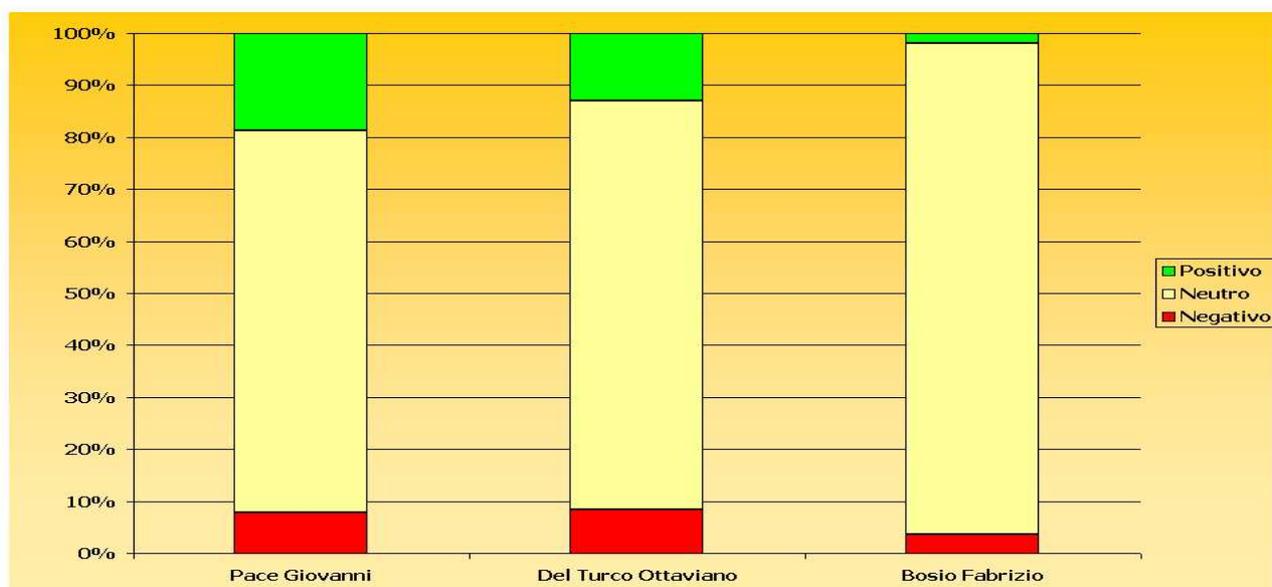
Lo stesso equilibrio s'incontra andando ad analizzare i dati relativi alle due elezioni prese singolarmente ed evidenziando lo spazio assegnato ai candidati. Nelle elezioni alla presidenza della regione, infatti, al candidato **Del Turco** è andato il **49%** dello spazio totale, a **Pace** il **42,5%** e a Bosio l'8,5%. Per quanto riguarda invece le elezioni al Comune di Chieti: **Ricci 26,8%**, **Rispoli 21,4%**, Angeloni 11,3%, Buracchio 10,8%, Di Felice 10,2%, Rocci 9,5%, Giardinelli 5,9% e Vero 4,1%.

Analogo il dato riguardante la presenza dei candidati nelle **fotografie**, con Del Turco al 49,6%, Pace al 40,9% e Bosio al 9,5%.

Per quanto riguarda la qualità della copertura dedicata ai soggetti politici pertinenti, ovvero il *Tono* della comunicazione, sono stati utilizzati due parametri: il contesto associato al soggetto pertinente e (laddove presente) il giudizio esplicito sul soggetto pertinente stesso. Tali parametri vengono sintetizzati in un unico indicatore che può essere negativo, positivo o neutro. Ancora una volta, analizzando lo spazio dedicato ai candidati delle due elezioni, non emergono forti dissonanze nel tipo di trattamento riservato dalla carta stampata nel suo complesso ai candidati. La comunicazione politica ha avuto prevalentemente un tono neutro, mentre i frammenti di comunicazione considerati positivi o negativi sono stati sovente veicolati da avversari politici del soggetto preso in considerazione, il che è abbastanza frequente durante la campagna elettorale.

