

LE ELEZIONI DEL 2018

Partiti, candidati, regole e risultati

a cura di
DOMENICO FRUNCILLO
e
FELICE ADDEO



Società
ITALIANA
DI
Studi elettorali

A cura di

Domenico Fruncillo

Felice Addeo

Le elezioni del 2018.

Partiti, candidati, regole e risultati.

Convegno Internazionale

Università degli studi di Salerno, Fisciano, 10-11 maggio 2018



© SISE, Società Italiana di Studi Elettorali

www.studielettorali.it

Prima edizione dicembre 2018

Pubblicato da

SISE – Firenze (Italy)

ISBN 9788890781827

Indice

Presentazione, <i>di Fulvio Venturino</i>	v
Una competizione ancora personalizzata: i leader di partito nelle elezioni del 2018, <i>di Diego Garzia e Fulvio Venturino</i>	1
1. I leader di partito nel nuovo contesto elettorale	1
2. La fiducia nei leader	4
3. Leader e tematiche.....	5
4. Conclusioni.....	6
Personalizzazione e antipolitica. La competizione nei collegi uninominali alle elezioni del 2018, <i>di Domenico Fruncillo e Marco Giannatiempo</i>	8
1. Introduzione	8
2. La personalizzazione e l'antipolitica	9
3. Personalizzazione e competizione nei collegi uninominali.....	14
4. Risorse e vantaggi competitivi: professionismo politico e antipolitica.....	21
5. Conclusioni.....	30
Dove ha contato (ancora) il voto alla persona. Il voto personale nei collegi meridionali vinti (o quasi) dal centrodestra, <i>di Roberto De Luca</i>	34
1. Quanto hanno contato i candidati nel “ <i>rosatellum</i> ”	34
2. Un'apparente omogeneità.....	35
3. I collegi della Camera dove vince il centrodestra	38
4. Gli elettori e le tipologie di candidati	44
5. Conclusioni.....	47
Un sistema uninominale depotenziato? Il ruolo dei candidati dei collegi uninominali alle Politiche 2018, <i>di Salvatore Borghese e Lorenzo Pregliasco</i>	50
1. Introduzione: una genesi travagliata.....	50
2. Il funzionamento della legge	52
3. I collegi uninominali	53
4. I risultati: il voto “solo candidato”	54
5. I risultati: la rappresentatività dei collegi	55
6. I risultati: l'effetto disproporzionale.....	56
7. Conclusioni.....	58

Le pluricandidature alle elezioni 2018: tra conservazione e innovazione, <i>di Luigi Di Gregorio e Michele De Vitis</i>	60
1. Le nuove regole del gioco	60
2. I partiti e le pluricandidature: dove eravamo rimasti	65
3. I partiti e le pluricandidature: le strategie del 2018.....	70
4. Conclusioni.....	79
Territorializzazione del consenso elettorale: determinati spaziali, socio-economiche e culturali, <i>di Francesco Giovanni Truglia</i>	83
1. Introduzione	83
2. Dati e fonti.....	83
3. Aspetti statistico-metodologici.....	84
4. Mutamento del consenso elettorale tra prima, seconda e terza Repubblica.....	89
5. Dove: i luoghi della competizione elettorale.....	91
6. Come: meccanismi spaziali della territorializzazione elettorale	97
7. Quanto: effetti dell'interazione spazio fisico/spazio sociale sulla formazione dello spazio-elettorale.....	101
8. Conclusioni.....	104
Le fratture socio-politiche alle elezioni politiche del 2018: preferenze di voto e posizionamento tematico delle categorie sociali, <i>di Matteo Cavallaro, Davide Policastro, Guido Salza e Massimo Angelo Zanetti</i>	112
1. Le fratture sociali, o cleavage, nei paesi industrializzati.....	113
2. Voto e caratteristiche socio-demografiche: di genere, età, istruzione e condizione socio-occupazionale	116
3. Le priorità e il posizionamento dell'elettorato sui temi della campagna elettorale.....	122
4. Lo spazio politico nell'Italia del 2018: una prima analisi	130
5. Conclusioni.....	133
Una nuova cartina per l'Italia: la <i>débâcle</i> del centro-sinistra e l'ascesa populista del Movimento 5 Stelle e della Lega, <i>di Giuseppe Maria De Rosa</i>	137
1. Introduzione	137
2. Movimento 5 Stelle e Lega: il "nuovo voto" di sinistra.....	137
3. Il <i>cleavage</i> tra aree urbane e zone periferiche.....	142
4. Dal 2013 al 2018: incrementi e perdite di consenso	146
5. Conclusioni.....	150

Un voto pieno di risentimento. Stato d’animo degli elettori e clima d’opinione diffuso alla vigilia delle elezioni politiche 2018, di <i>Maria Paola Faggiano, Lorenzo Barbanera, Ernesto Dario Calò, Melissa Mongiardo</i>	152
1. Lo scenario, gli obiettivi cognitivi, la metodologia di ricerca.....	152
2. Tutti colpevoli! Per un’interpretazione del risentimento in chiave valoriale	155
3. Rabbia e delusione come espressione del fallimento della democrazia rappresentativa	161
4. Il risentimento mirato: quando l’Altro è una minoranza.....	167
5. La politica contro la politica: la costruzione del consenso a partire dal risentimento....	172
6. Riflessioni conclusive	175
Dalla cronaca nera alle <i>issues</i> politiche: il “caso Macerata” nella campagna elettorale del 2018, di <i>Giuseppina Bonerba, Matteo Gerli, Rolando Marini, Sofia Verza</i>	181
1. Introduzione	181
2. Le coordinate metodologiche della ricerca	182
3. Il “caso Macerata”.....	184
4. I risultati della ricerca. Analisi delle “parole tema” e dei principali gruppi semantici. .	186
5. Analisi del contenuto: il framing sul “caso Macerata”.....	194
6. Conclusioni.....	199
Quali sono state le strategie di comunicazione politica messe in atto dal Movimento 5 Stelle?, di <i>Marco Improta</i>	202
1. Introduzione	202
2. Internet	203
3. Televisione	205
4. Agorà.....	207
5. Conclusione.....	210
<i>Tweet</i> and shout. Risultati preliminari di una content analysis dei <i>tweets</i> politici durante la campagna elettorale, di <i>Felice Addeo e Angela Delli Paoli</i>	212
1. Introduzione	212
2. La comunicazione politica su <i>Twitter</i>	214
3. La specificazione concettuale e la definizione operativa dello stile comunicativo.....	216
4. Il disegno della ricerca	220
5. Popolarità, partecipazione e seguito dei leader politici nella <i>Twittersfera</i>	221
6. La Content Analysis dei <i>tweets</i> : risultati preliminari.....	223
7. Osservazioni conclusive	228

I tetti di spesa come meccanismo di eguaglianza nell'esercizio del diritto di elettorato attivo e passivo. Stato dell'arte e criticità, <i>di Federica Gregori</i>	235
1. Premessa.....	235
2. Il quadro normativo attuale	236
3. Limiti e criticità della normativa	242
4. Il finanziamento elettorale e le elezioni politiche del 4 marzo 2018.....	251
5. Considerazioni conclusive.....	253
Tra il web e la piazza. Professionalizzazione e digitalizzazione nelle campagne elettorali per la Presidenza della Regione Siciliana nel 2012 e nel 2017, <i>di Rossana Sampugnaro e Francesca Montemagno</i>	259
1. Le campagne elettorali e le elezioni regionali.....	259
2. La lunga campagna elettorale.....	262
3. La struttura dei comitati e la professionalizzazione	266
4. I temi della campagna elettorale.....	271
5. Tra il web e la piazza: a che punto è la digitalizzazione delle campagne elettorali.....	275
6. La Personalizzazione nelle immagini della campagna.....	279
7. Modelli di campagna a confronto.....	282
8. Conclusioni.....	287
Note biografiche degli autori.....	290

Presentazione

Fulvio Venturino, Presidente della Società Italiana di Studi Elettorali (SISE).

Nella vicenda politica della Seconda Repubblica le elezioni parlamentari del 2013 hanno rappresentato un punto di rottura. Prima di allora, a partire dalle consultazioni del 1994, il formato della competizione era stato senza eccezione di tipo bipolare. Per quanto sfidati da altri partiti e da altre coalizioni, centrodestra e centrosinistra avevano sempre ottenuto insieme una percentuale preponderante dei voti espressi dagli italiani. E per una lunga fase solo centrodestra e centrosinistra si erano alternati alla guida del governo.

Le elezioni del 2013 hanno mutato questo assetto ventennale. Tutti i principali partiti della Seconda Repubblica in quella occasione hanno ottenuto risultati modesti, e nel caso di Forza Italia drammaticamente inferiori rispetto alle percentuali ottenute nel 2008. A fronte di questo sostanziale insuccesso collettivo, il Movimento 5 Stelle – al suo primo cimento di livello nazionale – raggiungeva un risultato eccezionale ed entrava in parlamento con gruppi parlamentari di dimensioni tali da bloccare la consolidata contrapposizione di tipo bipolare fra centrodestra e centrosinistra. Nel corso della legislatura, la formazione dopo trattative in parlamento di tre governi a guida di esponenti del Partito Democratico, ma espressione di una coalizione “di larghe intese” comprendente rappresentanti eletti nel centrodestra, sanciva la fine del bipolarismo.

Dal punto di vista della struttura del sistema dei partiti, tutto sommato le elezioni del 4 marzo 2018 studiate negli articoli compresi in questo volume non hanno comportato grandi cambiamenti. Come nel 2013, la competizione elettorale ancora basata su tre poli – centrodestra, centrosinistra e Movimento 5 Stelle – ha prodotto un parlamento a sua volta tripolare, dove nessun partito e nessuna coalizione in lizza alle elezioni disponeva della maggioranza necessaria per formare il governo. E, di nuovo, la formazione del governo ha richiesto una faticosa trattativa fra le forze presenti in parlamento. È a questo punto che le novità intervenute in occasione delle elezioni del 2018 hanno assunto un’eccezionale importanza. I risultati ottenuti dal Movimento 5 Stelle e dalla Lega (non più Nord) infatti permettevano la realizzazione di maggioranze parlamentari inedite rispetto al passato. E così, dopo settimane di trattative e di tentativi falliti, vedeva la luce l’esecutivo guidato da Giuseppe Conte, basato sul sostegno parlamentare dei due partiti che avevano “vinto” (si legga: guadagnato voti rispetto alle elezioni precedenti).

Il governo Conte costituisce una novità a livello europeo. Innanzitutto, nella maggior parte dei sistemi politici delle democrazie consolidate, la crisi dei partiti tradizionali è accompagnata dalla crescita di *un* partito populista, perlopiù di estrema destra. Dopo le elezioni del 2013, in Italia operano invece due partiti populistici di notevoli dimensioni. Peraltro, mentre la Lega nazionale e sovranista di Matteo Salvini è abbastanza facilmente accostabile ad analoghi partiti da tempo attivi in altri paesi, il Movimento 5 Stelle costituisce

un'esperienza inedita, largamente collegata allo specifico contesto italiano. Ma probabilmente più importante è la seconda caratteristica del populismo *Italian style*. Sovente i partiti populistici sono relegati all'opposizione dal *cordon sanitaire* predisposto dai partiti tradizionali, come è finora accaduto in Francia. In alternativa, con la possibile eccezione del governo Tsipras in Grecia, essi entrano come partner minori in coalizioni di governo guidate da altri partiti, secondo la attuale pratica austriaca. I due partiti populistici nostrani si sono invece uniti per dare vita ad una coalizione inedita. Inedita intanto dal punto di vista del formato, visto che il nostro paese è stato di solito governato da coalizioni ben più complesse; ma soprattutto inedita dal punto di vista della sua composizione ideologica.

Il volume pubblicato a cura della Società Italiana di Studi Elettorali raccoglie parte dei contributi presentati al convegno organizzato presso l'Università di Salerno nel maggio del 2018, realizzato a ridosso delle elezioni di marzo e ad esse dedicato. Gli articoli contenuti nel volume toccano i principali temi emersi dalle analisi dedicate a quelle votazioni. Fra questi temi, vale ricordare la nuova geografia del voto, stabilita dai successi di Lega e M5S e lontanissima dalle pratiche a cui gli elettori italiani erano abituati; l'accertamento delle determinanti territoriali e individuali che hanno guidato gli elettori verso la scelta del partito; la personalizzazione della competizione, generata tanto dalla centralità dei leader di partito nella campagna elettorale che dal ritorno dei candidati nei collegi uninominali; le modalità della comunicazione politico-elettorale; le regole relative all'elettorato, sia attivo che passivo. Inoltre, il volume presenta un'analisi delle elezioni regionali siciliane del novembre 2017, l'ultimo appuntamento di rilievo prima delle elezioni politiche di marzo.

I contributi qui raccolti sono stati redatti da ricercatori, si avvalgono di dati originali e presentano un taglio rigorosamente empirico. Nel contempo, lo stile della presentazione dovrebbe rendere i contenuti accessibili a tutti i lettori interessati. In definitiva, buona lettura a tutti.

Cagliari, dicembre 2018

Una competizione ancora personalizzata: i leader di partito nelle elezioni del 2018

Diego Garzia e Fulvio Venturino***

1. I leader di partito nel nuovo contesto elettorale

I comportamenti degli attori politici sono notoriamente influenzati dalle regole del gioco. E nel 2018 la regola essenziale di ogni elezione, il sistema elettorale, è drasticamente cambiata rispetto alle precedenti elezioni parlamentari del periodo 2006-2013. La cosiddetta legge Rosato è intervenuta su molteplici aspetti del processo elettorale: dalle strategie di competizione alla scelta dei candidati, dallo stile di comunicazione alle proposte programmatiche. Qui interessa il tema circoscritto della offerta di leadership agli elettori operata dai partiti e dalle coalizioni.

La precedente legge elettorale – il deprecato *Porcellum* – prevedeva espressamente che all’atto della presentazione tutte le liste dovessero designare il loro candidato alla carica di capo del governo. Questa disposizione aveva contribuito alle tendenze in atto verso la personalizzazione dei partiti, molti dei quali nel corso della Seconda Repubblica avevano contratto l’abitudine di apporre il nome del loro leader sul marchio elettorale. Nel 2018 la disposizione che imponeva l’indicazione del candidato premier è venuta meno. Non è invece diminuita la propensione della maggior parte dei partiti a proporsi agli elettori, e a farsi da essi identificare, sulla base della figura del leader. Così, il nome del leader era presente nei simboli di tutti e tre i maggiori partiti della coalizione di centrodestra; in quelli di due partiti minori della coalizione di centrosinistra, Civica Popolare e +Europa; e addirittura il nome di Pietro Grasso campeggiava nel contrassegno di Liberi e Uguali, un partito che per collocazione politica avrebbe dovuto presumibilmente evitare ogni forma di personalizzazione. In definitiva, i partiti che non hanno fatto riferimento al leader nei loro simboli sono stati una minoranza, ma una minoranza politicamente significativa. A parte Insieme – il quarto partner della coalizione di centrosinistra – non hanno infatti personalizzato il loro contrassegno il Movimento 5 Stelle e il Partito Democratico, vale a dire i due partiti singoli più votati e con i gruppi parlamentari di maggiori dimensioni.

Esperiti gli aspetti formali, tutti i partiti e tutte le coalizioni hanno proceduto a schierare i rispettivi leader. Come già nel 2006, il centrodestra ha messo in campo un “tridente”. Dodici anni fa l’attacco a tre punte – formato allora da Berlusconi, Fini e Casini – vide il primo prevalere facilmente sui rivali per la leadership della coalizione, nonostante la sconfitta maturata nelle urne. Rispetto alla precedente, in questa occasione è stato meglio chiarito che il partito del centrodestra che avesse ottenuto più voti avrebbe anche espresso la leadership della coalizione. Dati i prevedibili rapporti di forza, da questa competizione interna al centrodestra

* Università di Lucerna.

** Università di Cagliari.

era virtualmente esclusa Giorgia Meloni, e le aspettative prevalenti vedevano Berlusconi avvantaggiato rispetto a Matteo Salvini. Come si sa, il perdurante declino dell'anziano leader azzurro e la trasformazione della Lega (non più nord) in un movimento nazionale di successo hanno poi cambiato le cose.

Per la scelta del leader il Partito Democratico aveva promosso nel 2013 primarie di coalizione, poi vinte da Pier Luigi Bersani. Cinque anni dopo la leadership di Matteo Renzi, stabilita dallo statuto del Pd, non conosceva sfide di nessun tipo. All'interno del partito la questione era stata risolta dalle primarie stravinte dal segretario uscente contro Andrea Orlando e Michele Emiliano soltanto pochi mesi prima, nell'aprile del 2017; e fra i leader dei partiti che componevano la coalizione di centrosinistra nessuno disponeva della capacità (e della volontà) di competizione mostrata in precedenza da Nichi Vendola. Piuttosto, il Partito Democratico e la coalizione nel suo insieme dovevano affrontare il problema della ragguardevole impopolarità riservata dall'elettorato a Matteo Renzi. Non solo infatti il segretario democratico era, nel corso della campagna, fortemente osteggiato dai simpatizzanti dei partiti avversi; il suo appeal risultava scarso anche fra gli elettori del centrosinistra e, addirittura, fra i potenziali sostenitori del suo stesso partito. Posti di fronte a questa evidenza, gli esponenti di punta della coalizione in buona sostanza decisero di non decidere. La presenza a capo del governo di un autorevole esponente del Partito Democratico peraltro offriva qualche opportunità di risposta. L'andamento tutto sommato positivo dell'economia e la discreta popolarità di Paolo Gentiloni hanno indotto i dirigenti del centrosinistra a mantenere sul punto della leadership, e dell'accesso alla carica di capo del governo in caso di vittoria, una deliberata ambiguità. In ripetute dichiarazioni – alcune delle quali provenienti dallo stesso Renzi – diversi esponenti democratici hanno ammesso la possibilità di derogare alla lettera dello statuto del partito per permettere a Gentiloni di proseguire la sua esperienza alla presidenza del consiglio. Più in generale, la ventilata possibilità di garantire a Gentiloni la guida del governo del dopo-elezioni rientrava nella strategia del centrosinistra di candidare tutti i ministri per valorizzare l'operato dell'esecutivo uscente.

Sempre nell'ambito del centrosinistra, alcuni segretari dei partiti minori hanno ricercato con alterna fortuna l'ingresso in parlamento candidandosi nelle liste alleate del Partito Democratico oppure in collegi uninominali ritenuti più o meno vantaggiosi. Buona sorte hanno avuto Emma Bonino (Radicali Italiani) e Riccardo Nencini (Partito Socialista), eletti al senato, nonché Bruno Tabacchi (Centro Democratico) e Beatrice Lorenzin (Alternativa Popolare), a loro volta eletti alla camera. Meno fortuna hanno avuto Ignazio Messina (Italia dei Valori) e Angelo Bonelli (Verdi), entrambi esclusi dal parlamento. Occorre aggiungere che perlopiù questi leader di partito si sono sostanzialmente limitati a contrattare la propria candidatura con il Partito Democratico. Unica eccezione Emma Bonino, che con il Pd ha invece condotto una prolungata trattativa prima di stipulare una alleanza elettorale.

Il partito più innovativo dal punto di vista del ruolo della leadership è certamente stato il Movimento 5 stelle. Dal 2009 il movimento era stato diretto da una leadership di fatto estremamente informale, costituita dai due co-fondatori Beppe Grillo e Gianroberto Casaleggio. Fra il 2016 e il 2017 il parziale disimpegno del primo e la scomparsa del secondo hanno favorito una formalizzazione e un rinnovamento culminati con l'inizio della campagna elettorale. Nel settembre del 2017 il movimento ha così promosso primarie chiuse, riservate cioè ai soli iscritti, per selezionare un nuovo "capo politico". Alle primarie si sono candidati otto aspiranti leader, fra i quali soltanto Luigi Di Maio vantava una certa esperienza politica e godeva di notevole popolarità. E proprio Di Maio ha vinto le primarie con facilità irrisoria, ottenendo 30.936 dei 37.442 voti complessivamente espressi. Come di consueto, le primarie del M5s sono state criticate per il numero ridotto di votanti a cui si affida la selezione di importanti candidature. In effetti, la vittoria di Di Maio è stata accompagnata anche da un basso tasso di partecipazione, visto che gli iscritti aventi diritto al voto erano circa 140mila. In ogni caso, il movimento si è così allineato al Pd e alla Lega, che a loro volta avevano in precedenza scelto tramite primarie i rispettivi leader, quanto al metodo di selezione; e inoltre sotto la leadership di Di Maio il partito ha intrapreso una nuova strategia politica, mirante all'accesso al governo per mezzo della formazione di coalizioni.

In occasione delle elezioni del 2013 all'estrema sinistra dello spazio politico si era proposta Rivoluzione Civile, un partito appena nato che adottò per l'occasione uno stile di comunicazione estremamente personalizzato sotto la leadership di Antonio Ingroia. Anche cinque anni dopo le posizioni di sinistra hanno trovato espressione in un partito di recentissima formazione, Liberi e Uguali. Si trattava in realtà di una coalizione di tre partiti: Articolo 1-Movimento Democratico e Progressista, costituito dai fuoriusciti dal Partito Democratico in occasione della scissione del febbraio del 2017 e guidato da Roberto Speranza; Sinistra Italiana, principalmente basata sull'eredità di Sinistra Ecologia e Libertà, il cui leader è Nicola Fratoianni; Possibile, guidato da Pippo Civati a partire dalla sua fuoriuscita dal Pd del maggio 2015. All'approssimarsi della campagna i tre partiti convennero sull'opportunità di affidarsi ad un leader elettorale, individuato nella persona del presidente del senato, Pietro Grasso. Questa scelta privilegiava evidentemente la visibilità del candidato garantita dalla carica istituzionale occupata nella legislatura che si chiudeva. Tuttavia la leadership di Grasso è stata criticata anche da esponenti di rilievo della coalizione per la mancanza di segnali di rinnovamento, generata dall'età – non verdissima – del leader e dalla scarsa presenza di donne nei ruoli dirigenti e fra i candidati, a stento controbilanciata dalla discesa in campo del presidente della camera, Laura Boldrini. Difficile dire se la mediocre performance elettorale di Liberi e Uguali sia stata danneggiata dal fuoco amico sul tema delle scelte in materia di leadership. Ma è certo che la proposta di una leadership estremamente tradizionale non ha giovato a rafforzare l'offerta della coalizione.

2. La fiducia nei leader

Per trattare dal punto di vista empirico il tema della popolarità dei leader di partito nei mesi a cavallo del voto 2018 utilizziamo i dati di sondaggio raccolti da Itanes nel corso della campagna elettorale e successivamente al voto. Le considerazioni principali riguardano rispettivamente: il cambiamento nel gradimento dei leader tra la campagna e il periodo post-elettorale; le similitudini con i dati relativi al 2013, specialmente riguardo al ruolo dei non-leader; e il costante declino della popolarità dei leader di partito nella Seconda Repubblica.

Relativamente al primo punto, appare evidente come il risultato delle urne abbia influenzato il giudizio tanto dei vincenti quanto dei perdenti. La Tab. 1 mostra come da un lato Di Maio (+0,3 nel giudizio medio complessivo su una scala da 0 a 10) e Salvini (+0,5) abbiamo aumentato il loro grado di popolarità. Parallelamente, osserviamo come i già poco lusinghieri giudizi medi di Renzi e Berlusconi siano ulteriormente calati nella rilevazione post-elettorale (-0,4 e -0,5 rispettivamente). Ad ogni modo, nessuna variazione sostanziale si riscontra in termini assoluti: Di Maio e Salvini erano mediamente più popolari di Renzi e Berlusconi durante la campagna, e tali sono rimasti dopo il voto.

Tab. 1. La popolarità dei leader di partito nelle elezioni del 2013 e del 2018

Leader	Percentuale di giudizi sufficienti	Media	Deviazione standard	N	Solo elettori coalizione
<i>Leader di partito</i>					
<i>2013, sondaggio post-elettorale</i>					
Renzi	55,8	5,1	2,3	1388	5,8
Grillo	25,4	3,6	2,7	1426	6,4
Berlusconi	23,8	3,0	3,0	1476	6,6
Bersani	21,3	3,7	2,3	1449	5,6
Monti	16,0	3,2	2,3	1466	6,5
<i>Leader di partito</i>					
<i>2018, sondaggio pre-elettorale</i>					
Gentiloni	38,2	4,2	3,1	2258	7,3
Di Maio	36,8	4,2	3,3	2280	7,3
Grasso	28,8	3,7	2,8	2129	7,1
Salvini	28,8	3,2	3,3	2328	7,0
Renzi	23,9	3,0	3,0	2340	6,3
Berlusconi	22,0	2,8	3,1	2337	6,1
<i>Leader di partito</i>					
<i>2018, sondaggio post-elettorale</i>					
Di Maio	40,1	4,5	3,2	2347	7,4
Salvini	32,4	3,7	3,3	2392	7,3
Renzi	18,1	2,6	2,7	2408	5,4
Berlusconi	15,7	2,3	2,7	2408	5,0

Altro capitolo interessante è quello che riguarda la comparazione fra 2013 e 2018. Come nel 2013, è il leader 5 Stelle a riscuotere il giudizio medio più alto. Al contrario Silvio Berlusconi, già nel 2013 avversato dalla maggior parte degli elettori, nel corso della campagna del 2018 diventa il leader di partito più impopolare dall'inizio della serie storica Itanes. Oltretutto, è singolare come, al contrario di quanto avvenuto nel 2013, Berlusconi non riesca ad ottenere un giudizio medio positivo neanche fra gli elettori della coalizione di centrodestra.

Una notazione a parte meritano i due non-candidati inclusi nelle rilevazioni 2013 e 2018. Così come nel 2013 il leader di gran lunga più popolare risultava essere Renzi, nel 2018 è Gentiloni ad ottenere tanto il giudizio medio più alto quanto la percentuale più alta di giudizi sufficienti. In pratica, in entrambe le occasioni il Partito Democratico ha rinunciato a mettere esplicitamente in campo il suo esponente più gradito agli elettori. Per quanto potenzialmente dannosa, questa scelta dipende dal fatto che, a norma di statuto, il segretario democratico è nel contempo il candidato del partito alla carica di presidente del consiglio. E d'altra parte va sottolineato che Renzi nel 2013, e in misura minore anche Gentiloni nel 2018, hanno avuto il vantaggio di affrontare la campagna elettorale da una posizione quantomeno defilata, evitando così gli attacchi dei loro competitori.

Tab.2. La popolarità dei candidati premier nella Seconda Repubblica

Anno	Centrodestra		Centrosinistra		Movimento 5 Stelle	
1994	6,9	Berlusconi	4,3	Occhetto	-	-
1996	5,3	Berlusconi	6,2	Prodi	-	-
2001	5,9	Berlusconi	5,3	Rutelli	-	-
2006	4,7	Berlusconi	5,5	Prodi	-	-
2008	5,6	Berlusconi	5,9	Veltroni	-	-
2013	3,0	Berlusconi	3,7	Bersani	3,6	Grillo
2018	2,3	Berlusconi	2,6	Renzi	4,5	Di Maio

Nota: valori medi delle valutazioni espresse dagli elettori di tutti partiti su una scala 0-10.

Come mostra la Tab. 2, se da un lato non osserviamo enormi differenze nella comparazione fra le due tornate elettorali più recenti, una comparazione di lungo periodo mette però a nudo un trend che ad oggi sembra virtualmente irreversibile. Durante il corso della Seconda Repubblica, il giudizio medio dei leader delle due principali coalizioni si è inizialmente attestato in maniera relativamente stabile attorno a valori superiori a 5. Il 2013 rappresenta in questo senso uno spartiacque. Nessuno dei principali leader supera un giudizio medio pari a 4. Neppure Beppe Grillo, nonostante il successo del Movimento 5 stelle in quella tornata elettorale, risulta più popolare di Bersani e di Berlusconi. Nel 2018 il crollo. Né Berlusconi né Renzi raggiungono un giudizio medio pari a 3. Fa meglio Di Maio (anche meglio di Grillo) con il suo 4,5 che lo attesta a leader di partito più popolare dai tempi di Veltroni nel 2008.

3. Leader e tematiche

L'analisi che presentiamo in Tab. 3 mostra il giudizio medio per i principali leader di partito relativamente ai sottogruppi di elettori identificati sulla base del tema percepito come più importante. I temi sono ordinati da quello percepito come più rilevante a quello ritenuto meno rilevante. A livello generale, appare chiaro come Di Maio sia "troppo" più popolare degli altri leader in questa tornata. Infatti, risulta il leader preferito dalla maggioranza dell'elettorato ad eccezione, però, di quello più sensibile ai temi dell'immigrazione e della criminalità. Tra questi ultimi, non stupisce come sia proprio Salvini il leader a riscuotere il

giudizio medio più alto. E sebbene tanto Renzi quanto Berlusconi non riescano a brillare in nessuno dei sottogruppi, notiamo come Gentiloni risulti invece il leader preferito tra coloro che assegnano maggiore rilevanza a temi quali crescita economica, evasione fiscale e debito pubblico.

Anche da questo punto di vista, risulta che per il centrosinistra e per il Partito Democratico la buona esperienza di Paolo Gentiloni a capo del governo sarebbe stata la migliore carta da giocare in campagna elettorale. E tuttavia ancora una volta sembra improbabile che una esplicita candidatura del presidente del consiglio a capo della coalizione avrebbe potuto invertire le tendenze avverse dell'opinione pubblica. I temi su cui Gentiloni è stato maggiormente apprezzato infatti interessavano una fascia numericamente limitata di elettori, presumibilmente di tendenze moderate e con un buon livello di competenza politica.

Tab. 3 La popolarità dei leader dei maggiori partiti in rapporto alle preferenze degli elettori sulle tematiche

Tematiche ritenute più rilevanti	N	Di Maio ^a	Salvini ^a	Renzi ^a	Berlusconi ^a	Gentiloni ^b
La disoccupazione	763	4,7	3,5	2,5	2,1	4,1
La corruzione politica	374	4,9	2,7	2,2	1,3	3,8
Le tasse	278	5,0	4,6	2,6	3,1	3,7
L'immigrazione	268	4,4	5,9	1,9	3,3	2,9
La mancanza di crescita	235	3,9	3,4	3,1	2,4	5,0
L'evasione fiscale	158	4,1	2,5	3,2	1,5	5,7
Il debito pubblico	147	4,2	3,3	3,2	2,3	5,6
La criminalità	144	3,9	4,6	2,5	3,0	3,9
Le politiche economiche dell'Europa	55	4,5	4,2	2,6	2,7	4,2
La difesa dell'ambiente	40	5,0	3,6	3,5	2,8	4,9
Nessuno dei precedenti	37	4,5	3,9	3,1	3,2	3,3

Nota: a) sondaggio post-elettorale; b) sondaggio pre-elettorale.

4. Conclusioni

Per ciò che riguarda il ruolo dei leader di partito, le elezioni parlamentari del 2018 hanno portato con sé sia la conferma di alcune tendenze in atto che una importante innovazione. La prima conferma riguarda la tendenza verso l'apertura dei metodi di selezione. Fra i leader più importanti solo due – Silvio Berlusconi e Pietro Grasso – si trovano a capo dei rispettivi partiti o coalizioni sulla base di procedure tradizionali, basate sulle decisioni assunte da elite ristrette in un contesto di elevata informalità. La maggior parte dei leader in campo nel 2018 invece proviene da selezioni in verità ben poco competitive, e tuttavia affidate a selettorati ampi, che comprendono gli iscritti del partito di riferimento o addirittura tutti i cittadini. Come è noto, quest'ultimo caso riguarda Matteo Renzi, vincitore di due primarie di partito aperte nel 2013 e nel 2017. Primarie chiuse, in cui possono votare solo gli iscritti, sono state vinte per due volte da Matteo Salvini, sempre nel 2013 e nel 2017. Sempre primarie chiuse (e on line) ha vinto per la prima volta Luigi Di Maio. Più articolato il cammino verso la leadership del suo partito compiuto da Giorgia Meloni. Il presidente di Fratelli d'Italia è stata eletta per la prima volta nel 2014 con primarie aperte in cui era l'unica candidata. Nel 2017 Meloni è stata confermata alla guida del partito dopo un tradizionale congresso di

delegati. Mentre però i delegati che partecipano a congressi di questo tipo sono di soliti scelti dagli iscritti, in questo caso essi sono stati selezionati con una procedura in cui il diritto di voto era attribuito a tutti i cittadini. Si è dunque trattato di un innovativo metodo a più fasi, in cui comunque il elettorato coinvolto è stato quello più ampio possibile.

Un altro elemento di continuità con il passato ha riguardato la competizione per la premiership. Come detto, la riforma elettorale non aveva predisposto un ambiente favorevole alla personalizzazione della campagna, almeno a confronto di quanto era precedentemente avvenuto nel corso della Seconda Repubblica. E tuttavia tutti i partiti e coalizioni hanno preventivamente presentato agli elettori uno o più candidati alla carica di capo del governo, secondo uno schema tipico soprattutto delle democrazie maggioritarie. La scelta del candidato premier non è stata una semplice operazione di cosmesi elettorale finalizzata ad attrarre voti. I contrasti sulla leadership hanno infatti provocato divisioni – come è successo al centrodestra – oppure hanno imposto una deliberata ambiguità – come nel caso del Partito Democratico. Inoltre, la questione della scelta del leader a cui attribuire la presidenza del consiglio ha significativamente pesato nelle trattative, successive alle elezioni, volte alla formazione del governo.

Una notevole innovazione portata dalle elezioni del 2018 in tema di leadership riguarda il ricambio generazionale. Il panorama partitico è ormai dominato da esponenti politici intorno ai quarant'anni, o addirittura significativamente più giovani, come nel caso del leader del Movimento 5 stelle. La presenza femminile è un altro criterio spesso usato per valutare il rinnovamento della classe politica. Da questo punto di vista, per la verità, il rinnovamento appare meno pronunciato, tanto ai vertici dei partiti quanto nelle due camere. Né si sono registrati significativi cambiamenti per ciò che riguarda la composizione del governo.

Ma l'aspetto più rilevante – e per certi versi preoccupante – che emerge dalle sommarie analisi presentate sopra riguarda la generalizzata caduta della popolarità dei leader di partito. A questo proposito, il punto di svolta è costituito dalle elezioni del 2013, allorché, come mostra la Tab. 2, nessuno dei principali leader in campo è stato in grado di conseguire un livello seppur minimo di apprezzamento. Nel 2018 poi i leader di centrodestra e di centrosinistra sono addirittura riusciti a fare peggio, al contrario di Luigi Di Maio, il quale, pur con una valutazione media decisamente bassa, è risultato più gradito agli elettori di quanto non fosse riuscito a Grillo cinque anni prima. È difficile dire se questo trend negativo è generato da cause accertabili o se è invece l'effetto di una serie di oscillazioni casuali. Certo è che la percezione estremamente e indiscriminatamente negativa dei capi dei partiti da parte degli elettori è iniziata in concomitanza con l'ascesa del Movimento 5 stelle. Sembra quindi plausibile che questo atteggiamento costituisca parte di una più ampia sindrome che comprende la critica alle istituzioni e agli attori della democrazia rappresentativa. Ma si tratta soltanto di una speculazione, in attesa di conferme per adesso mancanti.

Personalizzazione e antipolitica. La competizione nei collegi uninominali alle elezioni del 2018

Domenico Fruncillo e Marco Giannatiempo***

1. Introduzione

Negli ultimi decenni il sistema politico italiano è attraversato da significativi e profondi mutamenti. Si tratta di cambiamenti che si osservano in quasi tutte le cosiddette democrazie mature. Tuttavia, alcuni di essi in Italia si manifestano in misura parossistica soprattutto in occasione delle consultazioni elettorali. Di recente, gli studiosi hanno rivolto una particolare attenzione ai processi di personalizzazione politica e alla diffusione di sentimenti di disaffezione e di diffidenza verso la politica. In particolare, le ricerche hanno segnalato che negli ultimi anni è cresciuta l'importanza delle personalità individuali sulla scena politica e che l'apatia ha progressivamente lasciato il posto a comportamenti caldi di ostilità verso la politica in generale e specificamente verso i soggetti tradizionali della politica rappresentativa: i partiti e i loro gruppi dirigenti (Itanes 2013).

I due concetti di personalizzazione e antipolitica definiscono il quadro generale entro cui si sviluppa la nostra riflessione. Il presupposto di fondo è che entrambi i fenomeni siano espressione della crisi della cosiddetta democrazia rappresentativa, almeno di quella specifica forma sperimentata per decenni in Europa.

L'analisi si propone di valutare se e in quale misura la personalizzazione del voto abbia contribuito a definire i risultati delle ultime elezioni. Più specificamente l'attenzione è rivolta non al ruolo dei leader nazionali, ma a quello dei candidati nei collegi uninominali.

La nostra ipotesi è che le figure dei candidati locali abbiano contribuito a orientare, in qualche misura, le scelte dei cittadini, ma in una direzione diversa a seconda del loro rapporto con la politica. Da un lato, è possibile ipotizzare che i candidati con maggiore esperienza politica siano anche più attrezzati nella conduzione delle campagne elettorali e nella ricerca del consenso. Tuttavia, all'opposto, la polemica anticasta che ha segnato la campagna elettorale potrebbe avere accresciuto la diffidenza verso il ceto politico, di conseguenza è possibile ipotizzare che i candidati più estranei alla politica siano apparsi più attraenti e siano stati premiati dagli elettori con un maggior surplus di consensi rispetto a quelli ottenuti dalle loro liste o coalizioni.

Nella prima parte preciseremo i due concetti di fondo su cui si basa la nostra analisi:

* Università di Salerno

** Università di Salerno

personalizzazione e antipolitica. In seguito osserveremo i risultati elettorali per valutare il ruolo dei candidati di collegio nella competizione locale. Infine classificheremo i candidati in base alla loro partecipazione ad attività politiche e valuteremo per ciascun gruppo di candidati il contributo aggiuntivo offerto alla performance elettorale della lista o della coalizione.

2. La personalizzazione e l'antipolitica

Nelle democrazie parlamentari consolidate, “il carattere e lo stile di campagna elettorale, la presentazione e la promozione delle politiche e l'autorità esecutiva del primo ministro sono marcatamente cambiati rispetto a quello che è stato osservato nella precedente generazione” (McAllister 2007, p. 584). Di fatto si sono ridotte le distanze reali tra regimi presidenziali e parlamentari (Poguntke e Webb 2005) soprattutto perché “la politica è diventata più personalizzata nel corso dell'ultimo mezzo secolo” (McAllister 2007, p. 584).

In generale, la personalizzazione è stata definita come lo spostamento dell'enfasi, in termini di potere e di responsabilità politica, dai soggetti collettivi agli attori individuali (Calise 2010; Poguntke e Webb 2005, p. 352). In tale prospettiva, la personalizzazione permea ogni ambito della politica: i vertici istituzionali esecutivi (presidenzializzazione), i ruoli di punta dei partiti (leaderizzazione), la comunicazione, il marketing e il voto (Legnante 1999, pp. 396-397; 2003, p. 11).

In questo articolo l'attenzione è focalizzata sulla personalizzazione del voto in base al presupposto che “le scelte degli elettori sono orientate da considerazioni attinenti più i leader dei partiti e/o i singoli candidati (appartenenti o meno al partito) che i partiti stessi” (Legnante 1999, p. 397).

La personalizzazione del voto riguarda la sfida delle personalità individuali ai partiti nelle dinamiche che determinano la strutturazione della scelta di voto. Ovviamente, un orientamento di voto non si forma sulla base di un solo elemento, ma si definisce sulla scorta di considerazioni che coinvolgono diversi aspetti non necessariamente in conflitto (Parisi e Pasquino 1977). In altri termini, un cittadino vota per un partito anche perché apprezza il suo leader o i suoi candidati. E viceversa accoglie la proposta di un candidato perché questi è esponente di un dato partito. Per altro, l'offerta elettorale di un partito comprende i candidati e i leader assieme ai simboli e al programma.

In verità, la maggior parte degli studiosi riconosce la crescente importanza dei candidati nella competizione elettorale. E infatti è ormai largamente condivisa l'affermazione che la politica *party-centered* sia stata rimpiazzata da quella *candidate-centered* (Wattenberg 1991). Ciò non significa ignorare o minimizzare l'importanza di altri fattori. Sarebbe estremamente

interessante e di grande rilievo approfondire la “competizione” tra partiti e personalità individuali. In qualche modo il ruolo delle personalità individuali potrebbe sopperire alla mancanza assoluta di stimoli dei partiti, oppure rafforzarli. Si tratterebbe, in ogni caso, di spinte convergenti. Le personalità individuali non sono antagoniste dei partiti come organizzazione e associazione, esse sono una risorsa dei partiti stessi per affrontare la competizione politico-elettorale in un contesto sociale e comunicativo mutato rispetto alla cosiddetta “età dell’oro” dei partiti di massa (Calise 2006; 2010). Ad ogni modo, da anni, non solo dal punto di vista teorico, ma anche sul terreno della verifica empirica, si cerca di isolare il peso del partito in quanto tale da quello del leader o dei candidati nella definizione delle scelte di voto. Tuttavia, la preoccupazione fondamentale della nostra riflessione riguarda la potenziale capacità delle personalità individuali di attivare i cittadini al voto, rimediando alla crisi – nel doppio significato di minore diffusione e minore intensità – della mobilitazione partitica.

La maggior parte degli studiosi ha dedicato grande attenzione al ruolo dei leader nazionali, la nostra analisi si riferisce ai candidati nei collegi locali. L’articolazione del concetto di personalizzazione della politica consente di precisare i confini della nostra analisi successiva. La personalizzazione comunemente considerata implica lo “spostamento del potere verso l’alto, da un gruppo al singolo leader” (Balmas *et al.*, p. 38). Tuttavia, accanto a questa “personalizzazione centralizzata” (*ibidem*), è stata segnalata la personalizzazione decentrata che “implica una dispersione del potere tra i membri di un gruppo o di un élite che non sono al vertice istituzionale o di partito” (*ibidem*). Sono due tipi di personalizzazione apparentemente contrastanti che tuttavia coesistono (*ivi*, p. 37), poiché sono espressione della medesima tendenza. Infatti la personalizzazione decentrata, in questa ipotesi, non è il risultato del processo inverso a quello della personalizzazione accentrata, ossia del trasferimento del potere dall’alto verso il basso o dal livello centrale al livello periferico, bensì l’esito di un decentramento verso la periferia territoriale e politica della personalizzazione. Si tratta anche in questo caso di progressiva autonomizzazione e presa di distanza dei soggetti individuali rispetto ai “vincoli” di partito. In altre parole, la personalizzazione decentrata è espressione della logica di assunzione dell’iniziativa politica in capo a singole personalità anche a livelli istituzionali non esecutivi, ruoli di partito non apicali, ambiti territoriali periferici.

Con riferimento ai comportamenti dei politici, la personalizzazione centralizzata implica che “i leader politici si comportano come singoli attori, allontanandosi dalle collettività a cui appartengono, o addirittura ignorandole” (*ivi*, p. 40); analogamente la personalizzazione decentrata comporta che i candidati – o i politici che non sono a capo dei

partiti o al vertice esecutivo delle istituzioni – si dedichino in misura crescente ad attività individuali e si tirino fuori da quelle della “squadra” (*ibidem*). Ai comportamenti dei politici fanno riscontro le decisioni degli elettori che votano tenendo conto più della stima per i leader (personalizzazione centralizzata) o per i candidati (personalizzazione decentrata) e meno facendo riferimento ai partiti e ai sentimenti di identificazione con essi. Insomma, la personalizzazione opera sia a livello centrale o nazionale sia a livello decentrato ossia sul piano locale o intermedio, a seconda che riguardi i ruoli di vertice del partito o degli esecutivi nazionali oppure ruoli e funzioni non esecutive.

Inoltre, possiamo distinguere due tipi di personalizzazione a seconda delle modalità attraverso cui si stabilisce la relazione tra la singola personalità politica e i cittadini. Recentemente, la classica tipologia del comportamento di voto – appartenenza, opinione e scambio – (Parisi e Pasquino 1977) è stata riarticolata in quattro modalità proprio tenendo conto dei processi di personalizzazione. Al voto di appartenenza e a quello di opinione sono stati affiancati il voto macropersonale e quello micropersonale (Calise 2008; 2010; Di Gregorio 2010). Essi corrispondono a due modalità di sollecitazione al voto che azionano risorse simili a quelle espresse dalla mobilitazione partitica. Il voto micropersonale deriva dall’attivazione dei candidati alle assemblee elettive i quali sono supportati dall’esercito di eletti o di nominati nelle istituzioni locali. Essi tessono rapporti più o meno duraturi e stabili con i cittadini, offrono sostegno e supporto per esigenze specifiche e particolari, promuovono e organizzano iniziative politiche nelle loro comunità. Il ruolo di questi candidati è riferibile a quello svolto dal dissolto apparato di partito. Le loro reti sopperiscono alla disarticolazione delle strutture periferiche del partito.

Il voto macropersonale deriva da una relazione “uno a molti”, tra un leader e i cittadini che si riconoscono in quella personalità. Esso si configura, alla stregua del vecchio legame di appartenenza con i partiti, come un voto carismatico, *leader-oriented*, populistico (Calise 2008; 2010; Di Gregorio 2010).

La personalizzazione della politica è fenomeno assai più articolato e complesso. Tuttavia, gli aspetti segnalati – micro e macro personalizzazione; processi di personalizzazione centralizzata e decentrata – sono sufficienti per precisare i confini della nostra analisi. L’attenzione è rivolta ai candidati nei collegi tra i quali, ovviamente, vi sono anche personalità di rilievo nazionale o capi e leader di partito. Tuttavia nella nostra ipotesi di ricerca sono importanti le loro caratteristiche professionali che potrebbero comportare vantaggi, considerata la loro capacità di maneggiare con successo le armi della raccolta del consenso, o all’inverso potrebbero rappresentare un handicap in una contingenza segnata dalla

cosiddetta antipolitica.

È necessario richiamare brevemente la nozione di antipolitica per precisare la seconda parte della nostra ipotesi di ricerca.

L'antipolitica è considerata da alcuni un parente prossimo del populismo (Mastropaolo 2005). Entrambe le nozioni – populismo e antipolitica – condividono due aspetti cruciali. In primo luogo, nel dibattito politico i due termini sono utilizzati con un'accezione negativa e spregiativa. In secondo luogo, nella letteratura scientifica si rileva una notevole ampiezza dei significati di populismo e antipolitica.

In generale, l'antipolitica può essere definita come l'insieme di retoriche e di discorsi critici nei confronti della politica (*ivi*, p. 66). E l'aggettivo "antipolitico" viene attribuito a quei partiti di più recente formazione che provano a insediarsi opponendosi alle dirigenze politiche e ai partiti tradizionali (*ivi*, p. 67). Gli obiettivi della critica antipolitica sono i partiti politici e i politici professionisti, "accusati di essere corrotti, inefficienti, parassitari, incapaci, arroganti, aperti alla corruzione e distanti dai veri bisogni della gente" (Mete 2010, p. 40).

Tuttavia il concetto può essere ulteriormente articolato. L'antipolitica *ex parte populi* è stata distinta da quella *ex parte principis* (Mastropaolo 2008) o, con altre parole, l'antipolitica dal basso dall'antipolitica dall'alto (Mete 2005; 2008; 2010) a seconda che ci si riferisca ai cittadini (*ex parte populi* o dal basso) oppure ai partiti e agli uomini politici (*ex parte principis* e dall'alto). L'antipolitica dall'alto è stata articolata ulteriormente a seconda che i discorsi, i comportamenti e gli atteggiamenti provengano dall'interno della sfera politica, da leader ed esponenti di partiti populistici o dall'esterno ad esempio da tecnocrati, intellettuali, personalità della società civile; l'antipolitica dal basso è stata specificata a seconda che essa si manifesti attraverso atteggiamenti passivi o comportamenti attivi dei cittadini (Mete 2010, pp. 39-42).

Questa specificazione del concetto è molto utile sotto il profilo analitico perché consente di riconoscere l'antipolitica sia sul versante dell'offerta politica che su quello della domanda. Ma proprio per questo l'antipolitica dal basso e quella dall'alto sono strettamente connesse, di più sono ritenute due facce o due manifestazioni dello stesso fenomeno. In base a tale logica, se consideriamo congiuntamente l'antipolitica dall'alto (*ex parte principis*) e quella dal basso (*ex parte populi*) è possibile individuare gli emittenti dei messaggi antipolitici e i destinatari, i soggetti che attivano la critica antipolitica e quelli che la accolgono o che potenzialmente sono esposti alla sua influenza. Tra i primi troviamo leader o aspiranti leader populistici, imprenditori politici che cercano di acquisire una posizione nel mercato politico-elettorale oppure intellettuali, tecnocrati, esponenti religiosi e sostenitori del

liberalismo (Mete 2010, p. 42). I destinatari della critica antipolitica possono essere di due tipi a seconda che essi abbiano atteggiamenti attivi oppure passivi. Questi ultimi hanno caratteristiche molto simili a quelle attribuite ai soggetti più sensibili ai messaggi populistici (Fruncillo 2010; 2017). Si tratta di elettori indifferenti verso la politica, sfiduciati nei confronti dei partiti, con un basso senso di efficacia personale e scarsamente motivati, e che quindi optano per la strategia di uscita dalla politica (Mete 2010, p. 42).

Il gruppo che adotta attivamente la critica antipolitica è costituito da cittadini delusi che tuttavia fanno sentire il loro dissenso, sono politicamente competenti e nutrono elevate aspettative nei confronti del sistema politico. Essi partecipano a movimenti di protesta, contestano le leadership di partito e appoggiano i partiti anti-partito (*ibidem*). Si tratta, complessivamente, di atteggiamenti e di orientamenti che si sono diffusi a seguito dei processi di mobilitazione cognitiva (Dalton 1984). La rivoluzione postmaterialista (Inglehart 1993) e la mobilitazione cognitiva hanno favorito l'incremento del numero di cittadini che reclamano un ruolo più incisivo nella politica. E infatti è aumentato il numero di coloro che prendono parte ad una qualche forma di partecipazione (Dalton 2008), che prediligono l'impegno in movimenti sociali e che guardano con interesse alle procedure seduttive della democrazia diretta e alle innovazioni accattivanti della democrazia deliberativa (Ignazi 2012).

In altre parole, l'osservazione dell'antipolitica dal basso evidenzia che alcuni contestano i partiti perché sono insoddisfatti delle loro performance di governo (antipolitica passiva), altri rivolgono critiche ai politici e ai partiti tradizionali perché li considerano poco accoglienti e scarsamente ricettivi delle opinioni degli elettori (Mete 2005). I primi sono più attenti all'output del processo decisionale: essi contestano i politici tradizionali perché non sono stati capaci di affrontare efficacemente e risolvere problemi. I secondi sono più interessati all'input del processo democratico. Essi contestano la legittimazione dei partiti e dei loro esponenti perché reclamano procedure decisionali più aperte, trasparenti e inclusive e, al contempo, perché sentono di avere essi stessi le competenze per contribuire attivamente alla formazione della decisione politica.

In secondo luogo, i cittadini a cui attribuiamo l'antipolitica dal basso passiva sono socialmente periferici, esprimono un orientamento elettorale mutevole e sono disponibili a modificare di volta in volta la propria scelta di voto a cominciare dalla decisione di partecipare alle elezioni. Essi hanno caratteristiche di marginalità politica (Franklin 2002; Crewe *et al.* 1974). Tuttavia una riflessione sui partiti dell'antipolitica sul loro esordio, ma soprattutto sul loro consolidamento nell'arena politico-elettorale, deve rivolgere attenzione soprattutto ai cittadini che hanno adottato comportamenti attivi, omogenei alla critica

antipolitica.

È plausibile che i partiti sfidanti abbiano successo a misura che l'antipolitica trovi accoglienza tra un numero crescente di cittadini e che, inoltre, l'antipolitica dal basso, anziché esprimersi passivamente e silenziosamente attraverso la defezione dai partiti tradizionali, assuma la forma dell'antipolitica attiva. D'altro canto, in assenza di una nuova offerta antipolitica che tematizzi l'avversione verso la politica tradizionale e il ceto politico professionale, è probabile che i sentimenti antipolitici non trovino uno sbocco politico esplicito.

A prescindere che l'antipolitica trovi accoglienza e si manifesti negli atteggiamenti passivi e nei comportamenti attivi dei cittadini o sia l'arma dell'élite politica che agisce dall'interno o dall'esterno della sfera politica, essa offre strumenti per argomentare un conflitto tra due gruppi antagonisti: coloro che di fatto esercitano il potere e coloro che, pur essendone formalmente i titolari, se ne sentono esclusi. Leader e partiti antipolitici invocano la mobilitazione o sollecitano il consenso di coloro che sono svantaggiati nella distribuzione del potere politico e indicano come nemici proprio i soggetti che sono ritenuti i detentori del potere reale: partiti tradizionali e politici di professione.

Cosicché sulla base di queste considerazioni è possibile immaginare che gli elettori che sono sensibili ai messaggi di partiti antipolitici e che condividono l'avversione alla politica tradizionale e, in particolare, al ceto politico professionale siano ben disposti nei confronti di coloro che sono nuovi all'impegno politico.

In sintesi, da un lato gli elettori dei partiti tradizionali sarebbero più esposti e attenti alle iniziative sviluppate in autonomia rispetto ai partiti e alle coalizioni di riferimento dai professionisti della politica e, dall'altro, gli elettori dei partiti sfidanti sarebbero più sensibili ai messaggi di candidati che hanno scarsa esperienza politica o siano addirittura estranei alla vita politica attiva. Sulla scorta di queste ipotesi abbiamo sviluppato l'analisi dei risultati elettorali nei collegi uninominali.

3. Personalizzazione e competizione nei collegi uninominali

La nuova legge elettorale, nota come *Rosatellum-bis*, ha modificato in misura significativa le regole che presiedono all'elezione del parlamento. Secondo le nuove disposizioni, circa il 61% dei seggi (386 alla Camera e 193 al Senato) è ripartito proporzionalmente tra le coalizioni e le liste che abbiano superato le soglie di sbarramento previste, mentre poco più di un terzo dei seggi (232 alla Camera e 116 al Senato) è attribuito attraverso il sistema *plurality*, per cui il seggio viene assegnato al candidato che ha ottenuto il

maggior numero di voti nel collegio. A diciassette anni dalle elezioni politiche del 2001, dunque, il sistema maggioritario è tornato a disciplinare un'elezione del parlamento nazionale, anche se per un numero inferiore di seggi rispetto alla legge Mattarella.