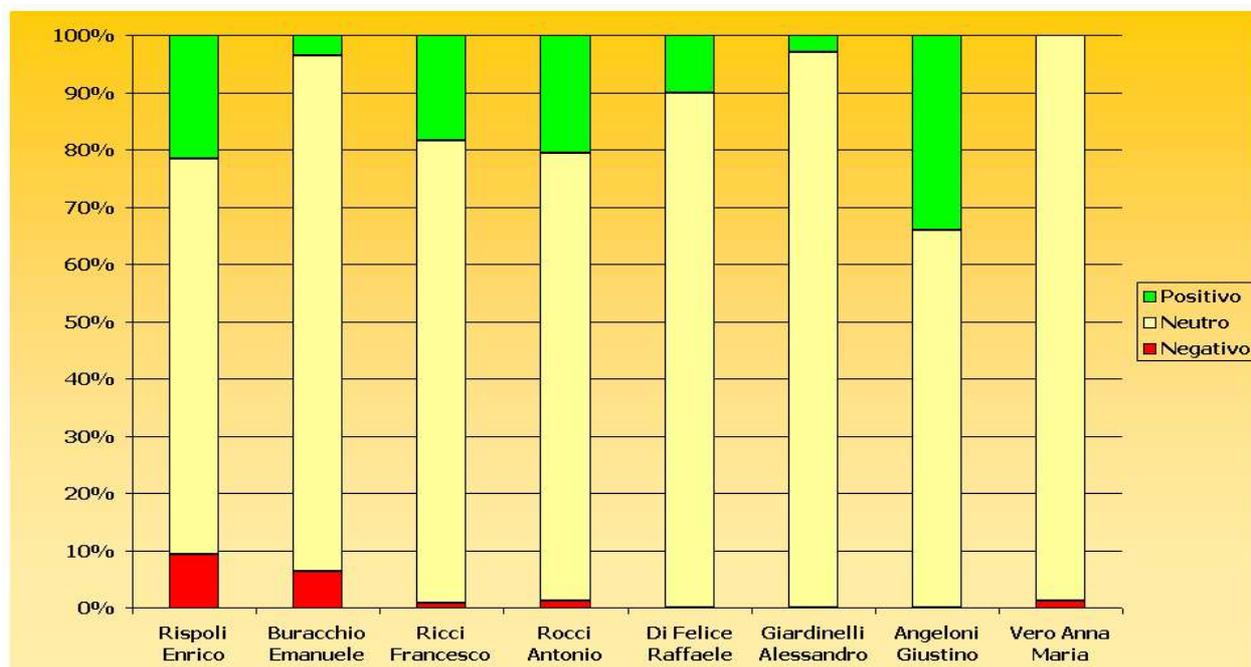
La qualità della copertura: i candidati alla presidenza della regione

Tono della copertura per i candidati alla presidenza della regione



La qualità della copertura: i candidati a sindaco di Chieti

Tono della copertura per i candidati a sindaco



Interessante l'analisi riguardante gli argomenti della campagna elettorale. Se consideriamo la ripartizione dello spazio totale fra le tipologie tematiche considerate vediamo che a *policy* (ovvero a frammenti di comunicazione chiaramente riferibili a temi specifici quali: sanità, ambiente, opere pubbliche, trasporti, ecc.) è stato dedicato circa un quarto della comunicazione politica (25,3%) mentre a *campaign* (cioè alla comunicazione di eventi strettamente connessi alla promozione elettorale quali: incontri con gli elettori, partecipazione a dibattiti, appuntamenti con i candidati, ecc.) è andato più della metà dello spazio (54,7%). Rilevante (16,8%) anche la percentuale di spazio dedicata al dibattito politico fine a se stesso e ai rapporti fra i vari partiti (*political*), mentre sembra essere marginale (3,1%) la comunicazione relativa alla sfera privata o biografica dei candidati (*personal*).

La stessa tendenza emerge in maniera ancor più chiara andando ad analizzare la ripartizione dello spazio totale fra temi, dove troviamo il 56% dello spazio totale dedicato a "informazione elettorale", 11% ad "attività di partito", 5% a "rapporti fra partiti" e il 28% a tutti gli altri temi.

Importante infine segnalare che fra questi temi i più utilizzati sono stati, in ordine decrescente:

Edilizia/Opere pubbliche,
Rapporti con le aziende partecipate,
Ambiente/Protezione del territorio,
Economia,
Lavoro/Innovazione tecnologica/Formazione,
Sanità/Salute.

Se non stupisce il frequente riferimento (o promessa) a nuove opere pubbliche durante una campagna elettorale, la seconda categoria tematica è invece principalmente legata a un avvenimento contingente accaduto durante la campagna stessa, ovvero la polemica relativa al rinnovo delle cariche alla FIRA, la società finanziaria della Regione. L'attenzione particolare dedicata a un tema, sovente di secondo piano nei discorsi dei politici, ovvero l'ambiente e la protezione del territorio, si comprende facilmente tenendo in considerazione la realtà peculiare dell'Abruzzo, regione che ha una grande fetta del proprio territorio destinato ad area protetta.