L'informazione giornalistica ha tenuto in grande considerazione la reintroduzione di tale sistema di attribuzione dei seggi. I principali organi di stampa si sono a lungo interrogati sul ruolo che i seggi assegnati mediante il maggioritario potessero consentire alle forze in campo (coalizione di centro-destra in primis) il raggiungimento della maggioranza in ambedue in rami del parlamento. Alcuni studi hanno cercato di prevedere l'esito dei 348 collegi e a simulare la conseguente distribuzione dei seggi nelle due Camere². L'operazione non era semplice sia per l'intrinseca difficoltà di ricavare gli orientamenti di voto in numerose aree territoriali, sia per la specificità del sistema politico italiano, che fin dal 2013 è spaccato in tre poli (Chiaramonte e De Sio 2014; Itanes 2013). Ad ogni modo, le forze politiche erano consapevoli del ruolo strategico della competizione nei collegi uninominali e infatti tutti i principali esponenti dei partiti sono stati candidati in un collegio uninominale, oltre che in una o più liste della quota proporzionale³.

I gruppi dirigenti dei partiti, gli analisti, i giornalisti erano convinti, in tempi di crisi dei partiti, della maggiore importanza dei candidati – sia dei leader che dei candidati ai consigli e alle assemblee elettive – nelle competizioni elettorali. Il peso dei candidati è stato valutato in occasione delle elezioni regionali e comunali attraverso il tasso di preferenza (Fruncillo 2005; Bolgherini e Musella 2007; De Luca 2001). In occasione delle elezioni nazionali svoltesi secondo la legge Mattarella, era stato individuato un valore aggiunto dei candidati come differenza dei voti ottenuti dai candidati nei collegi uninominali rispetto ai voti ottenuti nell'arena proporzionale dai partiti (Melchionda 2002).

Anche in occasione delle elezioni del 2018 era possibile valutare il peso dei candidati nei collegi uninominali calcolando la differenza tra i voti ottenuti complessivamente dai candidati e quelli attribuiti ai partiti. Il ruolo dei candidati è più significativo quanto maggiore è questa differenza. Ovviamente, si tratta di un indicatore di personalizzazione più debole sia rispetto al voto di preferenza sia rispetto a quello calcolato quando era in vigore la legge

² Si vedano la simulazione di Salvatore Vassallo pubblicata su *la Repubblica* del 1° febbraio 2018, pp. 4-5, e l'analisi di V. Emanuele ed A. Paparo del CISE pubblicata il 16 febbraio 2018: <https://cise.luiss.it/cise/2018/02/16/la-mappa-dei-collegi-sud-in-bilico-con-il-m5s-avanti/>

³ Si veda in proposito il comunicato dell'Istituto Cattaneo del 28 febbraio: "L'esercito dei quarantenni aspiranti parlamentari. I candidati più giovani tra Casapound e M5S. E le donne più giovani degli uomini. Molti i candidati "locali" soprattutto per il centro-sinistra. Zona rossa terra d'elezione per i "non-nativi?". Analisi a cura di Luca Pinto, Filippo Tronconi e Marco Valbruzzi, con la collaborazione di Domenico Fruncillo, Andrea Pedrazzani, Marta Regalia, Rinaldo Vignati, consultabile al seguente indirizzo: <https://www.cattaneo.org/wp-content/uploads/2018/02/Analisi-Istituto-Cattaneo-Elezioni-Politiche-2018-Analisi-anagrafica-e-geografica-dei-candidati-28-febbraio-2018.pdf>

Mattarella. Infatti il *Rosatellum-bis*, diversamente dalla legge Mattarella, prevede una sola scheda per la distribuzione dei seggi nell'arena proporzionale e nell'arena maggioritaria. E, inoltre, al contrario di quanto accade in occasione della elezione dei sindaci e dei consigli nei comuni oltre 15 mila abitanti, la nuova legge elettorale non permette il voto disgiunto, ovvero la possibilità di votare per una lista e per un candidato collegato a un'altra lista o coalizione⁴.

Ad ogni modo, sebbene l'elettore disponga di un'unica scheda per ciascuna delle due Camere, il voto s'intende validamente espresso anche qualora il segno venga tracciato soltanto sul nome del candidato in un collegio. In tal caso, il voto si trasferisce automaticamente alla lista o alla coalizione collegata a tale candidato. Un voto espresso attraverso tale modalità segnala la capacità del candidato di attrarre consenso in misura maggiore rispetto alla lista a lui collegata, e ciò è tanto più valido nel caso di coalizioni di liste, poiché in questo caso è più ampia la possibilità di scelta da parte dell'elettore.

Sulla scorta di queste considerazioni abbiamo calcolato l'indice di personalizzazione come misura della capacità di un candidato in un collegio uninominale di conquistare consenso personale. Esso è pari al rapporto tra i voti espressi per il solo candidato e il totale dei voti attribuiti al candidato e alle liste⁵. L'indice di personalizzazione calcolato per tutti i candidati in tutti i collegi è 3,8 alla Camera e 3,6 al Senato (Tab. 1). È difficile stabilire se questi valori riflettano una personalizzazione politica in crescita o in calo, poiché quella del 4 marzo 2018 è stata la prima consultazione elettorale che ha previsto questa modalità di espressione del voto. Tuttavia, malgrado la misura della personalizzazione non sia particolarmente elevata, appare non irrilevante che poco meno di quattro elettori su cento abbiano espresso una preferenza per il candidato nel collegio uninominale ma non per una lista nell'arena proporzionale. Sarà utile, quindi, approfondire questo risultato procedendo attraverso ulteriori specificazioni.

In primo luogo, si riscontra che gli indici di personalizzazione dei candidati collegati a raggruppamenti minori sono più elevati rispetto agli indici delle forze politiche principali. Tale osservazione è valida particolarmente per la gran parte delle liste che non hanno ottenuto

⁴ Il voto è valido nei seguenti casi: se il segno è tracciato sia sul rettangolo contenente il nome di un candidato nel collegio che sul simbolo di una lista a lui collegata; oppure se è tracciato soltanto sul simbolo di una lista (in tal caso il voto si trasferisce automaticamente al candidato nel collegio); e infine se è tracciato soltanto sul rettangolo che contiene il nome del candidato nel collegio (in tal caso il voto si trasferisce alla lista collegata o, nel caso di una coalizione, alle liste che ne fanno parte in proporzione ai voti ricevuti da tali liste nel collegio uninominale). Legge 3 novembre 2017, n. 165, Art. 1, comma 21, lettera a).

⁵ I voti al solo candidato sono pari alla differenza tra i voti complessivamente assegnati al candidato e quelli attribuiti alla lista o alle liste collegate. In seguito si calcola il rapporto tra i voti al solo candidato e i voti complessivi. Il risultato è moltiplicato per cento. Ad esempio, se i voti attribuiti al candidato sono 50.000 e i voti alle liste collegate sono 47.500, i voti al solo candidato sono $(50.000 - 47.500) = 2.500$. L'indice di personalizzazione è pari a $(2.500/50.000) * 100 = 5,0$.

alcun seggio nella quota uninominale. È plausibile che ciò dipenda da una maggiore necessità di personalizzazione da parte delle piccole forze politiche, le quali, rispetto ai partiti e alle coalizioni maggiori, sono poco conosciute dagli elettori e meno radicate nel territorio, e dunque hanno più bisogno del traino dei candidati locali. I candidati collegati a singole liste (quindi i candidati delle forze politiche minori, cui si aggiunge il Movimento 5 Stelle) hanno indici più elevati rispetto ai candidati delle due coalizioni. In particolare, il centro-destra ottiene indici sensibilmente inferiori rispetto alle altre forze politiche. Si potrebbe ipotizzare che gli elettori di tale coalizione siano restii a votare per un candidato espressione di un partito non affine al proprio orientamento politico senza votare, contestualmente, per la propria lista preferita. Inoltre, il centro-destra è storicamente caratterizzato da una personalizzazione che agisce in ambito nazionale: i leader di partito (Berlusconi e Salvini, e prima ancora Bossi) trainano il voto in misura notevolmente maggiore rispetto agli esponenti dei territori (Mannheimer e Natale 2008).

Il calcolo dell'indice di personalizzazione per area geografica non restituisce risultati significativamente diversi. Costituisce un'eccezione il Nord-Est, dove quasi tutte le forze politiche fanno registrare indici di personalizzazione più elevati rispetto alle altre ripartizioni territoriali: storicamente, in quest'area del paese, le preferenze elettorali dei cittadini sono mediate da candidati ben insediati sul territorio (Diamanti 2003; 2009; Feltrin e Fabrizio 2011).

Tab.1 - Indici di personalizzazione dei candidati alla Camera e al Senato per ripartizione geografica e per partito o coalizione

Ripartizione	Camera						Senato					
	Csx	Cdx	M5S	LeU	PaP	Tot	Csx	Cdx	M5S	LeU	PaP	Tot
Nord-Ovest	3,6	2,2	4,7	6,8	5,9	3,4	3,3	2,0	4,7	6,7	5,4	3,2
Nord-Est	5,1	2,4	6,6	9,3	8,4	4,5	5,2	2,4	5,9	8,6	7,4	4,3
Zona rossa	3,9	2,1	5,0	7,2	6,6	3,8	3,1	2,1	5,0	6,9	6,1	3,6
Centro	4,5	2,1	4,7	6,1	5,3	3,8	3,9	2,1	4,9	6,0	5,5	3,8
Sud	6,2	2,1	4,0	7,2	5,5	3,9	5,2	2,0	3,9	6,6	5,9	3,7
Italia	4,7	2,2	4,8	7,2	6,2	3,8	4,2	2,1	4,7	6,9	6,0	3,6

NOTE.

1. L'indice di personalizzazione è pari al rapporto tra i voti espressi ai soli candidati nei collegi uninominali (totale dei voti ai candidati - voti alle liste collegate) sul totale dei voti espressi a candidati e liste, moltiplicato per 100.
2. La ripartizione Nord-Ovest comprende: Liguria, Lombardia, Piemonte. La ripartizione Nord-Est comprende: Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige, Veneto. La ripartizione Zona rossa comprende: Emilia-Romagna, Marche, Toscana, Umbria. La ripartizione Centro comprende: Abruzzo, Lazio, Sardegna. La ripartizione Sud comprende: Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sicilia.

A partire da questi primi risultati abbiamo sviluppato ulteriormente la nostra analisi, focalizzando l'attenzione su alcuni aspetti che riteniamo possano avere qualche relazione con la personalizzazione nei collegi. A tal fine abbiamo calcolato l'indice di personalizzazione per

ognuno dei 346 candidati nei collegi uninominali (231 alla Camera e 115 al Senato⁶) delle tre forze politiche che hanno conquistato almeno un seggio attraverso l'arena maggioritaria: il Movimento 5 Stelle e le coalizioni di centro-sinistra e di centro-destra⁷. Nelle tabelle seguenti presentiamo le distribuzioni secondo alcune variabili: genere, numero di candidature, *incumbency* e distanza dalla vittoria. Inoltre, riportiamo le medie degli indici di personalizzazione calcolate nei collegi uninominali per ciascun gruppo di candidati individuati secondo i criteri precedenti.

In prima analisi ci siamo interrogati sul ruolo ricoperto dal genere dei candidati nell'attrarre voti. Tradizionalmente, le donne scontano una minore capacità di conquistare preferenze elettorali rispetto agli uomini (Fruncillo 2005; Bolgherini e Musella 2007) e per questa ragione abbiamo ipotizzato che le elezioni politiche del 4 marzo non costituissero un'eccezione. Benché il divario tra i due generi, almeno al Senato, sia abbastanza contenuto, i dati confermano che i candidati di genere maschile attirano maggiori consensi (Tab. 2). Nel caso specifico, è plausibile che la nuova legge elettorale abbia inciso in qualche misura. Le norme del *Rosatellum-bis*, infatti, impongono che ogni genere non possa essere rappresentato per oltre il 60% del totale delle candidature presentate nei collegi uninominali da ciascuna lista o coalizione⁸. Poiché, sia alla Camera che al Senato, gli uomini ricoprono quasi il 60% delle candidature complessive, è lecito ipotizzare che in assenza dei vincoli di legge le forze politiche avrebbero fatto ricorso a un maggior numero di candidati di genere maschile. Di conseguenza, è probabile che molte donne siano state candidate soltanto per ottemperare agli obblighi della legge elettorale, e che per questa ragione, non essendo molto conosciute nel territorio, non abbiano contribuito significativamente al voto per le liste a cui appartenevano.

Tab.2 - Distribuzione dei candidati (%) e indici di personalizzazione alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per genere

Genere	%	Camera		Senato		
		Media	Dev. St.	%	Media	Dev. St.
Donne	40,8	3,5	1,7	42,9	3,5	1,6
Uomini	59,2	4,2	2,7	57,1	3,8	2,1
Totale	100,0	3,9	2,3	100,0	3,7	1,9
(N)	(693)			(345)		

NOTE.

1. Media degli indici di personalizzazione calcolati in ciascun collegio secondo le modalità di cui alla nota 1, Tab. 1.

⁶ Sono esclusi i collegi uninominali della Camera e del Senato della Valle d'Aosta perché in questa regione le coalizioni di centro-sinistra e di centro-destra non hanno presentato candidati.

⁷ La base di dati è composta da 1038 casi, corrispondenti ad altrettanti candidati nei collegi uninominali di Camera e Senato per le tre forze politiche indicate.

⁸ Legge 3 novembre 2017, n. 165, Art. 1, comma 10, lettera e).

La legge elettorale prevede la possibilità che un candidato possa presentarsi sia in un collegio uninominale che in una o più liste nei collegi plurinominali, fino a un massimo di cinque⁹. Quindi, in caso di sconfitta in un collegio uninominale, un candidato può ugualmente ottenere il seggio parlamentare attraverso l'arena proporzionale nella quale, vigendo le cosiddette liste bloccate, è più semplice calcolare le probabilità di elezione dei diversi candidati: una possibilità di cui spesso beneficiano i maggiori partiti. Abbiamo dunque ipotizzato che la personalizzazione potesse risultare maggiore per quei candidati che, non disponendo di un "paracadute" nel proporzionale, siano stati più motivati nel conquistare i voti nel proprio collegio. L'analisi dei dati conferma l'ipotesi (Tab. 3). L'indice di personalizzazione cala progressivamente man mano che aumenta il numero delle candidature, passando da 4,1 alla Camera e 3,9 al Senato a 3,7 e 2,6 alla Camera e 3,5 e 2,1 al Senato. Chi si è presentato soltanto nel collegio uninominale ha ottenuto indici di personalizzazione più elevati rispetto a chi è stato candidato anche in una sola lista nei collegi plurinominali e soprattutto rispetto a chi ha beneficiato di una candidatura in due o più liste nel proporzionale.

La competitività è stata molto spesso considerata un elemento del confronto elettorale che ha incentivato iniziative e attività dei singoli candidati volti a raccogliere il maggior numero di consensi possibili. In sostanza, si ritiene che a una maggiore competitività all'interno di un collegio corrisponda una maggiore personalizzazione delle attività di comunicazione e di iniziativa politica in generale.

Tab.3 - Distribuzione dei candidati (%) e indici di personalizzazione alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per numero di candidature

N. candidature	%	Camera		Senato	
		Media	Dev. St.	Media	Dev. St.
1	72,9	4,1	2,4	69,6	2,0
2	21,1	3,7	1,9	24,1	1,5
Da 3 a 6	6,1	2,6	2,3	6,4	1,0
Totale	100,0	3,9	2,3	100,0	1,9
(N)	(693)			(345)	

NOTE.

1. V. nota 1, Tab. 2.

2. Il numero di candidature comprende sia le candidature nel collegio uninominale che quelle nelle liste della quota proporzionale. Pertanto chi rientra nella categoria "una candidatura" si è presentato soltanto nel collegio uninominale.

Per competitività intendiamo la distanza tra la soglia che consente la vittoria in un collegio e i voti ottenuti da ciascun candidato: più si è prossimi a tale soglia e maggiore potrebbe essere stato l'attivismo del candidato anche in termini di sollecitazione di voti alla sua persona piuttosto che ai partiti alle coalizioni. Questa ipotesi non è confermata (Tab. 4). È

⁹ Legge 3 novembre 2017, n. 165, Art. 1, comma 11, lettera e).

possibile interpretare il dato in questo modo: la personalizzazione aumenta man mano che diminuisce la capacità competitività delle forze politiche, malgrado essa non sembri in grado di capovolgere la gerarchia all'interno del collegio.

Tab.4 - Distribuzione dei candidati (%) e indici di personalizzazione alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per distanza dalla vittoria nel collegio

Distanza dalla vittoria	%	Camera		Senato		
		Media	Dev. St.	%	Media	Dev. St.
Vincitore	33,0	3,2	1,6	32,8	3,1	1,4
Meno di 5 punti	7,4	3,2	1,6	9,9	3,3	1,7
Da 5 a meno di 10	10,2	3,9	1,9	7,5	3,7	1,7
Da 10 a meno di 20	18,0	4,1	2,5	17,1	3,7	2,2
20 o più punti	31,3	4,7	2,8	32,8	4,4	2,1
Totale	100,0	3,9	2,3	100,0	3,7	1,9
(N)	(693)			(345)		

NOTE.

1. V. nota 1, Tab. 2.
2. La distanza dalla vittoria è espressa in punti percentuali.

Secondo un'opinione piuttosto diffusa tra gli studiosi, i candidati uscenti hanno vantaggi nella competizione elettorale nella riconferma rispetto ai propri competitori. Chi ricopre il ruolo di deputato o di senatore è probabilmente più noto agli elettori rispetto a chi esordisce nella politica nazionale. I dati, tuttavia, non sembrano confermare questa supposizione (Tab. 5). I candidati senza alcuna esperienza da deputato o da senatore hanno ottenuto performance migliori sia rispetto agli *incumbent* che agli ex parlamentari. Gli esordienti nella politica nazionale hanno dunque contribuito in misura più significativa rispetto ai più esperti, alla Camera più che al Senato. È possibile che il clima antipolitico che ha attraversato la campagna elettorale abbia avvantaggiato i candidati che si affacciano per la prima volta sulla scena politica nazionale. Su quest'aspetto ci soffermeremo nel dettaglio più avanti.

Tab.5 - Distribuzione dei candidati (%) e indici di personalizzazione alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per l'incumbency

Incumbency	%	Camera		Senato		
		Media	Dev. St.	%	Media	Dev. St.
<i>Incumbent</i>	23,4	3,7	2,0	24,9	3,4	1,7
Ex parlamentare	3,3	2,3	1,1	5,8	3,7	3,4
Esordiente	73,3	4,0	2,4	69,3	3,8	1,8
Totale	100,0			100,0	3,7	1,9
(N)	(693)			(345)		

NOTE.

1. V. nota 1, Tab. 2. È "*incumbent*" il candidato che ha ricoperto il ruolo di parlamentare nella legislatura precedente; è "ex parlamentare" il candidato che ha ricoperto il ruolo di parlamentare, ma non nella legislatura precedente; è "esordiente" il candidato che non ha mai ricoperto il ruolo di parlamentare.

4. Risorse e vantaggi competitivi: professionismo politico e antipolitica

Il principale oggetto della nostra analisi riguarda la relazione tra attività politico-istituzionali e livelli di personalizzazione del voto. Tradizionalmente, i professionisti della politica sono stati accreditati di una particolare capacità di mettere a frutto i loro ruoli istituzionali e i vantaggi che ne derivano in termini di visibilità e di partecipazione alla decisione politica ai fini della raccolta del consenso. Tuttavia, se si tiene conto che negli ultimi decenni si è diffusa una sensibilità antipolitica soprattutto per iniziativa di nuovi partiti, abbiamo ipotizzato che per gli elettori dei partiti che fanno leva su sentimenti di sfiducia nei confronti della politica e che utilizzano la retorica che avversa la politica tradizionale e il ceto politico professionale, godano di un vantaggio elettorale i candidati che si affacciano per la prima volta sulla scena politica. Per valutare queste ipotesi abbiamo elaborato un indice di professionismo politico che tiene conto a) del livello istituzionale in cui un candidato ha svolto la sua attività politica (nazionale o subnazionale), b) del periodo in cui l'ha svolta (ruolo attuale, se l'incarico è ricoperto al momento delle elezioni del 4 marzo, oppure ruolo passato), c) della durata complessiva della sua carriera politica (più o meno di cinque anni).

La tipologia si articola in quattro tipi che vanno dal massimo di estraneità al coinvolgimento più elevato nelle attività politiche (Tab. 6).

Tab.6 - Definizione operativa di professionismo politico

Livello istituz.	Ruolo attuale		Ruolo passato	
	Nazionale	Subnazionale	Nazionale	Subnazionale
Durata				
Più di 5 anni	Professionisti	Professionisti	Professionisti	Semiprofessionisti
Fino a 5 anni	Quasi profess.	Semiprofessionisti	Semiprofessionisti	Semiprofessionisti

NOTE.

1. “Neofiti”: candidati che non ricoprono e non hanno ricoperto ruoli istituzionali, fatta eccezione per l'incarico di assessore nei comuni inferiori ai 15 mila abitanti che non siano anche capoluoghi di provincia e per l'incarico di consigliere nei comuni inferiori ai 50 mila abitanti che non siano anche capoluoghi di provincia. “Semiprofessionisti”: candidati che al momento delle elezioni ricoprono ruoli istituzionali subnazionali e la cui carriera politica ha una durata non superiore a cinque anni; candidati che hanno ricoperto in precedenza ruoli istituzionali nazionali e la cui carriera politica ha una durata non superiore a cinque anni; candidati che hanno ricoperto in precedenza ruoli istituzionali subnazionali. “Quasi professionisti”: candidati che al momento delle elezioni ricoprono ruoli nazionali e la cui carriera politica ha una durata non superiore a cinque anni. “Professionisti”: candidati che al momento delle elezioni ricoprono ruoli istituzionali nazionali o subnazionali e la cui carriera politica ha una durata superiore a cinque anni; candidati che hanno ricoperto in precedenza ruoli nazionali e la cui carriera politica ha una durata superiore a cinque anni.

2. Per “ruoli nazionali” s'intendono gli incarichi di membro del governo nazionale, di parlamentare e di europarlamentare. Per “ruoli subnazionali” s'intendono gli incarichi di membro delle giunte o dei consigli regionali o provinciali, di sindaco, di assessore nei comuni capoluogo di provincia o con una popolazione superiore a 15 mila abitanti, di consigliere nei comuni capoluogo di provincia o con una popolazione superiore a 50 mila abitanti.

Indichiamo come “neofiti” i candidati senza alcuna esperienza politica o con una esperienza limitata a ruoli secondari¹⁰. Sono “semiprofessionisti” i candidati con un incarico

¹⁰ Ovvero gli incarichi di assessore nei comuni non capoluogo con meno di 15 mila abitanti e di consigliere nei comuni non capoluogo con meno di 50 mila abitanti.

attuale subnazionale e una carriera politica inferiore a cinque anni, i candidati con un incarico passato nazionale e un'esperienza politica inferiore a cinque anni, e infine i candidati con un ruolo passato subnazionale.

I “quasi professionisti” sono i candidati con un incarico attuale nazionale e un'esperienza politica inferiore a cinque anni: si tratta di tutti quei candidati, in gran parte del Movimento 5 Stelle, che si sono affacciati alla politica in seguito alle elezioni del febbraio 2013. In ultimo, indichiamo come “professionisti” quei candidati la cui carriera politica supera i cinque anni, a condizione che essi rivestano un ruolo attuale nazionale o subnazionale o abbiano ricoperto in passato incarichi di rilievo nazionale.

Ci soffermiamo brevemente sugli indici di personalizzazione relativi ai candidati nel loro complesso (Tab. 7) e articolati secondo la ripartizione territoriale (Tab. 8), così da trarre le prime sommarie indicazioni per inoltrarci, successivamente, nell'illustrazione più dettagliata delle relazioni tra la personalizzazione e il professionismo politico secondo i partiti, al fine di verificare la validità dell'ipotesi avanzata.

Tab.7 - Distribuzione dei candidati (%) per livello di professionismo politico

Professionismo	% Camera	% Senato
Neofiti	41,6	41,4
Semiprofessionisti	17,3	14,5
Quasi professionisti	8,8	8,4
Professionisti	32,3	35,7
Totale	100,0	100,0
(N)	(693)	(345)

NOTE. 1. V. nota 1, Tab. 2; 2. V. nota 1, Tab. 6.

Poco più di 4 candidati su 10 alle ultime elezioni sono neofiti della politica, ossia persone che hanno maturato al massimo una esperienza politica limitata a incarichi di secondo piano. Si tratta in buona parte di candidati del Movimento 5 Stelle, ma non sono pochi i candidati neofiti delle altre coalizioni, soprattutto del centro-destra. I professionisti della politica costituiscono circa un terzo dei candidati, nessuno dei quali appartiene al Movimento 5 Stelle. Gli indici di personalizzazione sono più elevati per i neofiti e per i quasi professionisti rispetto ai candidati con maggiore esperienza politica. Ciò appare vero in ciascuna delle ripartizioni territoriali che compongono il paese e per entrambi i rami del parlamento, con la parziale eccezione del Mezzogiorno, dove almeno alla Camera sembra resistere un consenso più elevato per i candidati con una maggiore esperienza politica, soprattutto in ambito locale.

Tab.8 - Indici di personalizzazione dei candidati alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per livello di professionismo politico e per ripartizione territoriale

Ripartizione	Professionismo	Camera		Senato	
		Media	Dev. St.	Media	Dev. St.
Nord-Ovest	Neofiti	4,3	1,4	4,1	1,4
	Semiprofessionisti	2,8	1,1	3,0	1,4
	Quasi professionisti	4,3	1,4	4,0	1,2
	Professionisti	3,0	1,2	2,6	1,1
	Totale	3,5	1,4	3,3	1,4
Nord-Est	Neofiti	5,3	2,2	4,8	1,8
	Semiprofessionisti	3,7	1,6	4,8	2,6
	Quasi professionisti	5,0	1,9	3,3	2,3
	Professionisti	4,5	2,9	4,2	3,4
	Totale	4,7	2,3	4,5	2,5
Zona rossa	Neofiti	3,8	1,7	3,9	1,6
	Semiprofessionisti	2,7	1,4	2,3	1,2
	Quasi professionisti	4,9	2,2	3,8	1,5
	Professionisti	3,5	1,9	3,2	1,4
	Totale	3,6	1,8	3,4	1,6
Centro	Neofiti	4,1	2,0	3,9	1,6
	Semiprofessionisti	4,1	3,1	2,2	0,8
	Quasi professionisti	3,2	1,4	4,7	1,6
	Professionisti	3,3	2,7	3,6	2,2
	Totale	3,8	2,4	3,6	1,8
Sud	Neofiti	3,6	1,7	4,0	1,9
	Semiprofessionisti	5,1	4,2	3,1	1,9
	Quasi professionisti	4,3	1,8	3,6	1,2
	Professionisti	4,2	3,9	3,8	2,6
	Totale	4,1	3,0	3,7	2,1
Totale	Neofiti	4,1	1,9	4,1	1,7
	Semiprofessionisti	3,7	2,8	2,9	1,7
	Quasi professionisti	4,5	1,8	3,9	1,4
	Professionisti	3,6	2,7	3,4	2,3
	Totale	3,9	2,3	3,7	1,9

NOTE. 1. V. nota 1, Tab. 2; 2. V. nota 2, Tab. 1; 3. V. nota 1, Tab. 6.

Considerati nel loro complesso, i neofiti e i quasi professionisti sembrano essere più in grado di trainare il voto rispetto a chi ha maturato una maggiore esperienza politica. Tuttavia, a questo punto possiamo verificare sulla base dei nostri dati se l'ipotesi iniziale trova un riscontro. Abbiamo ipotizzato che l'afferenza partitica incida sulla personalizzazione in misura diversa a seconda che si tratti di una forza politica tradizionale oppure di una formazione che fa ampio uso di una retorica anti-partitica. In altre parole, ipotizziamo che per le coalizioni di centro-sinistra e di centro-destra il contributo dei candidati che hanno ricoperto incarichi di maggior rilievo, ovvero i professionisti della politica, sia superiore rispetto ai candidati inesperti, mentre per il Movimento 5 Stelle sia più significativo l'apporto dei neofiti della politica.

Nel centro-sinistra i candidati con gli indici di personalizzazione più elevati sono i professionisti e i semiprofessionisti, sia alla Camera che al Senato (Tab. 9). Per entrambe queste categorie si registra un consistente divario tra i candidati con indici molto alti e coloro che invece non contribuiscono, se non in minima parte, alla performance della coalizione guidata dal Pd¹¹. In altre parole, il Pd beneficia di una nutrita schiera di portatori di voti: candidati che godono di consenso personale, derivante probabilmente dalla loro attività politica attuale o precedente, e che trainano il voto per la coalizione. Anche nel raggruppamento di centro-destra, che nel suo complesso fa registrare rendimenti peggiori rispetto al centro-sinistra e al Movimento 5 Stelle, chi ha maturato una lunga esperienza politica contribuisce maggiormente ai risultati della coalizione rispetto ai volti nuovi, alla Camera più che al Senato¹².

Sembra, nel caso delle coalizioni di centro-destra e di centro-sinistra, che i candidati senza esperienza politica e ancor più coloro che si sono affacciati alla politica attraverso un incarico di deputato o senatore nel corso della legislatura precedente scontino alcune difficoltà nel riuscire a trainare le rispettive coalizioni. Al contrario, i professionisti e i semiprofessionisti, ovvero coloro che detengono un capitale politico derivante dalle loro attività politico-istituzionali precedenti o attuali, mostrano una maggiore capacità di attrarre consenso personale.

I candidati del Movimento 5 Stelle hanno medie degli indici di personalizzazione pari a 4,8 alla Camera e 4,7 al Senato, di gran lunga superiori alle medie relative alla coalizione di centro-destra e leggermente più elevate rispetto ai rendimenti dei candidati di centro-sinistra. Tuttavia, se si considerano i valori della deviazione standard (1,4 alla Camera e 1,2 al Senato) possiamo immaginare che la media degli indici di personalizzazione calcolata per il Movimento 5 Stelle derivi da una più equilibrata distribuzione all'interno del raggruppamento, mentre per quel che riguarda il centro-sinistra i valori della deviazione standard (3,1 alla Camera e 2,3 al Senato) lascerebbero intendere che ci siano indici estremi più significativi. Nella nostra ipotesi avevamo prefigurato che in un clima di antipolitica i candidati del tutto nuovi alla politica potessero risultare avvantaggiati e quindi attrarre più

¹¹ Gli indici di personalizzazione dei candidati del centro-sinistra variano tra un minimo di 1,5 (Guido Viceconte) e un massimo di 20,7 (Fabio Venezia) alla Camera e tra un minimo di 1,8 (Dario Parrini) e un massimo di 15,2 (Riccardo Illy) al Senato. La disparità tra i candidati con rendimenti più alti e quelli con rendimenti più bassi è più accentuata tra i professionisti e i semiprofessionisti. Per esempio, alla Camera, 8 dei 10 candidati con gli indici peggiori sono professionisti, laddove 9 dei 10 candidati con gli indici migliori rientrano nelle categorie dei professionisti o semiprofessionisti.

¹² I candidati con i migliori rendimenti sono professionisti o semiprofessionisti (tutti i primi 10 alla Camera, 8 tra i primi 10 al Senato). L'indice più alto nella coalizione di centro-destra è il 6,4 di Mario Pietracupa (Camera), e vi sono 4 candidati tra Camera e Senato il cui indice di personalizzazione è inferiore a 1,0.

voti rispetto agli altri.

Questa ipotesi sembra tanto più plausibile per il fatto che dentro il Movimento 5 Stelle non vi sono professionisti della politica: l'elevata media degli indici di personalizzazione registrata dal Movimento non dipende dal contributo di candidati professionisti. La differenza tra le altre tre figure (neofiti, semiprofessionisti e quasi professionisti) non è molto elevata, soprattutto al Senato. Alla Camera il rendimento dei semiprofessionisti è più alto rispetto alle altre categorie. Potrebbe trattarsi di un dato puramente accidentale, ossia dovuto a quello che accade nei diversi territori, oppure potrebbe segnalare che anche nel Movimento comincia ad avere qualche rilevanza l'elemento della professionalità politica in termini di abilità nella mobilitazione del consenso.

Tab.9 - Indici di personalizzazione dei candidati alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per professionismo politico e per partito o coalizione

Partito o coalizione	Professionismo	Camera		Senato	
		Media	Dev. St.	Media	Dev. St.
Centro-sinistra	Neofiti	4,3	2,4	4,1	2,1
	Semiprofessionisti	5,0	3,5	4,4	2,1
	Quasi professionisti	4,3	2,2	3,2	1,0
	Professionisti	4,9	3,2	4,4	2,5
	Totale	4,7	3,1	4,2	2,3
Centro-destra	Neofiti	1,9	0,7	2,2	0,8
	Semiprofessionisti	2,2	0,8	2,0	0,6
	Quasi professionisti	0,9		1,4	0,4
	Professionisti	2,3	1,0	2,1	0,8
	Totale	2,2	0,9	2,1	0,7
Movimento 5 Stelle	Neofiti	4,8	1,4	4,8	1,2
	Semiprofessionisti	5,1	1,0	4,6	1,3
	Quasi professionisti	4,7	1,2	4,7	1,0
	Professionisti				
	Totale	4,8	1,4	4,7	1,2
Totale	Neofiti	4,1	1,9	4,1	1,7
	Semiprofessionisti	3,7	2,8	2,9	1,7
	Quasi professionisti	4,5	1,8	3,9	1,4
	Professionisti	3,6	2,7	3,4	2,3
	Totale	3,9	2,3	3,7	1,9

NOTE. 1. V. nota 1, Tab. 2; 2. V. nota 1, Tab. 6.

I candidati del centro-sinistra con prestazioni personali migliori, in quest'area del paese, sono professionisti e quasi professionisti. Nel centro-destra si rileva un equilibrio alla Camera e un rendimento leggermente più alto dei neofiti al Senato. Questo risultato, che sovverte la nostra ipotesi e le considerazioni precedenti, potrebbe essere attribuito al fatto che alcuni professionisti della politica con un passato nel governo nazionale (Santanchè, La Russa, Craxi) mostrano rendimenti davvero poco lusinghieri, che probabilmente deprimono la media

degli indici di personalizzazione per i candidati della coalizione. I candidati del Movimento 5 Stelle ottengono medie degli indici di personalizzazione più elevate rispetto alle due coalizioni, sia alla Camera che al Senato. I neofiti esibiscono medie leggermente più elevate rispetto alle altre figure. Tuttavia, l'interpretazione di questo dato necessita di cautela poiché il numero di candidati semiprofessionisti e quasi professionisti è piuttosto esiguo.

A questo punto possiamo ulteriormente specificare l'ipotesi articolando i dati per ripartizione territoriale. Procediamo con ordine descrivendo i dati nel Nord-Ovest (Tab. 10a).

Tab.10a - Indici di personalizzazione dei candidati alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per professionismo politico e per partito o coalizione nella ripartizione Nord-Ovest

Partito o coalizione	Professionismo	Camera		Senato	
		Media	Dev. St.	Media	Dev. St.
Centro-sinistra	Neofiti	3,0	0,8	3,2	1,4
	Semiprofessionisti	3,2	1,3	2,8	0,2
	Quasi professionisti	4,0	1,7	3,2	0,9
	Professionisti	3,8	1,0	3,5	0,9
	Totale	3,6	1,2	3,3	1,0
Centro-destra	Neofiti	2,3	0,6	2,3	0,3
	Semiprofessionisti	2,3	0,4	1,7	0,2
	Quasi professionisti				
	Professionisti	2,2	0,8	1,9	0,6
	Totale	2,2	0,7	2,0	0,6
Movimento 5 Stelle	Neofiti	4,8	1,2	4,8	0,9
	Semiprofessionisti	4,4	1,0	4,8	0,6
	Quasi professionisti	4,7	0,9	4,4	1,3
	Professionisti				
	Totale	4,7	1,1	4,7	0,9
Totale	Neofiti	4,3	1,4	4,1	1,4
	Semiprofessionisti	2,8	1,1	3,0	1,4
	Quasi professionisti	4,3	1,4	4,0	1,2
	Professionisti	3,0	1,2	2,6	1,1
	Totale	3,5	1,4	3,3	1,4

NOTE. 1. V. nota 1, Tab. 2; 2. V. nota 2, Tab. 1; 3. V. nota 1, Tab. 6.

Sebbene questo dato possa essere riferito alle eccezionali performance di alcuni candidati¹³, in quest'area territoriale la nostra ipotesi sembra trovare un significativo riscontro. Nel centro-destra, i candidati il cui apporto per la coalizione è maggiormente significativo sono i professionisti alla Camera e i neofiti al Senato. Occorre considerare, comunque, che alcune personalità di rilievo nazionale come Ghedini e Alberti Casellati si situano in fondo alla classifica degli indici di personalizzazione. È probabile che l'insufficiente attività politica sul territorio da parte di costoro, che nel corso della loro

¹³ In particolare Deborah Serracchiani (11,9), Lorenzo Dellai (9,7) e Francesco Martines (8,4) alla Camera, e Riccardo Illy (15,2) al Senato.

carriera politica hanno ricoperto perlopiù incarichi in ambito nazionale, abbia depresso la media degli indici dei professionisti e sia alla base dei nostri risultati. I candidati del Movimento 5 Stelle mostrano rendimenti maggiori rispetto alle altre due formazioni. I neofiti hanno medie degli indici molto elevate, alla Camera più che al Senato. Il loro contributo al rendimento complessivo di questa forza politica è più significativo rispetto a quello degli altri candidati, che sono in numero molto ridotto.

Il Nord-Est (Tab. 10b), come evidenziato in precedenza, tra le cinque ripartizioni territoriali è quella con gli indici più elevati. Nella coalizione di centro-sinistra si rileva una marcata differenza tra le medie degli indici dei professionisti della politica (7,0 alla Camera e 5,8 al Senato) rispetto a quelle degli altri candidati.

Tab.10b - Indici di personalizzazione dei candidati alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per professionismo politico e per partito o coalizione nella ripartizione Nord-Est

Partito o coalizione	Professionismo	Camera		Senato	
		Media	Dev. St.	Media	Dev. St.
Centro-sinistra	Neofiti	3,7	0,5	4,4	1,6
	Semiprofessionisti	4,6	1,2		
	Quasi professionisti	4,2	1,3	4,9	
	Professionisti	7,0	2,8	5,8	3,9
	Totale	5,1	2,2	5,2	3,1
Centro-destra	Neofiti	2,1	0,6	2,8	1,1
	Semiprofessionisti	2,2	0,6	1,8	
	Quasi professionisti			1,7	
	Professionisti	2,7	0,9	2,2	0,9
	Totale	2,4	0,8	2,4	1,0
Movimento 5 Stelle	Neofiti	6,7	1,1	5,9	1,2
	Semiprofessionisti	5,8		6,3	0,4
	Quasi professionisti	6,6	2,0		
	Professionisti				
	Totale	6,6	1,1	5,9	1,1
Totale	Neofiti	5,3	2,2	4,8	1,8
	Semiprofessionisti	3,7	1,6	4,8	2,6
	Quasi professionisti	5,0	1,9	3,3	2,3
	Professionisti	4,5	2,9	4,2	3,4
	Totale	4,7	2,3	4,5	2,5

NOTE. 1. V. nota 1, Tab. 2; 2. V. nota 2, Tab. 1; 3. V. nota 1, Tab. 6.

Proseguiamo l'analisi con le regioni della Zona rossa (Tab. 10c). Nel centro-sinistra i professionisti ottengono buoni rendimenti alla Camera ma non al Senato. Questo dato potrebbe dipendere da un basso numero di candidati all'interno di alcune categorie. Nel centro-destra i professionisti mostrano risultati migliori in ciascun ramo del parlamento¹⁴. I

¹⁴ I candidati che rientrano in tale categoria ottengono 8 dei 10 migliori indici alla Camera e soltanto uno dei 10 peggiori indici.

rendimenti dei candidati del Movimento 5 Stelle, analogamente alle ripartizioni settentrionali, sono più elevati rispetto a quelli delle due coalizioni. Anche qui va considerato che, a causa della scarsa numerosità dei semiprofessionisti e dei quasi professionisti, i candidati di queste categorie non contribuiscono particolarmente a tenere elevata la media degli indici.

Nelle regioni del Centro (Tab. 10d), sono i candidati con una ragguardevole esperienza politica a esibire i migliori risultati nella coalizione di centro-sinistra. A questo dato contribuisce il successo elettorale di alcuni candidati della coalizione, tra i quali il presidente del Consiglio uscente, Paolo Gentiloni. Nel centro-destra i professionisti mostrano indici più alti alla Camera, dove occupano 8 delle prime 10 posizioni in una ipotetica classifica dei rendimenti. Al Senato si nota maggiore equilibrio tra le varie categorie.

Tab.10c - Indici di personalizzazione dei candidati alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per professionismo politico e per partito o coalizione nella ripartizione Zona rossa

Partito o coalizione	Professionismo	Camera		Senato	
		Media	Dev. St.	Media	Dev. St.
Centro-sinistra	Neofiti	4,8	2,6	2,6	0,6
	Semiprofessionisti	2,4	0,6		
	Quasi professionisti	4,4	3,6	2,7	0,9
	Professionisti	3,8	2,0	3,3	1,5
	Totale	3,9	2,2	3,1	1,3
Centro-destra	Neofiti	1,9	0,4	1,9	0,3
	Semiprofessionisti	1,9	0,5	1,9	0,3
	Quasi professionisti				
	Professionisti	2,8	0,9	2,7	0,9
	Totale	2,1	0,7	2,1	0,6
Movimento 5 Stelle	Neofiti	4,9	0,9	5,0	0,9
	Semiprofessionisti	5,0	0,6	5,3	
	Quasi professionisti	5,3	0,4	5,2	0,5
	Professionisti				
	Totale	5,0	0,9	5,0	0,9
Totale	Neofiti	3,8	1,7	3,9	1,6
	Semiprofessionisti	2,7	1,4	2,3	1,2
	Quasi professionisti	4,9	2,2	3,8	1,5
	Professionisti	3,5	1,9	3,2	1,4
	Totale	3,6	1,8	3,4	1,6

NOTE. 1. V. nota 1, Tab. 2; 2. V. nota 2, Tab. 1; 3. V. nota 1, Tab. 6.

Anche nel Centro i candidati del Movimento 5 Stelle conquistano risultati complessivamente migliori rispetto alle due coalizioni, ma con uno scarto minore se confrontato con le altre ripartizioni territoriali. Sebbene i neofiti esibiscano medie più basse rispetto agli altri candidati, anche in questa ripartizione occorre rimarcare che il contributo alle medie degli indici dei semiprofessionisti e dei quasi professionisti non è molto rilevante, a causa dell'esiguità del numero di candidati appartenenti a queste categorie.

Concludiamo l'analisi con le regioni del Mezzogiorno (Tab. 10e). I candidati del centro-sinistra ottengono risultati migliori rispetto alle altre forze politiche (6,2 alla Camera e 5,2 al Senato, contro 4,0 e 3,9 del Movimento 5 Stelle e 2,1 e 2,0 del centro-destra). In questa coalizione sono soprattutto i professionisti, e ancor più i semiprofessionisti, a trainare il voto. Ciò potrebbe segnalare il fatto che l'attività politico-istituzionale dei semiprofessionisti è prevalentemente subnazionale, ossia locale. Si tratta, probabilmente, di candidati che riescono a tessere con i cittadini reti di rapporti stabili, durature ed efficaci nel tempo grazie alla capacità di gestire le risorse pubbliche anche a fini elettorali. Per questo raggruppamento è significativo l'apporto di alcuni candidati che fanno registrare indici tra i più alti in Italia¹⁵.

Tab.10d - Indici di personalizzazione dei candidati alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per professionismo politico e per partito o coalizione nella ripartizione Centro

Partito o coalizione	Professionismo	Camera		Senato	
		Media	Dev. St.	Media	Dev. St.
Centro-sinistra	Neofiti	4,2	3,6	3,1	0,7
	Semiprofessionisti	5,1	3,5		
	Quasi professionisti	2,3	0,3	3,5	1,3
	Professionisti	4,9	3,6	4,3	2,3
	Totale	4,5	3,4	3,9	2,0
Centro-destra	Neofiti	1,5	0,4	2,0	0,7
	Semiprofessionisti	2,0	0,4	2,2	0,8
	Quasi professionisti				
	Professionisti	2,3	0,9	1,9	0,6
	Totale	2,1	0,8	2,1	0,7
Movimento 5 Stelle	Neofiti	4,6	1,3	4,7	1,3
	Semiprofessionisti	6,8			
	Quasi professionisti	4,6	0,8	5,9	0,3
	Professionisti				
	Totale	4,7	1,3	4,9	1,2
Totale	Neofiti	4,1	2,0	3,9	1,6
	Semiprofessionisti	4,1	3,1	2,2	0,8
	Quasi professionisti	3,2	1,4	4,7	1,6
	Professionisti	3,3	2,7	3,6	2,2
	Totale	3,8	2,4	3,6	1,8

NOTE. 1. V. nota 1, Tab. 2; 2. V. nota 2, Tab. 1; 3. V. nota 1, Tab. 6.

Il ruolo dei semiprofessionisti è rilevante anche nella coalizione di centro-destra, presumibilmente per ragioni analoghe. Anche nel Movimento 5 Stelle i due semiprofessionisti della Camera mostrano valori alti, laddove al Senato sono i quasi professionisti a ottenere rendimenti migliori.

¹⁵ Vi sono 11 candidati alla Camera, tutti del centro-sinistra, con indici superiori a 10,0. I 20 candidati, tra Camera e Senato, con una migliore performance elettorale sono tutti appartenenti alla coalizione guidata dal Pd. Tra costoro si segnalano Fabio Venezia (20,7) e Vittorino Facciolla (19,9), i due candidati con il miglior rendimento personale in assoluto.

Tab.10e - Indici di personalizzazione dei candidati alla Camera e al Senato (media e deviazione standard) per professionismo politico e per partito o coalizione nella ripartizione Sud

Partito o coalizione	Professionismo	Camera		Senato	
		Media	Dev. St.	Media	Dev. St.
Centro-sinistra	Neofiti	4,7	2,5	5,8	2,9
	Semiprofessionisti	7,1	4,8	5,2	2,3
	Quasi professionisti	6,0	2,0	2,6	
	Professionisti	6,4	4,6	5,1	2,9
	Totale	6,2	4,1	5,2	2,7
Centro-destra	Neofiti	1,9	0,9	2,0	0,9
	Semiprofessionisti	2,5	1,3	1,9	0,6
	Quasi professionisti	0,9		1,1	
	Professionisti	2,2	1,2	2,2	0,9
	Totale	2,1	1,1	2,0	0,8
Movimento 5 Stelle	Neofiti	4,0	1,1	3,9	1,0
	Semiprofessionisti	5,0	1,7	3,4	0,6
	Quasi professionisti	3,8	0,9	4,2	0,5
	Professionisti				
	Totale	4,0	1,1	3,9	0,9
Totale	Neofiti	3,6	1,7	4,0	1,9
	Semiprofessionisti	5,1	4,2	3,1	1,9
	Quasi professionisti	4,3	1,8	3,6	1,2
	Professionisti	4,2	3,9	3,8	2,6
	Totale	4,1	3,0	3,7	2,1

NOTE. 1. V. nota 1, Tab. 2; 2. V. nota 2, Tab. 1; 3. V. nota 1, Tab. 6.

5. Conclusioni

Personalizzazione e antipolitica sono tra i fenomeni più evidenti della lunga transizione del sistema politico italiano. Le elezioni del 2018 si sono tenute in un clima fortemente segnato dalla disaffezione verso la politica e dall'aperta ed esplicita ostilità nei confronti delle tradizionali forme politiche e in particolare verso il ceto politico. Inoltre, la nuova legge elettorale aveva reintrodotta la competizione nei collegi uninominali in cui poteva risultare decisivo il contributo aggiuntivo del candidato ai fini dell'assegnazione del seggio parlamentare. Tra l'altro molte simulazioni avevano evidenziato come la distribuzione dei seggi nell'arena maggioritaria poteva risultare decisiva per la formazione di una maggioranza in parlamento. L'obiettivo di questo saggio era di valutare se e in quale misura la personalità dei candidati nei collegi uninominali avesse accresciuto la performance elettorale di partiti e coalizioni. Abbiamo calcolato un indice di personalizzazione e abbiamo quindi appurato che circa 4 elettori su cento (3,8) hanno votato solo per il candidato. Tale percentuale risulta più elevata per le piccole forze politiche, che probabilmente godono di minore visibilità nazionale e sono dotate di una struttura territoriale più debole, e dunque i candidati hanno una maggiore importanza relativa nel processo di raccolta dei consensi. Inoltre l'indice di personalizzazione è più elevato per i candidati sostenuti da una sola lista.

La parte centrale della nostra analisi è stata dedicata alla relazione tra l'indice di personalizzazione e il livello di professionismo politico. In passato alcuni studi hanno evidenziato che i professionisti della politica detengono in misura maggiore le risorse e le abilità necessarie a sollecitare il consenso degli elettori. Tuttavia, è necessario tenere conto della circostanza che negli ultimi anni il clima politico è segnato da una crescente disaffezione verso la politica e di sempre più esplicita ostilità verso i soggetti della politica tradizionale e in particolare verso il ceto politico, spesso sostenuta da alcuni nuovi soggetti che si sono affermati nell'arena politico-elettorale proprio tematizzando l'avversione verso la casta politica. Di conseguenza, la nostra ipotesi era che tra i candidati delle forze politiche tradizionali l'indice di personalizzazione fosse più elevato tra coloro che avevano un maggiore esperienza di attività istituzionale. Al contrario, tra i candidati delle forze politiche sfidanti l'appeal era maggiore per coloro che erano estranei alle attività politico-istituzionali. Per valutare la nostra ipotesi abbiamo concentrato l'attenzione sui risultati dei candidati del Movimento 5 Stelle e delle coalizioni di centrodestra e di centrosinistra. Le due coalizioni rappresentano forze politiche tradizionali, laddove il Movimento si configura come un soggetto sfidante. Tra l'altro nei collegi sono stati eletti solo candidati del M5S o delle due coalizioni di centrodestra e di centrosinistra. Inoltre i candidati sono stati classificati in 4 categorie a seconda della maggiore o minore partecipazione ad attività politico-istituzionali: professionisti, quasi professionisti, semiprofessionisti e neofiti. I criteri utilizzati per la classificazione sono tre: il periodo in cui l'incarico è stato ricoperto (attuale o precedente), il livello istituzionale (nazionale o subnazionale), la durata della carriera politica (maggiore o minore di cinque anni).

Dall'analisi è emerso che l'indice di personalizzazione è più elevato per i candidati del Movimento 5 Stelle rispetto ai candidati delle altre due coalizioni. Tra i candidati del M5S non vi sono professionisti, e ai neofiti di questa forza politica spesso vengono attribuiti voti aggiuntivi superiori a quelli calcolati per i semiprofessionisti e i quasi professionisti. Disaggregando i dati per area geografica emergono alcune specificità che non sembrano mettere in questione la tendenza generale. Tra i candidati delle due coalizioni gli indici di personalizzazione più elevati sono stati calcolati con riferimento ai professionisti. Insomma, sostanzialmente sembra confermata o non smentita la nostra ipotesi. Bisogna naturalmente tenere conto che il nostro indicatore della personalizzazione è poco robusto e presenta una misura piuttosto ridotta, per cui le differenze rilevate tra ciascuna categoria di candidato molto spesso sono davvero esigue. Non se ne possono ricavare conclusioni perentorie. A tale scopo potrebbe risultare utile replicare la nostra analisi in occasione delle prossime elezioni.

Bibliografia

- Balmas, M., Rhat, G., Sheaffer, T., & Shenhav, S. R. (s.d.) *Two routes to personalized politics: Centralized and decentralized personalization*, in *Party Politics*, 20(1), pp. 37-51.
- Bolgherini S., e Musella, F. (2007) *Voto di preferenza e politica personale*, in *Quaderni di Scienza Politica*, 14(2), pp. 275-305.
- Calise, M. (2006) *La Terza Repubblica. Partiti contro Presidenti*, Roma, Laterza.
- Calise, M. (2008) *Il voto che si fa in quattro*, in *ItalianiEuropei*(3), pp. 8-14.
- Calise, M. (2010) *Il Partito personale. I due corpi del leader*, Roma, Laterza.
- Chiaromonte, A., e De Sio, L. (2014) *Terremoto elettorale*, Bologna, Il Mulino.
- Crewe, I., Fox, T., e Alt, J. (1974) *Non-voting in British General Elections 1966-October 1974*, in Crouch (a cura di) *British Political Sociology Yearbook, Volume 3, Participation in Politics*, London, Croom Helm, pp. 38-109.
- Dalton, R. (2008) *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies - 5th Ed.*, Washington D.C., CQ Press.
- Dalton, R. J. (1984) *Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies*, in *Journal of Politics*, 46, pp. 264-284.
- De Luca, R. (2001) *Il ritorno dei campioni delle preferenze nelle elezioni regionali*, in *Polis*, XV(2), pp. 227-245.
- Di Gregorio, L. (2010) *Election*, in Calise e Lowi (a cura di) *Hyperpolitics: An Interactive Dictionary of Political Science Concepts*, Chicago, University of Chicago Press, pp. 100-101.
- Diamanti, I. (2003) *Bianco, rosso, verde... e azzurro*, Bologna, Il Mulino.
- Diamanti, I. (2009) *Mappe dell'Italia Politica. Bianco, rosso, verde, azzurro... e tricolore*, Bologna, Il Mulino.
- Feltrin, P., e Fabrizio, D. (2011) *Capire i risultati elettorali*, Roma, Carocci.
- Franklin, M. N. (2002) *The Dynamics of Electoral Participation*, in LeDuc, Niemi e Norris (a cura di) *Comparing Democracies 2. New Challenges in the study of Elections and Voting*, London, Sage Publications, pp. 148-168.
- Fruncillo, D. (2005) *Riflessioni sulle elezioni regionali*, in *Democrazia e Diritto*, XLIII(2), pp. 172-195.
- Fruncillo, D. (2010) *Gli Italiani populistici*, in *Democrazia e Diritto*, XLVII(3-4), pp. 235-296.
- Fruncillo, D. (2017) *Populism and the Italian Electorate: Towards a Democracy without Parties?*, in *Athens Journal of Social Sciences*, 4(3), pp. 285-310.
- Ignazi, P. (2012) *Forza senza legittimità. Il vicolo cieco dei partiti*, Roma-Bari, Laterza.
- Inglehart, R. (1993) *Valori e cultura politica nella società industriale avanzata*, Padova,

Liviana.

Itanes (2013) *Voto Amaro. Diincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*, Bologna, Il Mulino.

Legnante, G. (2003) *La personalizzazione del voto. Come la vedono i parlamentari italiani*, in Quaderni dell'Osservatorio Elettorale(50), pp. 9-38.

Legnante, G. (1999) *Personalizzazione della politica e comportamento elettorale, Con una ricerca sulle elezioni comunali*, in Quaderni di Scienza Politica, VI(3), pp. 395-488.

Mannheimer, R. e Natale, P. (a cura di) (2008). *Senza più sinistra. L'Italia di Bossi e Berlusconi*, Milano, Il Sole 24 ore.