I temi dei candidati alla presidenza della regione

Associazione fra temi e candidati alla presidenza della regione

Temi	Pace Giovanni	Del Turco Ottaviano	Bosio Fabrizio
Informazione elettorale	50,3%	49,7%	76,3%
Economia	7,9%	7,3%	2,7%
Rapporti con le municipalizzate	5,9%	7,0%	0,4%
Lavoro/innovazione tec./formazione	9,1%	3,6%	2,4%
Attività di partito	4,5%	5,9%	0,0%
Rapporti fra partiti	3,2%	5,4%	3,5%
Edilizia/Opere pubbliche	4,1%	4,7%	0,7%
Sanità/salute	1,5%	3,0%	3,2%
Viabilità/traffico	0,9%	2,4%	0,2%
Ordine pubblico/sicurezza	1,6%	0,9%	0,9%
Pari opportunità	0,0%	2,3%	0,0%
Altro	1,1%	1,2%	0,0%
Istruzione/educazione	2,3%	0,2%	0,0%
Ambiente/Protezione del territorio	1,5%	0,6%	0,4%
Politiche sociali	0,4%	1,3%	2,1%
Attività della Giunta	0,9%	1,1%	0,0%
Politiche tributarie/bilancio	1,0%	0,8%	0,0%
Turismo	0,8%	0,2%	0,6%
Agricoltura/allevamento	0,5%	0,4%	0,5%
Giustizia	0,1%	0,1%	3,9%
Autonomie locali/federalismo	0,3%	0,7%	0,0%
Funzione di rappresentanza	1,0%	0,1%	0,0%
Cultura	0,7%	0,2%	0,3%
Commercio	0,0%	0,3%	1,2%
Politica estera	0,0%	0,4%	0,0%
Sport	0,3%	0,1%	0,0%
Immigrazione	0,0%	0,0%	0,7%

Base: 30367 cm2

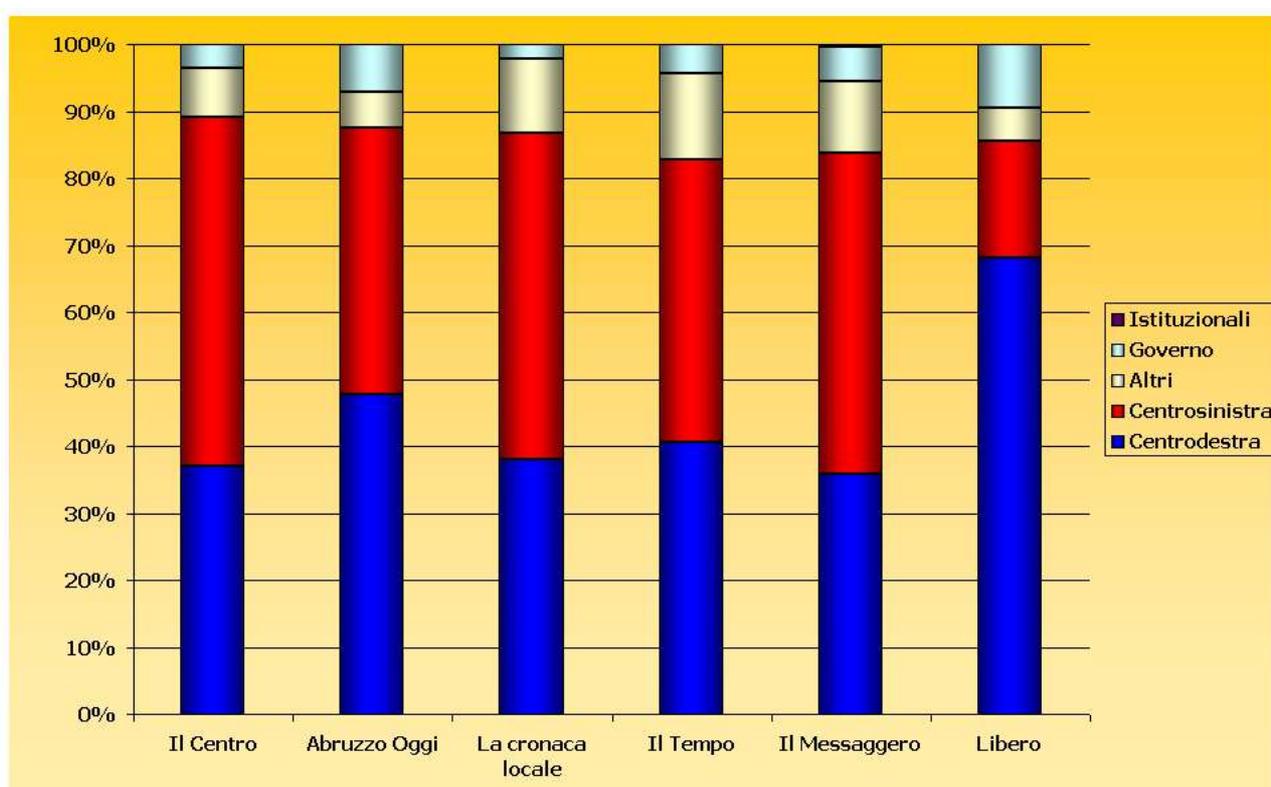
Dall'analisi dei temi utilizzati dai candidati alla presidenza regionale durante la campagna