Mastropaolo, A. (2005) *La mucca pazza della democrazia. Nuove destre, populismo, antipolitica*, Torino, Bollati Boringhieri.

Mastropaolo, A. (2008), *Le trappole dell'antipolitica*, in Nuvole, n. 33, pp. 3-9.

McAllister, I. (2007) *The personalization of politics*, in Dalton e Klingemann (a cura di) *The Oxford handbook of political behavior*, Oxford, Oxford University Press, pp. 571-588.

Melchionda, E. (2002) *L'alternanza prevista. La competizione nei collegi uninominali*, in Pasquino (a cura di) *Dall'Ulivo al governo Berlusconi: Le elezioni del 13 maggio 2001 e il sistema politico italiano*, Bologna, Il Mulino, pp. 23-106.

Mete, V. (2005) *Cittadini contro i partiti. Antipartitismo e antipartitici in Italia*, in Polena, n. 3, pp. 9-36.

Mete, V. (2008) *Antipolitica e antipolitici*, in Nuvole, n. 33, pp. 31-38.

Mete, V. (2010) *Four types of anti-politics: Insights from the Italian case*, in *Modern Italy*, 15(1), pp. 37-61.

Parisi, A. e Pasquino, G. (1977) *Relazioni Partiti-Elettori e tipi di voto*, in Parisi e Pasquino (a cura di) *Continuità e mutamento elettorale in Italia*, Bologna, Il Mulino, pp. 215-249.

Poguntke, T. e Webb, P. (a cura di) (2005) *The presidentialization of politics: A comparative study of modern democracies*, Oxford, Oxford University Press.

Wattenberg, M. (1991) *The Rise of Candidate-Centered Politics: Presidential Elections of the 1980s*, Cambridge, Harvard University Press.

Dove ha contato (ancora) il voto alla persona. Il voto personale nei collegi meridionali vinti (o quasi) dal centrodestra.

*Roberto De Luca**

1. Quanto hanno contato i candidati nel “rosatellum”

Alla messa in pratica, il “rosatellum” ha mostrato, forse, uno dei più grossi limiti riconducibili al principio che ogni sistema maggioritario, con collegi uninominali, dovrebbe privilegiare il criterio di scelta per l’elettore verso un candidato, prima ancora che per un partito. Soprattutto l’ampiezza dei collegi, con un numero di elettori mediamente intorno a 200mila, e lo stretto collegamento fra collegio maggioritario e collegio plurinominale, hanno quasi “imposto” all’elettore di affidare il proprio consenso basandosi su criteri diversi dalla scelta del candidato. La grandezza, per numero di elettori, dei collegi in una campagna elettorale giocata quasi esclusivamente sulle televisioni nazionali ha quasi oscurato i candidati in lizza nei collegi che, d’altra parte, non disponevano di risorse tali da permettere loro di allestire iniziative per farsi conoscere dagli elettori del collegio. Anche quando qualche candidato “maggioritario” è andato in televisione (nazionale) lo ha fatto esclusivamente quale rappresentante del partito “nazionale” e non come candidato alla rappresentanza di quel dato territorio. Né i partiti sono in grado di coprire l’intero territorio del collegio con iniziative (proprie del vecchio modo di fare propaganda, a partire dal “porta a porta” e dal comizio pubblico) atte a far conoscere i propri candidati. Quasi sempre le attività dei partiti e dei singoli elettori si sono limitate, infatti, ad una presentazione del candidato, il più delle volte in locali chiusi, con una scarsa o nulla efficacia nei confronti degli elettori in cerca del candidato o partito da votare.

L’obbligatorietà del voto “congiunto” fra uninominale e plurinominale, con addirittura il trasferimento per quote alle liste del plurinominale della stessa coalizione in caso del voto al solo candidato maggioritario¹, ha influito sulla scelta dell’elettore che, nella gran parte dei casi, ha preferito ragionare sull’efficacia del suo doppio voto e non solo sul candidato maggioritario che avrebbe potuto rendere meno efficace la sua scelta. Vedremo che, in modo quasi paradossale, in qualche occasione il candidato maggioritario è stato valutato dall’elettore in modo “contrario” determinando una scelta complessiva per il partito al fine di non dover premiare quel dato candidato ritenuto “invotabile”.

Il voto “congiunto”, in qualche caso, ha potuto determinare la scelta dell’elettore a svantaggio del candidato maggioritario. È potuto succedere che un candidato da votare nell’uninominali non sia stato scelto per dover trasferire il proprio voto anche a partiti e candidati “invotabili” nel plurinominale. La previsione normativa delle “liste bloccate” limita molto la scelta dell’elettore che senz’altro preferirebbe votare i candidati che, invece, sono

*Università di Lucerna

¹ Su tale aspetto della legge sono stati presentati ricorsi di gruppi di cittadini presso i tribunali di Firenze, L’Aquila e Roma, senza, però, che i giudici abbiano sollevato questioni di legittimità costituzionale presso la corte (Chiusolo 2018).

stabiliti nell'ordine dai partiti. E il criterio prevalente utilizzato da tutti i partiti in questa elezione, ma anche in precedenza con il *porcellum*, è stato quello di assicurare l'elezione – anzi, la “nomina” - di alcuni candidati, non sempre giudicati dagli elettori come i “migliori”.

Nella nostra analisi, attraverso i risultati, riusciamo ad individuare qualche candidato maggioritario che è riuscito ad ottenere consensi “personali” e, conseguentemente, aver contribuito al risultato delle proprie liste del proporzionale, ma sarebbe impossibile individuare, sempre attraverso l'analisi dei risultati, gruppi di candidati di una stessa lista bloccata che abbiano contribuito al risultato del candidato maggioritario. Sulle decisioni di voto degli elettori in un sistema con liste bloccate, come nel *rosatellum*, valgono le medesime considerazioni fatte a proposito del *porcellum* (Itanes 2006; Itanes 2008; Itanes 2013; Diamanti 2013).

Come si ricorderà la Corte Costituzionale bocciò le liste bloccate del *porcellum* per il fatto che erano troppo lunghe e, quindi, potevano disorientare l'elettore nella sua scelta. La riduzione dei candidati ad un massimo di 4, e con la possibilità di un candidato del proporzionale di presentarsi in 5 collegi oltre, eventualmente, in un collegio uninominale, pare non sia stata dirimente per l'elettore che ha guardato poco ai candidati per decidere a chi assegnare il suo doppio voto congiunto. Evidentemente, i partiti che sono stati favorevoli a questo sistema elettorale erano preoccupati più della selezione-nomina di alcuni candidati che assegnare agli elettori l'opportunità di scegliere i propri rappresentanti.

È appena il caso di accennare qui ai cosiddetti candidati “scossi”² del M5S, cioè quei candidati che pur essendo incorsi al “ripudio” del partito a pochi giorni dalle elezioni, sono riusciti ugualmente ad ottenere il seggio. Qui citiamo l'accadimento per confermare quanto poco abbiano contato i candidati nel criterio di scelta dell'elettore. E, in maniera quasi paradossale, dobbiamo rilevare che a fronte dell'inconsistenza, in generale, della scelta degli elettori verso i candidati dei collegi, emerge il voto “personale”, *leader-oriented* (Mazzoni e Ciaglia 2015), nella scelta dei partiti nazionali attraverso i loro leader: la Lega di Salvini, il M5S di Di Maio-Grillo, il partito “Fratelli d'Italia” della Meloni, e, forse più in forma negativa, il PD di Renzi e FI di Berlusconi.

2. Un'apparente omogeneità

La cartina colorata dell'Italia – mostrata ampiamente su siti web e giornali, all'indomani delle elezioni - che ha la parte corrispondente alle regioni del Sud quasi completamente gialla (il colore del M5S) può trarre facilmente in inganno nell'interpretazione del comportamento degli elettori meridionali. A parte le quattro macchioline azzurre che indicano la vittoria del candidato maggioritario del centrodestra, il successo del M5S non è stato ovunque della stessa portata.

² Terminologia derivata dalle corse dei cavalli e, più specificatamente, dal Palio di Siena, dove il cavallo “scosso” è il cavallo che perde il fantino e continua ugualmente la sua corsa e, in qualche raro caso, riesce anche a vincere.

Dalla tabella 1 che riporta le percentuali dei voti ottenuti dai candidati dei tre principali schieramenti nelle singole regioni, possiamo rilevare che le variazioni fra il minimo e il massimo nei collegi, a volte, sono notevoli e ciò vale soprattutto per il M5S che si è aggiudicato 82 degli 86 collegi, quasi sempre con un margine incolmabile sul secondo classificato (tranne che in un caso, il secondo si è classificato sempre il candidato del centrodestra). Questo eccezionale risultato del M5S nelle regioni meridionali – così come quello ottenuto dai candidati del centrodestra nelle regioni settentrionali – annulla, di fatto, ogni teoria pre-elettorale sui collegi “contendibili” e le strategie messe in atto dalle leadership dei partiti per definire le candidature nei collegi.

Tab.1 - Percentuale minima e massima ottenuta dai principali schieramenti nel maggioritario Camera 2018 nelle regioni meridionali

	M5S		Centrodestra		Centrosinistra	
	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>min</i>	<i>max</i>
Abruzzo	33,0	43,0	33,3	42,5	17,0	18,5
Molise	41,0	48,1	24,4	36,1	16,4	19,7
Campania	31,8	63,4	20,2	34,6	11,6	22,1
Basilicata	42,1	46,3	24,5	26,1	17,6	22,0
Puglia	39,8	50,1	26,8	35,0	13,3	19,6
Calabria	32,7	51,9	24,4	42,4	13,8	25,1
Sicilia	41,4	57,9	23,3	38,6	9,2	20,1
Sardegna	38,4	45,8	25,9	37,2	15,1	19,7

Un’analisi sulle nostre 8 regioni meridionali puntualizza il grado di disomogeneità rilevabili dal risultato ottenuto dai candidati. In Abruzzo, dove il M5S è stato sconfitto in un collegio, i candidati grillini del maggioritario spaziano dal 33,0% de L’Aquila, collegio dove, appunto, si classificano secondi, al 43% di Vasto. L’Abruzzo, regione che conserva solo in parte i caratteri del voto meridionale, vi è l’affermazione della Lega, l’altro vincitore di queste elezioni, che dallo 0,2% del 2013 passa al 13,8%. Il centrodestra nel collegio dove vince ottiene il 42,5%, mentre negli altri collegi si attesta intorno al 33-34%, grazie soprattutto all’apporto del voto della Lega. Il centrosinistra ottiene un consenso abbastanza omogeneo sul territorio regionale spaziando dal 17,0% al 18,5%. I due collegi del Molise sono stati vinti dal M5S con il 41% e il 48,1%. Anche il centrodestra ottiene risultati abbastanza diversi, dal 24,4% al 36,1%, comunque percentuali abbastanza lontane dall’insidiare la netta vittoria del M5S. Il centrosinistra è, in basso, abbastanza omogeneo con le percentuali che vanno dal 16,4 al 19,7.

La numerosità dei collegi e la vastità del territorio, con differenze socio-culturali e politiche anche rilevanti, determina in Campania una evidente disomogeneità nel risultato elettorale. Il migliore risultato del M5S è ottenuto dal candidato premier Luigi Di Maio con il

63,4%, in assoluto la più alta percentuale conseguita da un candidato nei collegi uninominali. Il peggiore risultato del M5S viene realizzato nel collegio di Agropoli dove il candidato del M5S viene sconfitto dal CD, grazie anche al buon risultato del candidato del centrosinistra. Il centrodestra vince nel collegio di Agropoli, appunto, con il 34,6% mentre il suo peggiore risultato lo ottiene con il 20,2% nel collegio di Napoli Fuorigrotta, collegio vinto da Roberto Fico del M5S con un ottimo 57,6%. Il centrosinistra riesce ad ottenere dei buoni risultati, nel senso che sono più alti della media, grazie a dei candidati di spicco, per il loro curriculum politico e/o civile, o per le loro origini familiari, come Piero De Luca (23,1%), Francesco Alfieri (26,6%), Paolo Siani (21,6%), Marco Rossi Doria (21,1%), Giuseppe De Mita (22,1%). Questi candidati rimangono, comunque, molto distanti dal candidato vincitore, classificandosi sempre al terzo posto, dopo M5S e centrodestra, tranne che nel collegio di Napoli-San Carlo all’Arena dove Paolo Siani arriva secondo sebbene distaccato di ben 26,5 punti dalla candidata del M5S. Anche questo è un modo che ci fa ritenere scarsa o nulla la rilevanza dei candidati nella competizione maggioritaria.

In Puglia, il M5S, vincendo in tutti i 16 collegi uninominali, spazia dal 39,8% al 50,1%. Il centrodestra ottiene il peggiore risultato con il 26,8%, ma nella maggior parte dei collegi ottiene intorno al 32-34%. Un risultato molto omogeneo che, comunque, rimane abbastanza distante dall’insidiare la vittoria dei candidati M5S. Anche il risultato del centrosinistra è complessivamente abbastanza omogeneo nella regione, seppure verso il basso, con le punte estreme, il minimo 13,3% e il massimo 19,6%.

In Basilicata, la regione che nel 2013 aveva assegnato i più alti consensi al centrosinistra, si verifica una forte mobilità a favore del M5S. Nei due collegi i candidati del M5S ottengono il 42,1% e il 46,3%. I candidati del centrodestra si classificano al secondo posto, con notevole distacco dal vincitore e non molto lontani dal risultato dei candidati del centrosinistra. Da rilevare la buona prestazione di LeU che, anche in questo caso, probabilmente grazie al contributo dei due candidati, deputati uscenti eletti nel PD nel 2013, ottiene più del doppio della media nazionale.

Tab.2 - Risultati Senato 2018 regioni meridionali

	M5S	FI	LEGA	FdI	N-Udc	PD	Altri Cs	Leu
Abruzzo	39.3	15.9	13.9	4,7	1,8	14,3	3,6	2,5
Molise	44.5	15.8	8.4	3,9	2,8	15,1	2,5	3,7
Campania	48.7	19.8	4.6	3,3	1,3	13,8	2,4	2,6
Basilicata	43.0	12.6	7.2	3,7	2,5	17,2	4,2	5,7
Puglia	44.1	19.5	6.6	3,8	3	14,2	2,3	3
Calabria	43.6	21.4	5.9	4,1	1,6	14,5	2	2,7
Sicilia	48.1	20.7	5.4	3,8	2,2	11,6	2,1	3
Sardegna	42.2	14.1	11.6	4,3	1,1	15,3	2,5	3
Totale Sud	46.6	19.8	5.6	3,7	2,1	13,5	2,3	2,9

La Calabria è la regione che fa registrare la più alta disomogeneità. Con il 32,7% e il 34,1%, risultati più bassi, il M5S perde i collegi, mentre ottiene il migliore risultato con il 51,9%, cioè circa 20 punti in più del risultato peggiore. Il centrosinistra, come in altre regioni, è abbastanza omogeneo (i due valori estremi sono 15,1% e 19,7%).

Passando al raffronto fra partiti nelle singole regioni (vedi Tab.2) possiamo rilevare alcune interessanti “disomogeneità”. Il M5S solo in Abruzzo si trova al di sotto del 40% (39,3%). Il secondo risultato più basso (42,2%) per il M5S è quello della Sardegna. Questo dato ci porta a rilevare che il risultato ottenuto dalla Lega nelle regioni meridionali è quasi “complementare” a quello del M5S. Cioè in Abruzzo e Sardegna il migliore risultato della Lega (rispettivamente 13,9% e 11,6%) sottrae consensi al M5S. Specularmente nelle regioni dove il M5S ottiene il migliore risultato, Campania e Sicilia, la Lega ottiene le percentuali più basse fra le regioni meridionali (rispettivamente 4,6% e 5,4%). Se consideriamo la somma di M5S e Lega in ogni regione, troviamo un risultato molto prossimo in ognuna di queste regioni (vedi Tab.3). Tranne che in Calabria, dove FI ottiene il migliore risultato fra le regioni del Sud, la somma di questi due partiti è maggioranza assoluta con un range che va dal 49,5% della Calabria, al 53,8% della Sardegna. La Lega che nelle elezioni precedenti, in pratica, non esisteva in queste regioni, quando conseguiva un risultato prossimo allo zero, ottiene un risultato medio di 5,6%, con un range che va dal 4,6% della Campania al 13,8% dell’Abruzzo.

FI spazia dal 14,1 della Sardegna al 21,4% della Calabria; il PD, che perde molti consensi rispetto al 2013, ottiene il migliore risultato in Basilicata con il 17,2% ed il peggiore in Sicilia (11,6%).

Tab.3 - Camera 2018 – M5S+Lega (%) nelle regioni meridionali

	M5S	LEGA	somma M5S+Lega
Abruzzo	39,3	13,9	53,2
Molise	44,5	8,4	52,9
Campania	48,7	4,6	53,3
Basilicata	43,0	7,2	50,2
Puglia	44,1	6,6	50,7
Calabria	43,6	5,9	49,5
Sicilia	48,1	5,4	53,5
Sardegna	42,2	11,6	53,8
Totale Sud	46,6	5,6	52,2

3. I collegi della Camera dove vince il centrodestra

Questo quadro è alquanto disomogeneo se analizzato per singoli collegi e apparentemente granitico se consideriamo la consistenza in termini di seggi del M5S. Questa situazione favorevole al M5S è propria di un sistema elettorale plurality che produce la sua efficacia, a scapito della rappresentanza democratica, con la conquista del 95% dei seggi in palio. Desta, perlomeno, curiosità che soli 4 collegi siano stati aggiudicati al centrodestra. La curiosità ci porta ad analizzare un poco più a fondo il risultato elettorale per verificare ogni

ipotesi di questa “anomalia” ed in modo particolare quale ruolo hanno avuto i candidati nell’acquisizione del consenso e se a loro va il merito di questa affermazione controcorrente.

I 4 collegi della Camera vinti dal centrodestra sono: Agropoli, parte meridionale della provincia di Salerno; Vibo Valentia, comprende l’intera provincia vibonese e parte delle province di Catanzaro e Reggio Calabria; Gioia Tauro, che comprende comuni della provincia di Reggio Calabria compresi in una ampia striscia che va dal Tirreno allo Jonio; L’Aquila, che comprende ben 90 comuni della corrispondente provincia.

3.1 Collegio di Agropoli

Ad Agropoli vince per il centrodestra Marzia Ferraioli con il 34,6%. Al secondo posto si piazza Alessia D’Alessandro del M5S con il 31,8% e al terzo posto si classifica Francesco Alfieri del centrosinistra con un buon 26,6%. Probabilmente proprio quest’ultimo risultato, molto al di sopra della media regionale del centrosinistra, ha favorito l’elezione della candidata di centrodestra. Vale a dire il candidato del centrosinistra ha “sottratto” voti al M5S (e qualcuno anche al centrodestra), consentendo alla terza candidata, Ferraioli, di aggiudicarsi il seggio, seppure con un margine ridotto. Nel collegio, la percentuale del M5S è la più bassa dell’intera regione Campania e, nello stesso tempo, quelle ottenute dai candidati del CD e del CS sono le più alte della regione. Un collegio, quindi, anomalo riguardo al risultato. La candidata del centrodestra, Marzia Ferraioli, docente di diritto processuale penale presso l’Università di Tor Vergata, era alla sua prima esperienza elettorale. Il candidato PD del centrosinistra, Franco Alfieri, può essere considerato, invece, un politico di lungo corso nonché “campione di preferenze” (De Luca 2001). A soli 22 anni diventa sindaco del piccolo comune di Torchiara, successivamente assessore provinciale a Salerno e, per due mandati, sindaco di Agropoli (nel secondo mandato, nel 2012, viene eletto con l’89% dei consensi). Con l’elezione di Vincenzo De Luca alla regione Campania, Alfieri viene nominato, prima, consigliere del Presidente della Regione Campania e, successivamente, capo della segreteria politica dello stesso presidente. Alfieri diventa noto alle cronache politiche nazionali per essere stato invitato in modo scherzoso dal presidente De Luca, in una riunione di dirigenti regionali del PD, a convincere i propri elettori a votare favorevolmente nel referendum costituzionale del dicembre 2016, offrendo loro “fritture di pesce”.

È da ricercare, soprattutto nella prestazione di Alfieri il motivo del risultato “controcorrente” del collegio. Alfieri nei 96 comuni del collegio, la gran parte piccoli, al di sotto dei 5.000 abitanti, è il più votato in 26 comuni. Nei due comuni dove è stato sindaco, Agropoli e Torchiara, ottiene, rispettivamente, il 41,1% e il 59,1%. Ottiene solo l’11,7% a Sala Consilina, secondo comune in ordine di grandezza del collegio dopo Agropoli, dove il candidato di LeU, Luigi Giordano, ottiene il 20,0%. È realistico ipotizzare che i voti ottenuti da Giordano per LeU a Sala Consilina, con un diverso candidato, sarebbero andati per buona parte proprio ad Alfieri, poiché i due principali antagonisti, i candidati di M5S e CD, hanno

ottenuto percentuali molto prossime alla loro media del collegio. Se prendiamo i risultati di Camera e Senato nei due comuni di Agropoli e Sala Consilina riusciamo a rilevare, con una certa approssimazione, una misura del peso dei candidati. Ad Agropoli il candidato del CS Alfieri, come abbiamo visto, ha ottenuto il 41,1%, al Senato il candidato dello stesso schieramento ottiene il 21,6%. A Sala Consilina il candidato di LeU alla Camera ottiene il 20,0%, ma al Senato il candidato dello stesso partito ottiene solo il 5,4%. Ovviamente il risultato peggiore ottenuto al Senato non è “colpa” dei candidati ma è la naturale conseguenza del voto “personale” assegnato ai due candidati alla Camera che, in automatico, non si è trasferito, se non in minima parte, anche ai candidati del Senato dello stesso schieramento.

Abbiamo introdotto questo breve “appunto”, che potrebbe apparire insignificante ai più, per rilevare quanto può contare la presenza di un candidato originario o attivo nel luogo, il cosiddetto “figlio prediletto”. La personalizzazione, utilizzata ancora come criterio di scelta da un buon numero di elettori, ha determinato una forte variabilità nel risultato da comune a comune.

3.2 Collegio di Vibo Valentia

La consistenza elettorale del candidato arrivato terzo ha determinato, analogamente al collegio di Agropoli, la vittoria della candidata del centrodestra nel collegio calabrese di Vibo Valentia. Il 25,1% conquistato da Bruno Censore, candidato per il centrosinistra, deputato uscente, è di gran lunga il migliore risultato ottenuto da un candidato di centrosinistra della circoscrizione Calabria, dove la media regionale è di 17,1%. La vittoria della candidata del centrodestra, Wanda Ferro, è stata di misura, soli 3,1 punti in più, a conferma dell’involontario aiuto del terzo in graduatoria.

I profili politici di questi due candidati, di centrodestra e centrosinistra, sono alquanto elevati, così come quello della candidata sconfitta del M5S, deputata uscente. Wanda Ferro è consigliere regionale della Calabria, eletta come seconda classificata alla carica di presidente della regione. In precedenza era stata eletta, per due mandati, alla presidenza della provincia di Catanzaro. Bruno Censore, del PD, viene eletto sindaco di Serra San Bruno nel 2002 e nel 2005 entra nel consiglio regionale della Calabria con un alto numero di preferenze e confermato nel 2010. Nel 2013 viene eletto alla Camera. La candidata del M5S, Dalila Nesci, è parlamentare uscente, l’unica deputata del M5S che viene presentata in Calabria nel maggioritario (sarà ripescata, comunque, nel listino plurinominale). Evidentemente per essere ritenuto il collegio di Vibo molto competitivo. Nonostante questa importante caratteristica della candidata, oltretutto molto attiva sul territorio nei 5 anni del suo mandato, il M5S ottiene nel collegio il peggiore risultato (32,7%) della regione Calabria.

L’analisi del voto per i singoli comuni del collegio ci restituisce una situazione di estrema variabilità nel risultato conseguito dai tre principali candidati. Wanda Ferro ottiene le più alte percentuali in due piccolissimi comuni: Centracche, 227 votanti che le danno il 71,7%;

Sorianello, 695 votanti ed il 58,0%. Il peggiore risultato la Ferro lo ottiene ad Arena, dove i 725 votanti le assegnano solo il 13,0% dei consensi.

Dalila Nesci, M5S, ha una relativa maggiore omogeneità del consenso, sebbene risenta anche lei dei picchi in negativo che sono determinati dal successo degli altri due candidati. Come, ad esempio, nel piccolo comune di Nardodipace, 623 votanti, dove ottiene solo il 7,5% mentre W. Ferro prende il 49,7% e Censore il 40,0%. In questo comune, ritenuto per lungo tempo il più povero d'Italia, secondo gli indici Istat, balza agli occhi il 19,3% di "Fratelli d'Italia", il partito della Ferro, che complessivamente nel collegio ottiene il 5,2%. In questa piccola comunità, possiamo ipotizzare, si sia mobilitata la candidata o, più probabilmente, qualcuno dei suoi "grandi elettori"³ che ha acquisito consensi non solo per la candidata nel maggioritario ma anche per il partito che rappresentava, per il proporzionale.

La candidata Nesci, originaria di Tropea, a giudicare dei consensi ottenuti in questo comune, non è stata considerata una "figlia prediletta" dai suoi concittadini: solo il 26,9%, meno della media del collegio. Questo particolare – che, all'apparenza, potrebbe essere considerato irrilevante – concorre, invece, a definire una caratteristica generale del candidato a 5 stelle, vale a dire che è quasi ininfluenza ai fini della competizione e, raramente, il voto personale rientra nel criterio di scelta dell'elettore del M5S, casi eccellenti a parte, come possono essere considerati i candidati uninominali Di Maio e Fico.

Censore fa valere le sue doti di "campione delle preferenze" (De Luca 2001) con la limitazione imposta, però, dal sistema elettorale che ha previsto collegi molto grandi e dalla pregiudiziale che molti elettori pongono verso il partito di Censore, il partito di Renzi. Il collegio in questione comprende una provincia intera e parte di altre due province per cui diventa operazione ardua raccogliere consensi personali in territori che non sono stati oggetto di precedenti attività politiche del candidato.

Fra i risultati "anomali" – nel senso di essere molto lontani della media – dobbiamo segnalare il 20,0% (al Senato il 12,5%) ottenuto dalla Lega a Zambrone, 992 votanti in provincia di Vibo V., nella coalizione di centrosinistra il 16,1% ad Arena (al Senato l'8,7%) e il 16,8% a Polia (al Senato il 3,4%) della lista "Civica Popolare Lorenzin" e il 16,9% (al Senato l'1,3%) a Maierato, il 17,4% (al Senato il 5,1%) a Nicotera di "Italia-Europa Insieme". Anche in questo caso dobbiamo ipotizzare la capacità di particolari attivisti mobilitati alla conquista di consensi per una lista più che per un candidato. Viste le differenze notevoli con le percentuali del Senato, è molto probabile che tali attivisti abbiano richiesto il consenso in modo strategico solo alla Camera, considerando impossibile la conquista del seggio nella circoscrizione del Senato per queste liste minori.

³ I "grandi elettori" sono i raccoglitori di consensi per conto dei candidati. Generalmente sono degli amministratori comunali in carica che forniscono, con alti riscontri, l'indicazione su chi votare ai propri concittadini (De Luca 2017).