emergono alcune curiosità: significativo, per esempio, lo spazio dedicato da Giovanni Pace agli argomenti legati al lavoro (9,1%), quasi a voler bilanciare la naturale vicinanza che il suo principale avversario, ex sindacalista di rilevanza nazionale, ha con la materia. Il 7% di Del Turco dedicato ai rapporti con le aziende partecipate, va invece visto principalmente come attacco politico a Pace in relazione alla vicenda della FIRA menzionata poco sopra.

L'analisi quantitativa del pluralismo interno (ovvero dello spazio dedicato dai singoli giornali ai soggetti politici pertinenti) infine, ci permette di osservare ancora una volta un sostanziale equilibrio nel comportamento delle differenti testate con l'unica eccezione di *Libero*, apertamente sbilanciato in favore del centrodestra.

Il pluralismo interno: attenzione alle coalizioni nei diversi giornali

Spazio totale di copertura dei soggetti politici e delle tematiche elettorali



Ancora una volta vale la pena ricordare che lo spazio attribuito al *Government* è spazio nel quale membri del *Government* sono intervenuti nelle due campagne elettorali analizzate in sostegno dei candidati del centrodestra.

L'analisi qualitativa del pluralismo interno, ovvero del tono della copertura mediatica, aiuta a comprendere meglio quali siano state le tendenze dei quotidiani durante la campagna elettorale. Per quanto in tutti i quotidiani sia il tono neutro a prevalere, in alcuni casi le variazioni dei toni negativi e positivi permettono d'individuare in maniera abbastanza evidente le preferenze politiche delle redazioni. Il caso più facilmente individuabile è forse quello di *Abruzzo Oggi*, che, a fronte di un dato quantitativo sostanzialmente equilibrato, utilizza toni positivi per il centrodestra (30,1%) e per il *Government* (51,4%) diversamente da quanto avviene per il centrosinistra (10,9%) che invece riceve il 12,9% di copertura negativa a fronte del 4,6% del centrodestra e dello 0,1% del *Government*.

Decisamente più sfumate le stime che si possono fare sulle altre testate: con *Il Centro* moderatamente critico nei confronti del centrodestra (18,2% di spazio negativo), *La Cronaca Locale* invece leggermente favorevole alla stessa parte (24,1% di spazio

positivo), così come *Il Messaggero* nei confronti del Governo (17,5%). Sostanzialmente equilibrati *Il Tempo* (con una leggerissima preferenza per il centrosinistra) e *Libero* (che ha però manifestato in modo abbastanza evidente la propria tendenza dal punto di vista quantitativo).

<i>Il Centro</i>				<i>Abruzzo Oggi</i>			
	Negativo	Neutro	Positivo		Negativo	Neutro	Positivo
Centrodestra	18,2%	66,9%	14,9%	Centrodestra	4,6%	65,3%	30,1%
Centrosinistra	5,0%	82,2%	12,8%	Centrosinistra	12,9%	76,2%	10,9%
Istituzionali		100,0%		Istituzionali			
Altri	5,3%	79,6%	15,1%	Altri	4,0%	93,5%	2,5%
Governo	6,6%	91,3%	2,1%	Governo	0,1%	48,5%	51,4%
<i>La Cronaca Locale</i>				<i>Il Messaggero</i>			
	Negativo	Neutro	Positivo		Negativo	Neutro	Positivo
Centrodestra	11,7%	64,2%	24,1%	Centrodestra	12,3%	78,4%	9,3%
Centrosinistra	14,9%	60,1%	16,0%	Centrosinistra	5,2%	86,6%	8,2%
Istituzionali		100,0%		Istituzionali		100,0%	
Altri	8,8%	69,2%	22,0%	Altri	5,1%	90,2%	4,7%
Governo	0,5%	89,2%	10,3%	Governo	0,7%	81,8%	17,5%
<i>Il Tempo</i>				<i>Libero</i>			
	Negativo	Neutro	Positivo		Negativo	Neutro	Positivo
Centrodestra	7,1%	88,0%	4,9%	Centrodestra	0,1%	95,1%	4,8%
Centrosinistra	1,0%	92,6%	6,4%	Centrosinistra	2,7%	97,3%	
Istituzionali		100,0%		Istituzionali			
Altri	2,8%	96,4%	0,8%	Altri		100,0%	
Governo	0,8%	99,2%		Governo		100,0%	