3.3 Collegio di Gioia Tauro

Il caso, forse, più interessante è quello del collegio di Gioia Tauro, vinto dal forzista Francesco Cannizzaro che, con il 42,4%, ha prevalso su Giuseppe Antonio Germanò del M5S (34,4%) ed Elisabetta Tripodi del centrosinistra (14,5%). A differenza del collegio di Vibo, qui il candidato del centrodestra non ha usufruito dell'involontario aiuto della candidata del centrosinistra che, sebbene potesse vantare un ottimo curriculum, non è stata premiata, in alcun modo, dagli elettori. Elisabetta Tripodi ha avuto una brillante carriera nella dirigenza amministrativa pubblica da segretaria comunale, a dirigente del comune, a direttore amministrativo dell'ASP di Reggio Calabria mentre, da politica, è stata sindaco di Rosarno dove si è schierata apertamente contro le cosche 'ndranghetiste.

Francesco Cannizzaro, eletto consigliere regionale nel 2014 con 6.125 preferenze, è stato consigliere della Provincia di Reggio Calabria e consigliere comunale di Santo Stefano in Aspromonte. All'indomani dell'elezione regionale, Cannizzaro viene indagato per corruzione elettorale aggravata per avere favorito un'impresa vicina alle cosche mafiose della provincia reggina ed avere ricevuto da questa appoggi elettorali, anche se, successivamente, viene prosciolto dall'accusa.

L'analisi del voto nei 63 comuni del collegio ci restituisce molta variabilità nel risultato ottenuto dal candidato Cannizzaro, che potrebbe stare a significare di un particolare attivismo per la richiesta del consenso a titolo "personale". Il rappresentante del centrodestra supera il 50% dei consensi in 10 comuni, alcuni dei quali anche di una certa consistenza. Il risultato migliore Cannizzaro lo ottiene, con il 69,8% nel piccolo comune aspromontano di San Procopio dove hanno votato soltanto 207 elettori. Ottiene, fra i comuni più popolosi del collegio, il 53,4% a Gioia Tauro (8.735 votanti), il 51,1% a Marina di Gioiosa (3.131 votanti) e il 60,0% a Rosarno (6.709 votanti), il comune amministrato in precedenza da Elisabetta Tripodi che le assegna, addirittura, solo il 9,1% dei consensi, una delle più basse di tutto il collegio. Le vicende amministrative della Tripodi, nella parte che l'hanno vista schierata contro le cosche mafiose, potrebbero avere influito sul risultato negativo del proprio comune, e non solo di Rosarno. In altri comuni, Africo e Platì, tristemente noti per ricorrenti scioglimenti del consiglio comunale e per fatti di 'ndrangheta, Tripodi ottiene, rispettivamente, il 12,6% e il 7,1%, mentre Cannizzaro supera la maggioranza assoluta con il 50,9% ad Africo ed addirittura il 66,1% a Platì. Recentemente questi, ed altri comuni del collegio, sono stati interessati dalle indagini della magistratura per episodi di voto di scambio politico-mafioso.

La Tripodi supera di poco il 30% dei consensi in soli 3 comuni, mentre in 9 è sotto al 10%. In quest'ultimi comuni quasi sempre il risultato negativo della Tripodi è associato al successo del candidato di centrodestra. Un dato anomalo per la Tripodi si registra nel comune di San Luca dove ottiene uno dei migliori risultati con il 31,1%. Nel plurinomiale, infatti, la lista "Italia e Europa Insieme", che nel collegio ottiene solo lo 0,8%, a San Luca riceve il

14,8% dei consensi, voti che, ovviamente, sono andati anche alla candidata uninominale del centrosinistra. E, come abbiamo visto in precedenza, le alte percentuali della Camera per queste piccole formazioni non sono confermate al Senato.

Il candidato del M5S, Giuseppe Germanò, supera il 50% dei consensi in soli 3 comuni (Agnana Calabra 53,7%, Feroletto della Chiesa 55,1%, e Varapodio 52,2%) in corrispondenza del risultato sotto la media del candidato del centrodestra. Specularmente, dove il candidato del centrodestra eccelle, si abbassa la percentuale del candidato M5S.

Infine, riguardo al voto “personale” dei candidati e, potremmo aggiungere, “a prescindere”, dobbiamo annotare il buon risultato complessivo del candidato di “Liberi e Uguali”, Domenico Mantegna, vicesindaco di Benestare. Nel suo comune, Mantegna è il più votato con il 37,8% dei voti, ma anche in altri comuni ottiene buoni risultati, molto al di sopra della media del collegio di 3,6% (ad esempio Careri 11,6%, Cosoleto 13,7%, San Giovanni di Gerace 15,5%).

3.4 Collegio de L'Aquila

Infine, il quarto collegio meridionale della Camera vinto dal centrodestra è quello de L'Aquila. In questo caso, osservando i risultati dei singoli partiti, rileviamo che la vittoria del candidato del centrodestra è più immediatamente riconducibile sia alla consistente “penetrazione” della Lega in una regione che come le altre regioni meridionali era rimasta insensibile al richiamo leghista, sia al conseguente mancato allineamento del voto del M5S alle altre regioni meridionali. Come abbiamo già avuto modo di rilevare, fra Lega e M5S esiste, in termini elettorali, una sorta di complementarietà che in questo caso ha fatto prevalere, nella parte maggioritaria del sistema, il candidato del centrodestra.

Se differenze si rilevano nelle percentuali ottenute nei singoli comuni, queste sono quasi sempre causate dall'effetto distorsivo della poca numerosità degli elettori, e differenze di pochi voti in valore assoluto possono determinare percentuali molto diverse dalle medie del collegio. Ad esempio, nel piccolissimo comune di Castel di Ieri, dove hanno partecipato solo 216 elettori, il M5S ottiene il 50,2% dei consensi e il centrodestra il 28,0%, una differenza di ben 22,2 punti percentuali che tradotta in valori assoluti però corrisponde a soli 46 voti.

Se prendiamo, invece, i risultati dei comuni più popolosi del collegio, Avezzano, L'Aquila, Celano, non vengono registrate significative differenze con i dati complessivi del collegio. In qualche comune si verifica un “trasferimento” di voti tutto interno alla coalizione – ad esempio a Pescina (2.449 votanti) Europa+ ottiene il 24,1% e il PD solo il 7,0% - che si può ipotizzare, come abbiamo rilevato in precedenza, che sia conseguenza di episodi legati all'attivismo di qualche influente sostenitore della lista.

La candidatura di Antonio Martino per il centrodestra, 41enne imprenditore pescarese e vice presidente del Pescara Calcio, era stata contestata all'interno della coalizione a causa dei suoi trascorsi politici quando aveva partecipato ad una riunione alla Leopolda di Firenze

organizzata da Renzi, e per provenire da fuori collegio. Il candidato del M5S, Giorgio Fedele, originario di Avezzano e senza particolari tratti caratteristici da esibire nel proprio curriculum, nella sua città ottiene una percentuale di pochissimi punti migliore della media del collegio. Anche la candidata del centrosinistra, Lorenza Panei, vive e lavora ad Avezzano. Ed anche per lei non c'è un particolare riconoscimento degli elettori nella sua stessa comunità.

Possiamo sommariamente affermare, dall'analisi dei dati, che i candidati del maggioritario in questo collegio non hanno influenzato il risultato o, se lo hanno fatto, hanno inciso molto poco.

4. Gli elettori e le tipologie di candidati

In questa breve disamina del voto nei collegi maggioritari nelle regioni meridionali, abbiamo potuto constatare il diverso rendimento dei candidati, soprattutto in funzione del giudizio che hanno espresso gli elettori. Anche se, nella gran parte dei casi, l'elettore si è regolato nella sua scelta non tenendo affatto conto dei candidati in competizione, questo comportamento elettorale non è generalizzabile. Abbiamo individuato, infatti, dei collegi dove i candidati, alcuni candidati, sono stati determinanti al fine del risultato, se non nel maggioritario, senz'altro nel proporzionale. Partendo dal comportamento degli elettori – che sembra non essere affatto omogeneo, a volte con notevoli differenze fra collegi anche contigui – riusciamo ad individuare alcune tipologie di candidati.

4.1 I candidati d'opinione

I candidati d'opinione, o per meglio dire, quei candidati che godono di una buona opinione fra gli elettori e ricevono consensi che vanno oltre il simbolo di partito sotto al quale si presentano. Due esempi su tutti, che ci provengono dalla Campania, e dalla città di Napoli nello specifico: Paolo Siani e Marco Rossi Doria. Entrambi vengono candidati dal centrosinistra, dal PD, e sono riconosciuti esponenti della società civile. Paolo Siani, medico, impegnato con la Fondazione Polis che si occupa di legalità a Napoli, fratello del giornalista Giancarlo ucciso dalla camorra. Marco Rossi Doria, “maestro di strada”, esperto di politiche educative, figlio del grande economista e meridionalista Manlio Rossi Doria, non è nuovo alla politica avendo ricoperto l'incarico di sottosegretario all'istruzione durante i governi Monti e Letta e assessore all'istruzione del comune di Roma, nella giunta del sindaco Ignazio Marino. Due personalità di rilievo che hanno ottenuto mediamente percentuali più alte degli altri candidati dello stesso schieramento nella città di Napoli. Siani, con il 21,6%, arriva secondo e Marco Rossi Doria ottiene il 21,1% mentre negli altri due collegi di Napoli centro i candidati del centrosinistra ottengono l'11,3% e il 14,7%. Quindi un risultato dei due candidati d'opinione di gran lunga migliore dei candidati dello stesso schieramento nei collegi contigui. Questi due candidati, pur lontanissimi dalla possibilità di risultare eletti, hanno determinato,

con il loro valore aggiunto, un buon risultato per il centrosinistra in un contesto dove il PD ha perso moltissimi consensi rispetto alle elezioni di 5 anni prima.

In altri contesti, candidati con un profilo politico e/o professionale di tutto rilievo – potenzialmente candidati d’opinione - non sempre hanno funzionato. Un esempio lo possiamo trovare in Calabria nel centrosinistra con la candidatura nel collegio di Catanzaro di Antonio Viscomi, stimatissimo professore universitario e prestato alla politica con il ruolo di vicepresidente della giunta regionale della Calabria. Viscomi era anche candidato, eletto, come capolista nel plurinomiale. Il suo risultato nel maggioritario è del 16,0%, poco al di sotto della media regionale (17,1%), ed il quinto di 8 candidati maggioritari del centrosinistra della regione.

Ma anche candidati politici e noti alla quasi totalità degli elettori, a volte, non riescono ad ottenere quell’aggiunta di consensi per sé stessi e per il partito o la coalizione. Lo stimato ministro dell’Interno, Marco Minniti, ad esempio, nel collegio di Pesaro ottiene un risultato solo di poco superiore alla media regionale del centrosinistra, in un collegio vinto da un candidato 5 stelle addirittura “sfiduciato”. O nel collegio senatoriale di Nardò-Gallipoli, in Puglia, dove l’ex-segretario del Partito Democratico della Sinistra ed ex primo-ministro Massimo D’Alema, per “Liberi e Uguali”, ottiene solo il 3,9% dei consensi rispetto alla media regionale de 3,0% (in valore assoluto la differenza è di poche centinaia di voti in più per D’Alema).

Fra i candidati d’opinione potremmo, forse, inserire una sottocategoria: quella dei candidati che hanno un’opinione in negativo da parte degli elettori di appartenenza. Cioè candidati che, secondo il giudizio di alcuni elettori di appartenenza, sono “invotabili” e, conseguentemente, fanno perdere voti al partito o alla coalizione. Anche se è difficile individuare tale genere di candidati analizzando i risultati elettorali, è probabile che gli elettori più attenti e più critici si siano trovati, in qualche caso, a dover votare per un candidato diverso dal partito o schieramento prescelto.

4.2 I candidati di scambio

Nella classificazione di candidati che utilizzano, in senso molto lato, lo “scambio” come modalità di ottenere consensi possiamo includere almeno due dei candidati vittoriosi del centrodestra nei collegi della Camera. Si tratta di Cannizzaro e Ferro, eletti in Calabria. Come abbiamo visto, la Ferro ha usufruito dell’involontario apporto, che ha sottratto voti al candidato M5S, del candidato del centrosinistra. Per voto di scambio intendiamo qui il modo di ottenere consensi basato sul rapporto “personale” fra candidato ed elettore, spesso con l’intermediazione di altre persone. Che non sempre si può interpretare come un vero e proprio scambio politico-elettorale ma che è più propriamente riconducibile alla soggezione che l’elettore ha nei confronti di colui che gli richiede il consenso. È questa la modalità tipica

messa in atto nelle elezioni regionali dove viene utilizzato un sistema con voto di preferenza e conta il voto alla persona.

Sicuramente candidati che hanno usufruito di questa modalità ne possiamo individuare, oltre che in Calabria, in Campania e Sardegna, sia per il centrosinistra che per il centrodestra. In Campania per il centrosinistra abbiamo tre candidati che percentualmente sono abbastanza sopra la media regionale. Si tratta di due candidati con un cognome famoso, Giuseppe De Mita e Piero De Luca, e un terzo candidato di cui abbiamo detto, Franco Alfieri, nel collegio di Agropoli. Giuseppe De Mita, nipote di Ciriaco, ottiene il 22,1% nel collegio di Ariano Irpino, da sempre feudo elettorale dell'ex-segretario Dc, e dove Ciriaco ancora politicamente conta, anche se non tanto quanto serve ad avere una affermazione elettorale in un collegio uninominale. Piero De Luca, figlio del presidente della regione Campania, Vincenzo, sconfitto nel collegio uninominale di Salerno ma ripescato nel plurinominale, ha ottenuto il 23,1% e il 26,5% nella città di Salerno. Un risultato "personale", quindi, migliore della media regionale dello stesso schieramento che ci fa ritenere il valore aggiunto, in termini di consensi, dei candidati.

Per il centrodestra in Sardegna due candidati sui sei in totale si differenziano dagli altri. Ugo Cappellacci che ottiene il 32,6% nel collegio di Cagliari e Giuseppe Fasolino che, nel collegio di Olbia, ottiene il 37,2% dei consensi e che per soli 2.000 voti non riesce a conquistare il seggio, vinto dal candidato del M5S. Cappellacci è stato presidente della regione Sardegna dal 2009 al 2014 ed è attualmente coordinatore regionale di Forza Italia. Fasolino è stato sindaco di Golfo Aranci e consigliere regionale in carica. Le carriere politiche di questi due esponenti del centrodestra spiegano ampiamente il motivo del loro buon risultato elettorale.

4.3 I candidati di appartenenza

Potrebbero essere molti i candidati votati esclusivamente per scelta di appartenenza degli elettori. Sono quei candidati votati dagli elettori "a prescindere", basandosi la loro scelta sul criterio dell'appartenenza a quel partito o schieramento votato altre volte. Potrebbero essere ricompresi in questa categoria quasi tutti i candidati del M5S anche se, per molti nuovi elettori del partito di Di Maio, il loro comportamento elettorale è più propriamente riconducibile al criterio dell'opinione.

Candidati di appartenenza sono senz'altro i leader dei partiti che hanno ottenuto alti consensi, così come devono ritenersi candidati di appartenenza (in qualche caso di "nuova" appartenenza) quei leader eletti nei cosiddetti collegi sicuri. Ad esempio nel centrosinistra possiamo iscrivere a questa categoria Maria Elena Boschi, ex-ministra e uscente sottosegretaria alla Presidenza, eletta nel collegio maggioritario della Camera di Bolzano, o Pierferdinando Casini, ex segretario dell'Udc, eletto nel collegio senatoriale di Bologna.

Interessante sembra essere il caso dei candidati di “Liberi e Uguali” in Basilicata. Sia Roberto Speranza che Filippo Bubbico, ex deputati PD fuoriusciti dal partito e candidatisi in “Liberi e Uguali”, ottengono una percentuale doppia della media nazionale del partito. Evidentemente la loro scelta di fuoriuscire dal PD è stata condivisa da un certo numero di loro elettori fedeli che non hanno fatto mancare il loro consenso, probabilmente pur consapevoli della difficoltà dei loro candidati di essere eletti.

4.4 I candidati “uno vale l’altro”

Il chiaro riferimento è ai candidati del M5S che, ovunque, sia vincendo che perdendo il loro collegio, non hanno avuto particolari meriti o colpe. Chiunque altro candidato al loro posto avrebbe avuto l’identico risultato, vincente o perdente. L’elettore che ha scelto di votare M5S quasi sempre non ha guardato il nome del candidato sulla scheda e, probabilmente nella maggioranza dei casi, non sapeva neanche chi fosse il candidato del M5S. Prova ne è che candidati “squalificati” durante la campagna elettorale dal M5S hanno ottenuto, in termini percentuali, pressappoco le stesse percentuali degli altri eletti. I candidati sfiduciati dal M5S, ed invitati a dimettersi se eletti, sono stati per lo più i deputati uscenti che hanno falsificato i documenti di attestazione del versamento della loro parte di rimborso in qualità di parlamentari. Altri candidati sono stati sfiduciati per vicende giudiziarie (indagati o condannati) o per appartenenza alla massoneria, pratica non ammessa dal non-statuto del Movimento.

Una riprova dell’ininfluenza dei candidati del M5S sul risultato elettorale si può desumere dal successo ottenuto da alcuni candidati nei collegi calabresi che, invece, in precedenti elezioni comunali come candidati non avevano che ottenuto insignificanti consensi (Mete 2018).

Abbiamo già segnalato che anche nel M5S quando i candidati sono i volti noti della lista, questi aggiungono consensi importanti al movimento. Il riferimento è ai candidati Luigi Di Maio e Roberto Fico che in Campania nel rispettivo collegio ottengono il 63,4% e il 57,6%. Ma forse questi sono gli unici due casi.

5. Conclusioni

L’omogenea affermazione del M5S nelle regioni meridionali potrebbe condurci ad analisi elettorali dai caratteri molto generali ed uniformi. Un simile tipo di analisi avrebbe, però, l’inconveniente di sorvolare o, ancora peggio, di ignorare alcuni dettagli di una certa consistenza. Proprio partendo dai luoghi – solo 4 collegi uninominali – dove il M5S non è risultato il primo partito, non aggiudicandosi il seggio, abbiamo potuto constatare quanto sia stata determinante la presenza dei candidati per la conquista della vittoria e del seggio nel collegio uninominale. In tutti gli altri casi, quasi sempre, i candidati nel maggioritario sembra che siano stati influenti ai fini del risultato. Così come, quasi mai, i candidati dei collegi

plurinominali sono riusciti a determinare le scelte degli elettori. Nelle liste “bloccate” del proporzionale anche i candidati eccellenti schierati dai partiti non riescono a condizionare più di tanto le scelte degli elettori.

Nei collegi meridionali non vinti dal M5S, l’analisi dei dati ci porta ad ipotizzare che in tre dei quattro collegi considerati, ai fini del risultato è stato determinante il rendimento dei candidati, da intendere soprattutto come valore aggiunto rispetto alla media dei voti ottenuti dal partito, o dalla coalizione, nella circoscrizione regionale. Abbiamo così potuto constatare che nel collegio di Agropoli, in Campania, la candidata della coalizione di centrodestra riesce a vincere grazie all’involontario aiuto del candidato di centrosinistra che “sottrae” voti alla candidata del M5S. Il candidato del centrosinistra, Francesco Alfieri, è un classico rappresentante della categoria “campione delle preferenze” che, in questa occasione e, in parte, con questo sistema elettorale, viene molto limitato nella sua corsa al successo. Anche nel collegio di Vibo Valentia, in Calabria, il candidato del centrosinistra arrivato terzo, con una percentuale di voti più alta rispetto alla media regionale, contribuisce alla vittoria della candidata del centrodestra, Wanda Ferro. Il candidato del centrosinistra, Bruno Censore, è parlamentare uscente e anch’egli capace di raccogliere consensi da un elettorato fedele nel territorio dove è stato sindaco e consigliere regionale. Nel collegio di Gioia Tauro vince il candidato del centrodestra, Francesco Cannizzaro, senza aiuti involontari da parte della candidata del centrosinistra. In questo collegio sembra che il criterio di scelta del candidato, anziché il partito, e i tradizionali caratteri clientelari assegnati al voto abbiano prevalso a dispetto di un’elezione che, quasi ovunque, contrapponeva fra di loro partiti o schieramenti. Proprio in quest’ultima logica è avvenuta la vittoria del centrodestra ai danni del M5S nel collegio de L’Aquila, territorio di confine fra la discesa verso Sud della Lega e la diminuzione dei consensi del M5S verso Nord.

Il criterio adottato dagli elettori per la loro scelta, ancora con significative differenze territoriali, può determinare una sorta di tipologia del candidato basata più sul comportamento dell’elettore che sulle caratteristiche specifiche del candidato stesso. Emerge, con questo sistema elettorale e in queste condizioni politiche, che nell’acquisizione del consenso il candidato conta sempre meno e che, come nel *porcellum*, la scelta degli eletti rimane prerogativa delle segreterie dei partiti.

Bibliografia

Chiusolo A. (2018) *Il rosatellum “sotto attacco”*: nuove azioni di accertamento del diritto di voto “contro” la legge elettorale nazionale, in “forumcostituzionale.it”, 10 settembre.

De Luca R. (2001) *Il ritorno dei “campioni delle preferenze” nelle elezioni regionali*, in Polis, 15 (2), pp.227-248.

De Luca R. (2017) *La democrazia elettorale in Italia*, Soveria Mannelli, Rubbettino.

Diamanti I. (2013) *Un salto nel voto. Ritratto politico dell’Italia di oggi*, Bari-Roma, Laterza.

Itanes (2006), *Dov’è la vittoria? Il voto del 2006 raccontato dagli italiani*, Bologna, Il Mulino.

Itanes (2008), *Il ritorno di Berlusconi. Vincitori e vinti nelle elezioni del 2008*, Bologna, Il Mulino.

Itanes (2013), *Voto amaro. Disincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*, Bologna, Il Mulino.

Mazzoni M, Ciaglia A. (2015) *Il gossip al potere. Il politico celebrità nell’era della politica pop*, Milano, Apogeo Education.

Un sistema uninominale depotenziato? Il ruolo dei candidati dei collegi uninominali alle Politiche 2018

Salvatore Borghese e Lorenzo Pregliasco***

1. Introduzione: una genesi travagliata

Le elezioni politiche italiane del 4 marzo 2018 sono state le prime del nostro Paese a svolgersi con una nuova legge elettorale, il cd “*Rosatellum*”, approvato con la legge n° 165 del 3 novembre 2017. La genesi della nuova legge elettorale per il Parlamento italiano è stata molto travagliata, ed è stata fortemente influenzata – sia direttamente che indirettamente – da protagonisti diversi dal legislatore politico ordinario (cioè il Parlamento stesso). Già nel corso della XVI Legislatura (2008-2011) il tema della riforma della legge elettorale era emerso più volte nel dibattito pubblico, sia con iniziative referendarie (come quella di Segni-Guzzetta, l’unica ad essersi effettivamente concretizzata in una consultazione popolare¹) sia con proposte di legge di iniziativa parlamentare, mai però giunte in sede di esame. La stessa XVII Legislatura – tanto più in ragione dello stallo politico e istituzionale conseguente ai risultati delle elezioni politiche del 25 e 26 febbraio 2013 – aveva visto riaprirsi il dibattito sulla necessità di riformare una legge elettorale (la 270/2005, cd “*Porcellum*”) che non solo era stata molto criticata sia sotto il profilo politico (Fava 2007) che sotto quello strettamente giuridico (Lippolis 2013), ma si era infine rivelata anche inadatta a perseguire quell’obiettivo supremo (la governabilità) in ragione del quale i suoi ideatori ne avevano concepito il funzionamento, in special modo con l’introduzione del meccanismo del premio di maggioranza – eventuale – di coalizione. Una prima svolta vi fu con la sentenza della Corte costituzionale² che intervenne censurando sia il meccanismo del premio di maggioranza (poiché non vincolato al raggiungimento di una soglia minima, alla Camera come al Senato) sia le “liste bloccate” con cui le varie liste potevano presentare i propri candidati con la certezza che essi sarebbero stati eletti nell’ordine di presentazione – rigorosamente stabilito dai leader delle liste medesime – e in più con la possibilità di presentare un qualsiasi candidato in più di una circoscrizione, senza alcun limite. Il risultato di questa sentenza fu una legge elettorale comunque applicabile³ (cd “*Consultellum*”, come fu presto ribattezzata dalla stampa) di impianto sostanzialmente proporzionale, corretto esclusivamente dall’esistenza di una soglia di sbarramento – peraltro variabile a seconda che la lista facesse parte o meno di

* Analista politico di Quorum e caporedattore di YouTrend

** Docente presso l’Università di Bologna, co-fondatore di Quorum e direttore di YouTrend

¹ Referendum del 21 giugno 2009. Nessuno dei tre quesiti referendari (con cui si chiedeva l’abrogazione del collegamento tra liste alla Camera e al Senato, nonché l’abrogazione della disposizione che consentiva di candidarsi in più di una circoscrizione) raggiunsero il quorum del 50%, fermandosi rispettivamente tra il 23,49% e il 24,02% degli aventi diritto.

² Sentenza CC n° 1/2014

³ Per le leggi elettorali la Corte stessa ha stabilito il criterio della immediata applicabilità del testo di legge derivante da interventi di censura operati con sentenza di illegittimità costituzionale. Per questa ragione, gli interventi della Corte (in questa come nella successiva occasione) sono consistiti essenzialmente in un’opera di “ritaglio” delle parti giudicate illegittime, senza pregiudicare il funzionamento complessivo della legge.

una coalizione – e con la possibilità di esprimere una preferenza per i candidati. Nel volgere di poche settimane, la nuova *leadership* del Partito Democratico (all’epoca il principale partito di governo) si fece promotrice di una riforma elettorale che recepisce le disposizioni della Corte e allo stesso tempo garantisse – o quantomeno facilitasse – l’attribuzione di una maggioranza parlamentare alla forza politica che avesse vinto le elezioni. In seguito ad un accordo politico tra i partiti di maggioranza (PD e NCD) allargato anche ad una parte dell’opposizione (Forza Italia) nacque così l’*Italicum*, approvato con la legge del 6 maggio 2015 n° 52. L’*Italicum* era anch’esso un proporzionale con premio di maggioranza, ma rispetto al “*Porcellum*” presentava tre caratteristiche rilevanti: i) innanzitutto si applicava solo alla Camera dei Deputati e non al Senato (della cui elettività da parte dei cittadini un parallelo progetto di riforma costituzionale⁴ prevedeva l’abolizione); ii) in secondo luogo, introduceva il divieto di collegamento tra liste, uniformava al 3% la soglia di sbarramento e prevedeva che il premio di maggioranza (pari a 340 deputati) fosse quindi attribuito alla lista singola che avesse ottenuto almeno il 40% dei voti validi al primo turno oppure – e qui stava la caratteristica più rilevante – avesse vinto in occasione di un ballottaggio a cui avrebbero dovuto accedere le due liste più votate; iii) infine, prevedeva che il territorio nazionale fosse diviso in 100 collegi, nei quali ciascuna lista avrebbe potuto presentare un candidato “bloccato” (il cui nome sarebbe comparso di fianco al simbolo del partito, stampato sulla scheda elettorale), candidabile in un numero massimo di collegi pari a 10; gli elettori avrebbero potuto inoltre esprimere fino a due preferenze che avrebbero completato la determinazione degli eletti di ciascuna lista. Nonostante fosse stato pensato per un sistema monocamerale, l’*Italicum* rimase in vigore anche quando la riforma costituzionale fu respinta dagli elettori il 4 dicembre 2016 in occasione del referendum confermativo. Ma poche settimane dopo, con una nuova sentenza⁵, la Corte costituzionale intervenne nuovamente, dichiarando l’illegittimità del ballottaggio così come previsto dall’*Italicum*. Ad esito di quella sentenza, l’Italia si trovava ad avere in vigore (ad un anno dalla scadenza naturale della legislatura) due sistemi elettorali diversi e profondamente incoerenti per i due rami del Parlamento. La necessità – condivisa da quasi tutte le forze politiche – di superare questa situazione approvando una nuova riforma elettorale (per la seconda volta nell’arco della stessa legislatura) ha portato le diverse forze politiche a ricercare un accordo di compromesso su una legge ispirata all’impianto del sistema elettorale tedesco (proporzionale con soglia di sbarramento al 5% e presentazione della metà dei candidati di ciascuna lista in collegi uninominali). Nonostante fosse stato stipulato da quattro delle principali forze parlamentari (Partito Democratico, Movimento 5 Stelle, Forza Italia e Lega Nord), tale accordo non resse però alla prova dell’Aula, e fu affossato nel corso delle prime votazioni, nel giugno 2017.

⁴ L. Cost. “Disposizioni per il superamento del bicameralismo paritario, la riduzione del numero dei parlamentari, il contenimento dei costi di funzionamento delle istituzioni, la soppressione del CNEL e la revisione del titolo V della parte II della Costituzione” approvata in via definitiva dal Parlamento il 12 aprile 2016 e sottoposto a referendum confermativo tenutosi il 4 dicembre 2016.

⁵ Sentenza CC n° 35/2017.

Dopo l'estate, le trattative ripresero con un diverso perimetro partitico (non più comprendente il Movimento 5 Stelle ma con l'aggiunta del gruppo centrista di Alternativa Popolare) e con l'adozione di un testo di impianto simile ma fortemente contestato dalle opposizioni (in particolare M5S e Fratelli d'Italia). Tanto che il testo finale fu approvato solo mediante il ricorso a diverse "questioni di fiducia" da parte del governo Gentiloni per superare il forte ostruzionismo.

2. Il funzionamento della legge

Il "*Rosatellum*" è un sistema misto: due terzi dei seggi (386 alla Camera, 193 al Senato) vengono assegnati con criterio proporzionale in circoscrizioni, a loro volta suddivise in collegi plurinominali, tra le liste che superano la soglia di sbarramento del 3% calcolata su base nazionale; un terzo dei seggi (232 alla Camera, 116 al Senato) sono invece assegnati in altrettanti collegi uninominali maggioritari a turno unico. La legge reintroduce così per l'elezione del parlamento nazionale i collegi uninominali maggioritari, presenti dal 1993 al 2005 nella legge Mattarella (cd "*Mattarellum*"⁶) e successivamente abrogati dal "*Porcellum*". Il "*Rosatellum*" prevede che gli elettori dispongano per ciascuna camera di una sola scheda, la cui composizione grafica richiama molto da vicino quella delle schede elettorali per l'elezione di sindaci e consigli comunali nei comuni con più di 15.000 abitanti⁷. Per quanto riguarda le modalità di voto, gli elettori possono esprimere un voto per una lista, ma – a differenza di quanto avviene nel voto per i consigli comunali – senza poter esprimere preferenze. Le liste infatti sono chiuse, e i nomi dei candidati di ciascuna lista (da 2 a 4 a seconda dell'ampiezza del collegio plurinomiale) sono stampati di fianco al simbolo di ciascuna lista. Votando una lista, il voto si estende anche al candidato di collegio uninominale sostenuto da quella lista, il cui nome è posto all'interno di un riquadro rettangolare piatto e lungo che sovrasta i riquadri contenenti i simboli delle liste in appoggio. Votando invece solo per un candidato di collegio uninominale, il voto si estende anche alla lista, se questa è unica: diversamente, in caso di candidati sostenuti da più liste, i voti in questione si ripartiscono tra le diverse liste della coalizione in proporzione ai voti ottenuti dalle liste stesse a livello circoscrizionale. La legge vieta il voto disgiunto, ossia il voto contestuale a un candidato di collegio uninominale e allo stesso tempo ad una lista che sostiene un candidato diverso (anche in questo caso si tratta di una facoltà che invece gli elettori hanno alle comunali, quantomeno nei comuni superiori a 15 mila abitanti, in cui è possibile votare per un candidato sindaco e allo stesso tempo per una lista che sostiene un altro candidato sindaco). Restano invariate le modalità di elezione del deputato e del senatore della Val d'Aosta (eletto in un collegio uninominale) e dei parlamentari eletti nelle circoscrizioni riservate agli italiani residenti all'estero (12 alla Camera, 6 al Senato). Altro elemento da sottolineare è l'introduzione di un criterio dedicato alla tutela della parità di genere, ossia un tetto minimo del 40% riservato ai candidati di uno

⁶ Leggi 4 agosto 1993 n. 276 e 277.

⁷ Art. 72 del TUEL – Testo Unico sugli Enti Locali, così come modificato dalla Legge di Stabilità 2014.

stesso genere sia nelle posizioni di candidato di collegio uninominale sia di capolista nei listini proporzionali. In questi ultimi vige inoltre il principio dell'alternanza di genere, ossia non vi possono essere due candidati dello stesso sesso in posizioni consecutive nel listino. Ultimo elemento rilevante è la possibilità di pluri-candidature: è possibile candidarsi sia in un collegio uninominale sia nei listini proporzionali, e in questo caso è possibile farlo fino a cinque collegi plurinomiali. In teoria, quindi, è possibile per un candidato risultare eletto in ben sei collegi differenti, ma la legge fissa dei criteri oggettivi per stabilire quale sia l'effettivo collegio di elezione, senza dare la possibilità (perché ritenuta incostituzionale nella sentenza 1/2014 CC) di una scelta a totale discrezione del candidato pluri-eletto.

3. I collegi uninominali

I criteri per il disegno dei collegi uninominali sono stati fissati dalla legge e rinviati a un decreto legislativo successivamente approvato dal Consiglio dei Ministri l'11 dicembre 2017⁸. Per il disegno dei collegi, è stata istituita una commissione tecnica (ossia di composizione non politica) guidata dal presidente dell'ISTAT. Questa commissione ha proceduto all'individuazione dei collegi a partire da quelli della Camera, per i quali si è basata in primo luogo su quelli previsti dal "*Mattarellum*" per il Senato (in entrambi i casi infatti i collegi totali previsti erano 232). Le modifiche successive hanno tenuto conto in primo luogo delle necessità di mantenere inalterato il rapporto (sostanzialmente capovolto rispetto alla legge Mattarella) che vede la prevalenza di seggi proporzionali su quelli da assegnare in collegi uninominali, e poi dei mutamenti intercorsi nel corso del tempo sia a livello di ritaglio amministrativo (ad esempio in caso di variazioni dei confini amministrativi, fusioni di comuni, etc.) sia soprattutto in termini di evoluzione demografica. Rispetto ai dati di censimento ISTAT risalenti al lontano 1991 su cui si era basato il disegno dei collegi utilizzati per la legge Mattarella, la popolazione italiana ha conosciuto infatti un'evoluzione significativa, come testimoniato dal censimento 2011 sul quale si sono basati i nuovi collegi. Complessivamente, ad ogni modo, le differenze tra i collegi uninominali della Camera rispetto a quelli del Senato previsti nel "*Mattarellum*" non sono risultate eccessive, e le variazioni sono state ispirate a criteri oggettivi esposti in sede di discussione della bozza di decreto legislativo nelle commissioni parlamentari competenti.

Per quanto riguarda l'uniformità demografica, la legge prevede che nessun collegio si possa discostare di oltre il 20% dalla media della popolazione di ciascun collegio di quella circoscrizione (per la Camera) o regione (per il Senato). In effetti, tutti i collegi – fatta eccezione per quelli del Trentino-Alto Adige e quello valdostano, normati diversamente – risultano aver rispettato questi criteri.

⁸ D. lgs. 12 dicembre 2017, n. 189.

Come si può notare dalla tabella, la popolazione media di ciascun collegio uninominale per la Camera dei deputati equivale a circa 250 mila abitanti, mentre al Senato la media è di poco più di 500 mila abitanti.

Tab.1 - popolazione media, minima e massima dei collegi uninominali di Camera e Senato (esclusi i collegi uninominali del Trentino-Alto Adige e della Val d'Aosta)

	Media	MIN	MAX
Camera	258.817	149.233	324.470
Senato	534.256	313.660	766.936

In entrambe le camere, dal momento che il valore medio da cui non discostarsi eccessivamente nel ritaglio dei collegi non è calcolato su base nazionale bensì locale, vi sono collegi molto meno popolosi della media nazionale (meno di 200 mila alla Camera in Veneto e Molise; poco più di 300 mila al Senato, ancora in Molise) e altri decisamente più popolosi (oltre 300 mila alla Camera in Lombardia, Umbria, Lazio, Campania, Puglia, Sicilia e Sardegna; e fino a 700 mila al Senato, in Abruzzo e Friuli-Venezia Giulia), anche senza considerare i collegi del Trentino-Alto Adige e della Val d'Aosta, della cui peculiarità si è già detto.

4. I risultati: il voto “solo candidato”

Come abbiamo visto, le disposizioni del “*Rosatellum*” prevedono un ruolo per certi versi “depotenziato” dei candidati di collegio uninominale. Ciò è dovuto essenzialmente a due ragioni: la prima è la possibilità per i candidati di collegio di candidarsi anche nei listini proporzionali in ben 5 collegi plurinominali, di fatto rendendo meno importante la campagna sui territori e l'importanza delle persone candidate (Fisichella 2003): infatti, anche in caso di sconfitta in un collegio uninominale, un candidato avrebbe comunque potuto risultare eletto se fosse stato candidato in un listino proporzionale in una posizione tale per cui fosse “scattato” un seggio anche per lui; la seconda ragione è l'impossibilità di esprimere un voto disgiunto, che avrebbe potuto – almeno sul piano teorico – premiare dei candidati di collegio scelti da elettori di altre liste/coalizioni (De Luca 2011): tra i due voti, infatti, gli elettori sembrano aver dato un peso maggiore a quello di lista, sacrificando così il voto diretto a una persona specifica (appunto, il candidato di collegio uninominale).

Quasi a rafforzare l'ipotesi alla base di quest'ultima considerazione, i risultati del voto ci dicono infatti che la quota di elettori che non hanno votato per alcuna lista, ma solo per un candidato di collegio, sono molto bassi. Limitandoci all'analisi delle tre principali aree/coalizioni (Movimento 5 stelle, centrodestra e centrosinistra), alla Camera dei deputati sono stati meno di un milione gli elettori che hanno votato solo un candidato di collegio, senza aver scelto anche una lista tra quelle che lo sostenevano, sugli oltre 30 milioni di votanti. Le proporzioni peraltro sono piuttosto diverse tra le 3 aree: si tratta dell'1,8% degli elettori di centrodestra, il 4% di quelli di centrosinistra e il 4,2% di quelli del Movimento 5

Stelle. In quest'ultimo caso, la percentuale più alta può essere almeno in parte spiegata con il fatto che in caso di coalizione composta da una lista unica (come è appunto il caso del M5S) il voto al candidato di collegio si estendeva automaticamente a quell'unica lista, e viceversa: dal punto di vista sia dei voti “in entrata” che di quelli “in uscita”, dunque, votare un candidato uninominale del Movimento 5 Stelle o votare solo la lista M5S era di fatto la medesima cosa.

Tab.2 - voti espressi solo verso candidati di collegio uninominale per le tre aree/coalizioni principali e percentuale sui voti complessivi

Area/coalizione	Voti solo candidato	% su voti totali
Centrodestra	220.172	1,8
Movimento 5 Stelle	448.068	4,2
Centrosinistra	302.001	4,0

5. I risultati: la rappresentatività dei collegi

Come già facevano altre leggi elettorali precedenti, (il “*Mattarellum*” e, ancor più esplicitamente, il “*Porcellum*”) anche il “*Rosatellum*” contempla l’esistenza di coalizioni pre-elettorali composti da più liste, addirittura – e qui si ritrova un ulteriore elemento di novità della legge – “blindando” i confini delle coalizioni a livello nazionale (financo al Senato). L’incentivo a formare coalizioni è dato dalla necessità di massimizzare le possibilità di vincere nei collegi uninominali presentando candidati unici (Cox 2005). Questi candidati, per ragioni facilmente comprensibili, sarebbero stati ripartiti tra le diverse forze politiche di ciascuna coalizione in base ad accordi fondati sul peso relativo di ciascuna di queste forze, ipotizzata presumibilmente sulla base delle intenzioni di voto rilevate dai sondaggi in quel momento. Questo avrebbe dovuto far sì che l’elemento premiale – costituito dal numero di collegi vinti dalla coalizione complessivamente più votata – non andasse a beneficio di un solo partito, ma dei vari partiti della coalizione. E questo è ciò che si è in effetti verificato, come mostrano le seguenti tabelle, in cui si riporta il numero complessivo degli eletti in ciascuna coalizione per partito di provenienza:

Tab.3 - percentuale di voti e seggi conquistati (proporzionale e maggioritario) dai partiti della coalizione di centrodestra (Camera)

Centrodestra	Lega	Forza Italia	Fratelli d’Italia	Noi con l’Italia
Voti (prop.)	17,34%	13,98%	4,37%	1,31%
Seggi (prop.)	73	59	19	0
Seggi (magg.)	50	44	13	4

Tab.4 - percentuale di voti e seggi conquistati (proporzionale e maggioritario) dai partiti della coalizione di centrosinistra (Camera)

Centrosinistra	PD	+Europa	Civica Popolare	Insieme	SVP
Voti (prop.)	18,74%	2,57%	0,55%	0,58%	0,41%
Seggi (prop.)	86	0	0	0	2
Seggi (magg.)	20	2	2	1	2

Con questo sistema, hanno ottenuto una rappresentanza parlamentare (per quanto magari esigua) anche i partiti che ne sono rimasti fuori relativamente alla parte proporzionale, per non aver superato la soglia di sbarramento del 3%. È il caso della lista Noi con l’Italia,

che con l'1,3% non ha ottenuto seggi nella parte proporzionale ma che ha eletto 4 esponenti candidati in collegi uninominali in rappresentanza della coalizione di centrodestra; ma anche delle liste +Europa, Civica Popolare e Insieme, che ne hanno ottenuti nello stesso modo rispettivamente 2, 2 e 1 seggio. In questo modo si è verificata una sorta di “proporzionalizzazione” della quota maggioritaria (D’Alimonte e Chiaramonte 2006) che ha finito così per risultare addirittura più rappresentativa (se con “rappresentativa” intendiamo la capacità di rappresentare quante più forze politiche, anche quelle con un numero di consensi inferiori) della quota proporzionale – con cui pure, ricordiamolo, si assegnavano i 2/3 dei seggi totali.

L'altra questione relativa alla rappresentatività era legata alla tutela della parità di genere. In questo caso, le norme che hanno riservato almeno il 40% di candidature nei collegi uninominali (nonché in posizione di capolista) al genere meno rappresentato, hanno effettivamente contribuito a diminuire la disparità tra eletti ed elette nel Parlamento: alla Camera sono donne il 35,8% dei candidati di collegio vincenti (83 su 232) mentre al Senato sono il 41,3% (45 su 116). Nel complesso, con il 35% di parlamentari complessivi di sesso femminile, le attuali assemblee di Camera e Senato sono le più “rosa” di sempre nella storia repubblicana. Va detto anche che tale quota poteva essere anche ben più alta se in tanti casi non fossero state riservate delle candidature plurime nei listini proporzionali a delle candidate poi elette in collegi uninominali.

6. I risultati: l'effetto disproporzionale

L'obiettivo dichiarato della reintroduzione dei collegi uninominali era quello di creare un meccanismo di potenziale disproporzionalità tale da poter facilitare il raggiungimento di una maggioranza parlamentare al partito (o alla coalizione) che avesse vinto più collegi e conquistato più seggi pur senza ottenere la maggioranza assoluta dei voti. In particolare, la struttura della legge consente di ottenere la maggioranza assoluta dei seggi conquistando solo il 40% dei seggi proporzionali (154 alla Camera, 77 al Senato) a patto di vincere almeno il 70% dei collegi uninominali (162 alla Camera, 81 al Senato) (D’Alimonte 2017). Ciò non si è poi verificato, per vari motivi. Il centrodestra è effettivamente arrivato molto vicino a conquistare il numero di seggi proporzionali necessari (151 alla Camera e 77 al Senato), ma è rimasto ben lontano dal 70% di collegi uninominali vinti, fermandosi a 111 (il 48%) alla Camera e a 58 al Senato (il 50%).

Archiviato il controverso meccanismo del premio di maggioranza (bocciato, come si è detto, dalle due sentenze della Corte costituzionale già citate, in entrambe le sue due versioni: quella a turno unico e quella a doppio turno), la ricerca di una disproporzionalità premiante per la “minoranza più forte” è stata affidata ai collegi uninominali. Tale disproporzionalità si è in effetti manifestata, ma non in misura tale da consentire il raggiungimento della

maggioranza assoluta dei seggi. Utilizzando l'indice di Gallagher⁹ (Gallagher 1991) per misurare la disproporzionalità dei collegi uninominali del “*Rosatellum*” con quella dei collegi previsti dal “*Mattarellum*” nelle tre elezioni in cui si è votato in Italia con questo sistema (1994, 1996 e 2001) e soprattutto con le elezioni svoltesi in Regno Unito e Germania nell'ultimo ventennio, non si nota alcuna anomalia, né in un senso (eccessiva disproporzionalità) né nell'altro (disproporzionalità minima o comunque inferiore alla media).

Tab.5 - indice di Gallagher delle elezioni svoltesi utilizzando collegi uninominali maggioritari a turno unico in Italia (1994-2018), Regno Unito (1997-2017) e Germania (1998-2017)

Paese	Anno	Disproporzionalità media collegi uninominali
Italia (Camera)	1994	14,3
Italia (Camera)	1996	7,98
Italia (Camera)	2001	9,96
Italia (Camera)	2018	12,0
Regno Unito	1997	16,41
Regno Unito	2001	17,70
Regno Unito	2005	16,69
Regno Unito	2010	14,81
Regno Unito	2015	15,0
Regno Unito	2017	6,35
Germania	1998	16,69
Germania	2002	12,77
Germania	2005	10,67
Germania	2009	21,02
Germania	2013	21,89
Germania	2017	25,66

Come emerge dalla tabella, la disproporzionalità media dei collegi uninominali della Camera del “*Rosatellum*” alle elezioni politiche italiane del 2018 è stata pari a 12, un valore più alto di quello registrato con il “*Mattarellum*” nelle elezioni del 1996 e del 2001 e solo di poco inferiore al dato registrato invece nel 1994, primo anno di applicazione di una legge elettorale prevalentemente maggioritaria dopo oltre quaranta anni di “repubblica proporzionale” (Guarnieri 2006): sia in quell'occasione sia nel 2018 le ragioni alla base di una maggiore disproporzionalità vanno ricercate nel tipo di competizione, sostanzialmente tripolare, che ha caratterizzato entrambe le tornate, una considerazione che può valere anche per le elezioni del Regno Unito del 2010 (dove il tradizionale schema bipartitico (Sartori 1984) che vede tradizionalmente contrapposti Conservatori e Laburisti fu “disturbato” da un risultato estremamente positivo per i Liberal Democratici, che ottennero un notevole 21% dei voti). Per contro, i valori di disproporzionalità molto alti rilevati in Regno Unito nel 2001, 2005 e 2015 e in Germania alle elezioni federali (in particolare nel 2009 e 2013) sono dovuti ad una netta affermazione del primo partito, che grazie ad un forte distacco sul secondo partito è riuscito ad aggiudicarsi una percentuale molto elevata di collegi uninominali.

In altri termini, i collegi uninominali del “*Rosatellum*” hanno svolto egregiamente la loro funzione di “generatori di disproporzionalità”. Eppure, questo non ha comunque

⁹ L'indice di Gallagher relativo ad una tornata elettorale si ottiene calcolando la radice quadrata della metà della somma di tutte le radici quadrate della differenza tra percentuale di voti e percentuale di seggi ottenuti da ciascun partito in quella tornata elettorale.

consentito il raggiungimento di una maggioranza, e ciò per due motivi: in primo luogo, come si è detto, quella del 2018 è stata una competizione svoltasi in un contesto tripolare, nel quale la percentuale di voti ottenuta dalla prima area politica (il centrodestra) e soprattutto la sua distribuzione territoriale del consenso si sono rivelati insufficienti e/o inadeguati; in secondo luogo, la quota di seggi assegnati con il sistema dei collegi uninominali maggioritari era troppo ridotta per incidere in maniera decisiva, stante il succitato contesto tripolare: se la quota di collegi uninominali fosse stata predominante, o addirittura totale (come nel Regno Unito) la prima coalizione sarebbe stata molto più vicina al raggiungimento della maggioranza assoluta dei seggi (Borghese 2018).

7. Conclusioni

Nonostante sia stato concepito in condizioni di emergenza, a pochi mesi dalla scadenza della legislatura e in un clima di forti proteste da parte degli oppositori alla riforma, alla sua prima applicazione il “*Rosatellum*” non ha mostrato particolari disfunzioni né ha dato luogo a risultati difformi o incoerenti tra le due camere. A questo proposito, vale la pena di sottolineare due ulteriori elementi: i) le differenze nel voto ai partiti tra Camera e Senato sono state minime: alla Camera la prima coalizione ha ottenuto il 37,0% e la prima lista il 32,68% mentre al Senato i risultati sono stati rispettivamente 37,5% e 32,22%; ii) il numero estremamente contenuto di voti nulli, che – nonostante i timori della vigilia dovuti alla supposizione che il sistema di voto fosse eccessivamente complesso – sono stati alla Camera circa 670 mila, il dato più basso dalle elezioni del 1972. Non mancano però le criticità di questo sistema, a cominciare proprio dal ruolo “dimezzato” previsto per i candidati di collegio uninominale: sottratti a un effettivo meccanismo di *accountability* dovuto alla possibilità di pluri-candidature, impossibilitati a far contare il loro “valore aggiunto” a causa del divieto di esprimere un voto disgiunto, nonché a svolgere una campagna elettorale sul proprio territorio nei tempi molto ristretti intercorsi tra la pubblicazione delle candidature e il voto (circa un mese), si sono ritrovati ad essere solo delle comparse nella competizione generale, tutta svoltasi all’ombra di partiti e leader nazionali.

Bibliografia

- Borghese, S. (2018) *No, non è colpa del Rosatellum*, pubblicato sul sito www.YouTrend.it l'8 marzo 2018.
- Cox, G. (2005) *I voti che contano*, Bologna, Il Mulino.
- D'Alimonte, R. (2017) *Il "pallottoliere" del Rosatellum*, pubblicato su *Il Sole 24 Ore* del 15 ottobre 2017.
- D'Alimonte, R. e Chiaramonte, A. (2006) *Proporzionale ma non solo. La riforma elettorale della Casa delle Libertà*, in *Il Mulino*, *Rivista bimestrale di cultura e di politica*, 1/2006, pp. 34-45, doi: 10.1402/21253.
- De Luca, R. (2011) *Alcuni effetti del voto "personale" negli esiti e nella partecipazione elettorale*, XXV Convegno SISP, 8-10 settembre 2011
- Fava, T. (2007) *La politica dei gregari. Partiti e leader locali al tempo del "Porcellum"*, in *Il Mulino*, *Rivista bimestrale di cultura e di politica*, 6/2007, pp. 985-995, doi: 10.1402/25346.
- Fisichella, D. (2003) *Elezioni e democrazia. Un'analisi comparata*, Bologna, Il Mulino.
- Gallagher, M. (1991) *Proportionality, Disproportionality and Electoral Systems*, in *"Electoral Studies"*, 10(1), pp. 33-51 doi:10.1016/0261-3794(91)90004-c.
- Guarnieri, C. (2006) *Il sistema politico italiano*, Bologna, Il Mulino.
- Lippolis, V. (2013) *La riforma elettorale*, in *Rivista AIC – Associazione Italiana Costituzionalisti*, 3/2013, pp. 1-6.
- Sartori, G. (1984) *Le "leggi" sulla influenza dei sistemi elettorali*, in *Rivista Italiana Di Scienza Politica*, 14(1), pp. 3-40.

Le pluricandidature alle elezioni 2018: tra conservazione e innovazione

Luigi Di Gregorio e Michele De Vitis***

Le novità introdotte dalla legge 165/2017 hanno modificato le strategie dei partiti nell'uso delle pluricandidature? Che impatto ha avuto a riguardo l'introduzione delle norme sull'equilibrio di genere? Dopo un breve *excursus* sulle elezioni precedenti, l'analisi proposta risponde a queste domande analizzando le pluricandidature e i pluricandidati delle dieci liste più rilevanti in corsa alle elezioni del 4 marzo 2018.

Lo studio distingue due tipi di pluricandidatura: una pluricandidatura verticale, all'interno dei listini proporzionali plurinominali, e una pluricandidatura orizzontale, tra collegio uninominale e plurinominale.

Vengono inoltre presentati un'analisi dell'impatto della pluricandidatura sull'elezione, questa volta non vincolata a un'opzione arbitraria da parte del candidato e possibili nuovi metodi empirici per nuove letture dell'uso della pluricandidatura.

1. Le nuove regole del gioco

Dopo tre competizioni politiche regolate dalla legge 270/2005 (la c.d. legge "Calderoli"), le elezioni nazionali del 4 marzo 2018 sono state caratterizzate da un nuovo sistema elettorale, misto, in gran parte proporzionale. L'intervento legislativo di riforma, concretizzatosi con la legge 165/2017, è un derivato "necessario" di due sentenze della Corte Costituzionale che in anni diversi hanno dichiarato incostituzionali parti di due leggi elettorali differenti.

Con la prima sentenza, la n. 1 del 2014, la Corte ha dichiarato l'illegittimità costituzionale delle disposizioni che nella legge 270/2005 attribuiscono un premio di maggioranza alla lista o alla coalizione di liste più votata e che non consentono all'elettore l'espressione di un voto di preferenza o quanto meno di conoscere i candidati di una lista bloccata "lunga".

Con la seconda, la n. 35, adottata il 25 gennaio 2017, ha invece dichiarato incostituzionali le disposizioni della legge n. 52 del 2015 (c.d. *Italicum*, riguardante la sola Camera¹) che prevedono un turno di ballottaggio tra le due liste più votate a livello nazionale e che consentono "al capolista eletto in più collegi di scegliere a sua discrezione il proprio collegio d'elezione".

Proprio quest'ultimo aspetto, oggetto del nostro paper, era stato già attenzionato dalla Consulta nella prima sentenza, quasi come aggravante della lesione della libertà di voto del cittadino.

* Ricercatore di Scienza Politica presso l'Università della Tuscia. Indirizzo email: ldigregorio@unitus.it.

** Dottore di ricerca in teoria politica presso la Luiss Guido Carli. Indirizzo email: micheledevitis@gmail.com.

¹ "Applicabile dal 1 luglio 2016, il nuovo sistema elettorale non ha poi regolato nessuna elezione".

Con la legge 270/2005, ha sostenuto la Corte, i candidati “sono individuati sulla base di scelte operate dai partiti, che si riflettono nell’ordine di presentazione, sì che anche l’aspettativa relativa all’elezione in riferimento allo stesso ordine di lista può essere delusa, tenuto conto della possibilità di candidature multiple e della facoltà dell’eletto di optare per altre circoscrizioni sulla base delle indicazioni del partito”.

Per ben tre elezioni diverse, la logica “perversa” della lista bloccata e della candidatura multipla ha infatti permesso alle segreterie di partito di controllare di fatto con una precisione quasi “chirurgica” l’assegnazione dei seggi ai singoli candidati, sia prima sia dopo l’elezione stessa. Prima, in quanto i partiti possono prevedere il loro risultato potenziale circoscrizione per circoscrizione e, sulla base di questa previsione, stilare la lista di candidati “vincenti” e “perdenti”. Dopo, perché ad elezione avvenuta, tutti i pluricandidati “vincenti” hanno una finestra molto limitata di tempo per dichiarare a quale circoscrizione vogliono collegare la loro vittoria e da questa scelta dipende l’esito dei candidati *borderline* delle circoscrizioni coinvolte dalla candidatura multipla.

L’ammonimento della Consulta, unito a quello contro le liste lunghe soprattutto nelle circoscrizioni più popolose, non era certo sfuggito al legislatore che con la legge 52/2015 aveva optato per una importante marcia indietro rispetto alla “liberalizzazione” della pluricandidatura.

Con l’*Italicum* si passa dunque a un sistema di (s)elezione del ceto parlamentare “in parte blindato, in parte preferenziale”, basato in sostanza su 100 collegi plurinomiali all’interno di 20 circoscrizioni² e su listini di collegio più corti con candidati presentati in ordine alternato per sesso. Nessuno può essere candidato in più collegi, neppure di altra circoscrizione, salvo i capilista nel limite di 10 collegi (Trucco, 2015).

Si tratta di una limitazione notevole rispetto alla legge Calderoli che nell’immaginario politico lascia comunque ai leader un certo margine discrezionale su liste e opzioni. Come sostenuto dall’Avvocatura generale dello Stato nel dibattimento che ha preceduto la sentenza 35/2017, “mentre con la legge n. 270 del 2005, se un capolista risultava eletto in più collegi, si liberavano seggi per altrettanti capilista bloccati, con il sistema ora censurato il beneficio sarebbe chiaramente a vantaggio dei primi non eletti con le preferenze”.

La pluricandidatura diventa dunque uno strumento a vantaggio esclusivo dei soli capilista - paradossalmente i più probabili ad essere eletti – che va a incrociarsi in fase di composizione delle liste con le nuove norme sull’equilibrio di genere.

I capilista dello stesso sesso infatti non possono eccedere per legge il 60 per cento del totale in ogni circoscrizione. Di riflesso anche le pluricandidature non potranno più essere a

² Fatti salvi i collegi uninominali nelle circoscrizioni Valle d’Aosta e Trentino-Alto Adige/Südtirol, per le quali sono previste disposizioni particolari

prima vista leva di promozione di candidati quasi esclusivamente di sesso maschile, come del resto era accaduto per gran parte delle liste in campo alle elezioni del 2006, 2008 e 2013³.

Tuttavia anche la nuova previsione diventa, questa volta in maniera più diretta, oggetto di censura da parte della Corte che dichiara l'illegittimità costituzionale proprio del novellato art. 85 del D.P.R. n. 361 del 1957 "in quanto consente al capolista eletto in più collegi di operare la scelta del collegio in cui essere proclamato tale senza alcun tipo di vincolo".

In un sistema elettorale che grazie al ritorno della preferenza (addirittura due, se con alternanza di genere) e a collegi più piccoli fa aumentare rispettivamente il legame con l'elettore e il grado di territorializzazione dell'elezione, l'assenza di un vincolo – quando non un criterio – a cui agganciare la scelta del collegio costituisce la falla finale del processo di selezione.

"L'opzione arbitraria" sostiene infatti la Corte "affida irragionevolmente alla decisione del capolista il destino del voto di preferenza espresso dall'elettore nel collegio prescelto, determinando una distorsione del suo esito in uscita, in violazione non solo del principio dell'uguaglianza ma anche della personalità del voto, tutelati dagli artt. 3 e 48, secondo comma, Cost".

Da quest'illegittimità costituzionale deriva l'aspetto più paradossale della congerie meccanica residua dopo le sentenze della Consulta e destinata a trasformare i voti in seggi dal gennaio 2016 in assenza di un intervento del Parlamento: il sorteggio per i capilista plurieletti (Troilo, 2017).

È su questi presupposti che si sviluppa il dibattito parlamentare sul nuovo sistema della pluricandidatura all'interno della nuova legge elettorale. Da un lato l'impossibilità del ritorno alla liberalizzazione e la lineare continuità nell'identificare un limite contenuto e definito, dall'altro la necessità di individuare un "vincolo" per la scelta del collegio in caso di pluri elezione.

Il sistema elettorale approvato dal Parlamento nel 2017 contiene al suo interno due meccanismi di voto legati a due tipi di collegi: il sistema maggioritario relativo a 231 collegi uninominali alla Camera e 115 al Senato, già noto agli elettori italiani dal 1994 al 2001 con collegi però di dimensione diversa, e il sistema proporzionale per l'elezione del restante numero di deputati e senatori in rispettivamente 63 e 33 collegi plurinominali con listini in cui il numero dei candidati varia da un minimo di 2 a un massimo di 4 e in cui il nome dei candidati viene riportato sulla scheda⁴.

Partendo da queste due diverse dimensioni spaziali (collegi uninominali e plurinominali) la legge 165/2017 fissa quattro diversi parametri di pluricandidatura, ugualmente validi sia per la Camera che per il Senato, a prescindere dal numero dei collegi:

³ Si veda in proposito Il meccanismo delle multicandidature alle elezioni 2013: autoreferenzialità o semplificazione? / di Luigi Di Gregorio, Michele De Vitis in Sondaggi ed elezioni: le regole del gioco e della comunicazione : XI Convegno Internazionale SISE, Pordenone, 13-14 marzo 2013 / a cura di Ilvo Diamanti, Luigi Ceccarini. - Firenze: Società italiana di studi elettorali, 2013. - p. 265-293

⁴ Restano ferme le norme per la circoscrizione Estero e per la Valle d'Aosta.

- 1) Nessun candidato può essere incluso in liste con lo stesso contrassegno in più di 5 collegi plurinominali.
- 2) Nessuno può essere candidato in più di un collegio uninominale.
- 3) Il candidato in un collegio uninominale può essere candidato, con il medesimo contrassegno, in collegi plurinominali, fino ad un massimo di cinque.
- 4) Il candidato nella circoscrizione Estero non può essere candidato in alcun collegio plurinominale o uninominale del territorio nazionale⁵.

A ciò si aggiunge la variabile tutt'altro che neutra dei paletti sull'equilibrio di genere così declinati:

- 1) nella successione interna delle liste nei collegi plurinominali, i candidati devono essere collocati secondo un ordine alternato di genere;
- 2) nel complesso delle candidature presentate da ogni lista o coalizione di liste nei collegi uninominali a livello nazionale alla Camera e a livello regionale al Senato, nessuno dei due generi può essere rappresentato in misura superiore al 60 per cento;
- 3) nel complesso delle liste nei collegi plurinominali presentate da ciascuna lista a livello nazionale alla Camera e a livello regionale al Senato, nessuno dei due generi può essere rappresentato nella posizione di capolista in misura superiore al 60 per cento.

La legge chiarisce infine le eventuali precedenze in caso di pluri elezione e di fatto annulla il potere di opzione del pluri eletto, dal momento che

- 1) L'eletto in un collegio uninominale e in uno o più collegi plurinominali si intende eletto nel collegio uninominale;
- 2) L'eletto in più collegi plurinominali è proclamato nel collegio nel quale la lista cui appartiene ha ottenuto la minore cifra elettorale percentuale di collegio plurinominale.

Quest'ultimo criterio era già stato indirettamente prospettato dalla Consulta nella sentenza 35/2017. La Corte, infatti, all'interno di una "costituzionalizzazione" dell'*Italicum*, aveva indicato un possibile pendolo tra "una logica volta a premiare il voto di preferenza espresso dagli elettori"⁶ e "una logica tesa a valorizzare il rilievo e la visibilità della sua candidatura"⁷.

Con queste nuove regole, la costruzione delle liste diventa un nuovo gioco a incastro in cui per garantire l'elezione sicura occorre tenere conto innanzitutto della distribuzione delle candidature maschili e femminili, alternate all'interno del listino proporzionale ed equamente distribuite nelle posizioni di vertice del listino e nei collegi uninominali.

⁵ Emendamenti di contenuto opposto erano stati presentati in fase di discussione anche alla luce di una delle novità più silenti, ma non meno dirimenti della nuova legge elettorale: per la prima volta dalla sua istituzione, gli elettori residenti in Italia possono essere candidati nella circoscrizione Estero, in una sola ripartizione.

⁶ Secondo questa logica il pluri eletto deve essere proclamato nel collegio in cui il candidato della medesima lista – il quale sarebbe eletto in luogo del capolista – abbia riportato, in percentuale, meno voti di preferenza rispetto a quelli ottenuti dai candidati in altri collegi con lo stesso capolista

⁷ Secondo questa logica il capolista candidato in più collegi deve essere proclamato eletto in quello in cui la rispettiva lista ha ottenuto, sempre in percentuale, la maggiore cifra elettorale, in relazione agli altri collegi in cui lo stesso si era presentato quale capolista.

Sulla scelta elettorale gioca inoltre un effetto non irrilevante la nuova modalità di espressione del voto. Il nuovo sistema misto non prevede, diversamente dal *Mattarellum*, la possibilità di esprimere un voto disgiunto anche perché concentrato su un'unica scheda.

Il voto si esprime tracciando un segno sul simbolo della lista ed è così espresso anche per il candidato uninominale ad essa collegato. Se è tracciato un segno sul nome del candidato uninominale il voto è espresso anche per la lista ad esso collegata e, nel caso di più liste collegate, il voto è ripartito tra le liste della coalizione in proporzione ai voti ottenuti nel collegio.

Nel primo caso, più frequente e semplice per l'elettore, un voto al partito equivale insomma a un voto al candidato uninominale. Nel secondo, in caso di coalizioni, è ripartito tra le liste che sostengono il candidato uninominale.

In questo contesto complessivo, la pluricandidatura acquista due dimensioni: una verticale, quando esercitata unicamente nella quota proporzionale, tra i diversi listini dei 63 collegi plurinomiali, e l'altra orizzontale, collocata sia nella quota proporzionale che in quella maggioritaria, con una presenza in un collegio uninominale e in uno o più collegi plurinomiali.

Nel primo caso il numero di pluricandidature può variare da 2 a 5, nel secondo il numero varia da una combinazione minima 1+1 a una massima 5+1.

La tabella seguente ricapitola le modalità di strutturazione della scelta elettorale dal 2006 a oggi. Le pluricandidature, sia pure limitate rispetto alla legge Calderoli, resistono nelle leggi successive per due ragioni fondamentali:

- 1) La possibilità per i leader di attrarre consenso in più circoscrizioni/collegi;
- 2) La questione della "traslazione" dei seggi.

Il difficile equilibrio tra voto politico e vincoli territoriali ai seggi fa sì che, specie nei partiti minori, non sia così semplice prevedere chi verrà eletto e chi no. Per tale ragione, proprio da questi partiti non è mai mancato il sostegno, quando non la diretta ed esplicita richiesta, alle multicandidature.

Tab.1 – Modalità di strutturazione della scelta elettorale

Legge Calderoli (2005)	Lista bloccata	Possibilità di candidarsi in tutte le circoscrizioni alla Camera e in tutte le regioni al Senato
Legge <i>Italicum</i> (2015)	Lista con capolista bloccato e possibilità di esprimere fino a 2 preferenze	Possibilità per il solo capolista di candidarsi fino a 10 collegi
Legge Rosato (2017)	Candidatura in collegio uninominale e lista corta bloccata nell'arena proporzionale. No voto disgiunto.	Possibilità di candidarsi fino a 5 collegi plurinomiali, anche per il candidato in un collegio uninominale,

2. I partiti e le pluricandidature: dove eravamo rimasti

Nel 2006, in occasione del primo voto regolato dalla legge 270/2005, i partiti hanno fatto un ricorso massiccio al posizionamento multiplo⁸: politici di professione o più in generale *incumbents* e dirigenti nazionali di partito hanno grosso modo controllato quasi la metà dei seggi a disposizione mediante lo strumento della candidatura multipla, che ha aggiunto ulteriore discrezionalità decisionale allo strumento già potentissimo – ai loro fini – della lista bloccata.

Lo strumento della candidatura multipla su tutto il territorio nazionale è stato utilizzato mediamente più dall'Unione che dalla CDL, sia alla Camera che al Senato. Ma ciò dimostra che tanto la lista bloccata, quanto la liberalizzazione delle candidature – per quanto criticate in un primo tempo dall'allora opposizione – siano in realtà due innovazioni che piacciono trasversalmente ai partiti, proprio in quanto garantiscono loro un controllo pressoché totale sulla determinazione dei candidati eleggibili.

Emerge inoltre una strategia differente tra grandi e piccoli partiti, sia in termini di pluricandidature, sia – in misura ancora più evidente – in termini di plurielezioni.

Per i partiti maggiori, il ricorso alle candidature plurime viene diluito su un maggior numero di seggi conquistati. Alla Camera vi è un maggiore ricorso alle pluricandidature rispetto al Senato. E l'esito in termini di plurielezioni conferma quel dato, visto che al Senato la percentuale di monoeletti supera l'80%, mentre alla Camera non arriva al 60%.

Nel 2006 quasi tutti i leader di partito hanno deciso di candidarsi alla Camera. Fini e Berlusconi in tutte e 26 le circoscrizioni. E Fini, Berlusconi, Prodi, Diliberto, Casini e Bertinotti hanno conquistato cumulativamente 129 seggi. Al Senato il record spetta a Cossutta, Follini e Pisanu con “sole” 4 plurielezioni a testa.

È evidente che, date queste premesse, la composizione del Parlamento deriva da una lunga e complessa sequenza di scelte post-elettorali che richiede numerosi passaggi. La complessità di questi passaggi è testimoniata dal fatto che per individuare i 18 deputati della Rosa nel pugno sono stati necessari 70 passaggi.

A fronte di 60 plurieletti complessivi (38 alla Camera e 22 al Senato) si arriva, in seguito alle opzioni e agli “scivolamenti” nelle liste di partito, a 435 seggi complessivi (371 alla Camera e 64 al Senato), ossia quasi la metà dei seggi totali del Parlamento. Questo significa che le opzioni post-voto di 60 plurieletti hanno avuto conseguenze “a cascata” su 435 seggi.

Nel 2008, le elezioni, giunte in maniera improvvisa e in anticipo rispetto alla naturale scadenza del mandato parlamentare, hanno fatto segnare un radicale cambiamento dei meccanismi di pluricandidatura, che hanno registrato un calo drastico in un contesto di

⁸ Per dettagli e tabelle si veda Di Gregorio, De Vitis (2008, 2013). A riguardo anche Di Virgilio A., (2007), D'Alimonte, Chiaramonte (2010), Chiaramonte, De Sio (2014).

semplificazione dell'offerta politica. Viene così fortemente ridimensionato quel complesso fascio di passaggi di seggi elettorali scaturito dalle opzioni dei plurieletti.

Questi fenomeni possono essere spiegati illustrando il panorama dell'offerta e della domanda politica nelle fasi che precedono la contesa elettorale dell'aprile 2008. Cresce nel Paese un clima di sfiducia nelle istituzioni politiche e nei partiti politici in particolare, clima alimentato dal dibattito sugli sprechi della politica aperto dal libro "La casta" di Stella e Rizzo e dalle proteste di piazza del comico Beppe Grillo⁹.

Per recuperare credibilità in sede elettorale, la classe dirigente politica cambia rotta e propone all'elettorato un'offerta più semplificata e snella, una sorta di bipartitismo "agganciato" alla governabilità del sistema. Il Partito Democratico, che ha "assorbito" al suo interno i radicali, accetta l'alleanza con Di Pietro sulla base della creazione di un gruppo parlamentare unico – accordo poi disatteso. Il Popolo della Libertà, invece, riunendo al suo interno il "grande popolo dei moderati", si allea con due formazioni politiche a carattere territoriale -la Lega al Nord, l'Mpa al Sud.

Dalle strategie di apparentamento compiute dai principali esponenti politici scaturisce una scheda elettorale semplice e immediata e una minor farraginosità del sistema di assegnazione dei probabili seggi ai singoli candidati.

Le segreterie di partito del 2008 si comportano in maniera diversa rispetto al 2006. Agiscono nell'ottica di grandi contenitori politici a vocazione maggioritaria – come nel caso di Pd e Pdl – o di partiti plurali e federativi – come la Sinistra Arcobaleno – che si spartiscono i posti in lista ritenuti sicuri secondo quote stabilite nei patti elettorali¹⁰. Non c'è tempo dunque per i cervellotici meccanismi di reclutamento che legano le sorti di alcuni candidati alla scelta della circoscrizione d'elezione di un singolo candidato.

Nonostante il calo generale, il ricorso alla pluricandidatura rimane maggiore per la Camera rispetto al Senato e riguarda leader influenti all'interno del partito che si presentano sia nella loro circoscrizione d'appartenenza sia in altre circoscrizioni chiave. Si pensi alla doppia candidatura di D'Alema in Puglia, suo tradizionale bacino elettorale, e in Campania 1, dove l'autorevole esponente del Pd si presenta per fare da "scudo" alle polemiche rivolte alla coalizione di centrosinistra alla guida della Regione in merito alla gestione dell'emergenza rifiuti, uno dei temi di "battaglia" della campagna elettorale.

La scelta di candidare un esponente politico anziché un altro in una determinata circoscrizione si traduce in una strategia di "distribuzione" del candidato, una strategia che chiameremo "esterna-orizzontale" perché giocata sulla base delle 26 circoscrizioni presenti sul territorio nazionale in cui ci si può candidare.

⁹ Come riportano i dati Ipsos, i trend di fiducia rilevanti osservati dall'ottobre 2006 al febbraio 2008 sono tutti in calo. È sensibile il crollo della fiducia nel Parlamento (Camera da 52 a 37 %, Senato da 56 a 39), più o meno stabili gli enti locali.

¹⁰ Ne sono un esempio le quote decise tra i partiti che vanno a comporre il cartello dell'Arcobaleno: 45 per cento a Rifondazione, 19 per cento rispettivamente a Verdi e Pdc, 17 per cento a Sinistra Democratica.

In questo caso, la collocazione può avvenire in genere per radicamento territoriale – legame tra la persona fisica del candidato e l’area geopolitica in cui si presenta la candidatura – o per radicamento per *incumbency* o “paracadutismo”, caso in cui manca un legame tra il candidato e il territorio, ma la designazione è vincolata principalmente all’alta probabilità d’elezione.

La scelta riguardante invece la posizione in lista che sarà occupata da un dato candidato risponderà ad una strategia per così dire “interna-verticale”, strategia sintomo – in linea di massima – di una gerarchia all’interno del partito o della lista o di una vera e propria strategia di promozione.

La strategia distributiva “esterna” testimonia e conferma l’alto grado di leaderizzazione del sistema politico. È il caso di Silvio Berlusconi, candidato premier della coalizione guidata dal Pdl, che si presenta come capolista in tutte le circoscrizioni quasi a fare da traino del nuovo soggetto di centrodestra. Lo segue a ruota Fini in tutte le circoscrizioni (tranne in Molise).

Tale scelta configura quasi una staffetta, un’ideale designazione del futuro presidente della Camera ad erede della leadership del grande contenitore del centrodestra. Dopo che An accetta di fondare il Popolo della Libertà, la concezione del leader forte deve essere riassunta in una sola lista e il tandem Berlusconi-Fini ad aprire le liste meglio sintetizza l’idea di un partito aperto, non frutto di una semplice annessione di uno o più partiti alla “madre” Forza Italia.

Il Partito Democratico, invece, ricorre a una strategia distributiva selettiva, come quella del leader Veltroni che si presenta solo in quattro circoscrizioni – numero inferiore alle 15 scelte nel 2006 dall’ex presidente del Consiglio Romano Prodi. Sono delle regioni strategiche perché l’ex sindaco di Roma riesce comunque ad essere percepito come “presente” al Nord (candidandosi in Lombardia 1-Milano), al Centro (nel Lazio 1, la “sua” Roma) e al Sud (Campania 2-Sicilia 2).

Nei partiti minori, la strategia intensiva di candidatura trova ragione anche nella minore certezza di vedersi assegnati uno o più seggi e di riflesso la multicandidatura garantisce una maggiore probabilità di elezione. Così Di Pietro guida l’Italia dei Valori in tutte le circoscrizioni, mentre Casini capeggia le liste Udc per ben 21 volte seguito 8 volte dal segretario Cesa.

Sorprende invece la strategia della Sinistra Arcobaleno: Bertinotti che nel 2006 risulta plurieletto in ben 24 circoscrizioni, nel 2008 si candida una sola volta. Va detto che il “nuovo” soggetto di sinistra preferisce evitare la multicandidatura – a differenza della tornata del 2006 in cui anche Verdi e Pdc pluricandidarono tra gli altri i rispettivi leader Pecoraro Scanio e Diliberto – e presenterà più di una volta il solo Gennaro Migliore (quota Prc).

Sul fronte della strategia interna, si segnalano, per l’obiettivo ad esse sotteso, le candidature del Partito Democratico. La distribuzione selettiva del leader si sposa col

messaggio di rinnovamento che il nuovo partito riformista vuole dare al Paese. Alla strategia “forte” dei due leader del Pdl che aprono le liste in tutte le circoscrizioni, si contrappone quella “fresca” del Partito Democratico. Il leader, nelle poche regioni in cui si presenta, lo fa sempre al secondo posto succedendo a dei candidati giovani senza alcun passato politico¹¹.

Di riflesso, la semplificazione massiccia nel ricorso, a volte azzerato, alle pluricandidature incide positivamente sul drastico calo del tasso di plurielezioni e di plurieletti. La riduzione è più sensibile nel complesso per il centrodestra, che nel 2006 aveva fatto registrare i tassi più elevati sia alla Camera che al Senato, ma anche il centrosinistra (ex Unione) vede più che dimezzate le proprie quote di plurieletti.

Nel 2013, l’offerta politica in occasione delle elezioni del 24-25 febbraio 2013 è strutturata su un asse a dir poco multipolare. Il sistema partitico si assesterà su uno schema quadripolare che vede protagonisti oltre ai partiti tradizionali, Pd e Pdl, il Movimento 5 Stelle e Scelta Civica con Monti.

Allo stesso tempo, diversamente dal 2008, il quadro politico presenta una complessità senza dubbio maggiore nella formazione delle principali coalizioni. Escludendo l’avanzata solitaria del Movimento 5 Stelle, la coalizione di centrosinistra risulta formata da 3 liste (più la Svp in Trentino-Alto Adige e il Megafono di Crocetta in Sicilia), così come la coalizione guidata da Mario Monti, mentre è più ricca l’offerta politica all’interno del centrodestra composto non solo da Pdl e Lega, ma da altre 7 liste tra cui Fratelli d’Italia promossa da Giorgia Meloni e La Destra di Storace.

È dunque ancora una volta la presenza di liste minori il principale fattore di innalzamento del tasso di multicandidature con un ritorno di fatto alla tendenza registrata nel 2006. Complice il sorgere di nuove liste in un limite temporale abbastanza ristretto, accorciato dal voto anticipato rispetto alla naturale scadenza del governo tecnico, ritornano così le multicandidature di servizio in circoscrizioni territorialmente contigue, mentre si confermano e si moltiplicano al vertice le candidature a tappeto dei leader nazionali dei partiti più piccoli, come già accaduto per l’Udc nel 2008.

Si pensi a Vendola (candidato 19 volte per Sel), Tabacci (10 – Centro Democratico), Meloni (18- Fratelli d’Italia), Storace (26, La Destra), Fini (25, Fli) e si paragoni la loro scelta, non sempre efficace in termini di plurielezioni, con la strategia mirata seguita da Bersani e Alfano - molto simile a quella lanciata per la prima volta da Veltroni nel 2008- pluricandidati in rispettivamente 3 e 4 circoscrizioni principali (Lombardia 1, Lazio 1, Sicilia 1 per il segretario del Pd, Piemonte 1 e 2, Lazio 1, Sicilia 1 per il segretario del Pdl), a copertura ideale di Nord, Centro e Sud.

¹¹ In Lombardia è Matteo Colaninno, ex presidente dei Giovani di Confindustria, a precedere Veltroni e ad occupare il ruolo di capolista. Nel Lazio, capolista è Marianna Madia, giovane economista; in Campania, Giuseppina Picierno occupa il posto che era di De Mita mentre in Sicilia, il primo degli eletti sarà Giuseppe Beretta, ricercatore di Diritto del Lavoro presso l’università di Enna.

Tab.2 - Pluricandidature alla Camera, elezioni 2013

Liste	Camera					
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Partito Democratico	616	7	1,1	612	3	0,5
Sinistra Ecologia e Libertà	616	28	4,5	593	5	0,8
Centro Democratico	582	103	17,7	520	41	7,9
<i>Totale centrosinistra</i>	1814	138	7,61	1725	49	2,84
Popolo della Libertà	606	6	1	602	2	0,3
Lega Nord	590	40	6,8	565	15	2,6
Fratelli d'Italia	616	22	3,6	600	6	1
La Destra	582	98	16,8	513	29	5,6
Grande Sud – Mpa	260	15	5,8	251	6	2,4
Mir – Moderati in rivoluzione	540	53	9,8	503	16	3,2
<i>Totale centrodestra</i>	3194	234	7,33	3034	74	2,4
Movimento 5 Stelle	536	0	0,00	536	0	0
Scelta Civica	560	8	1,4	556	4	0,7
Unione di Centro	610	26	4,3	592	8	1,3
Futuro e Libertà	593	75	12,6	541	23	4,2
<i>Totale centro</i>	1763	109	6,2	1689	35	2,1
<i>Totale generale</i>	7307	481	6,6	6984	158	2,3

Tab.3 - Pluricandidature al Senato, elezioni 2013

Liste	Senato					
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Partito Democratico	301	2	0,7	300	1	0,3
Sinistra Ecologia e Libertà	300	4	1,3	298	2	0,7
Centro Democratico	288	2	0,7	287	1	0,3
<i>Totale centrosinistra</i>	889	8	0,9	885	4	0,4
Popolo della Libertà	298	20	6,7	280	2	0,7
Lega Nord	300	41	13,7	271	12	4,4
Fratelli d'Italia	299	18	6	284	3	1
La Destra	298	0	0	298	0	0
Grande Sud - Mpa	103	2	1,9	102	1	1
Mir – Moderati in rivoluzione	243	4	1,6	241	2	0,8
<i>Totale centrodestra</i>	1541	85	5,5	1476	20	1,4
Movimento 5 Stelle	250	0	0,00	250	0	0,00
Con Monti per l'Italia	298	9	3	292	3	1
<i>Totale generale</i>	2978	102	3,43	2903	27	0,9

Legenda: (a) candidature; (b) pluricandidature; (c) tasso di pluricandidature (b/a*100); (d) candidati; (e) pluricandidati; (f) tasso di pluricandidati (e/d*100). Si indica con la parola candidature la somma delle candidature, incluse quelle "multiple"; con candidati la somma delle candidature attribuibili individualmente a ciascun candidato, al netto delle candidature multiple; con pluricandidati il numero dei candidati che si presentano in più circoscrizioni o regioni; con pluricandidature la somma dei casi di candidature multiple.

In questo panorama, ritornato molto frastagliato, si fa notare l'assenza dell'utilizzo della pluricandidatura da parte del Movimento 5 Stelle, sintomo della mancanza di criteri gerarchici nella composizione delle liste.

Sommando quest'esperienza al dato del Partito Democratico che presenta nelle sue liste solo tre pluricandidati (Bersani, Letta e Piccoli Nardelli), si potrebbe affermare che meccanismi di selezione partecipati e dal basso, primarie o parlamentarie che siano, abbiano un impatto positivo sulla riduzione dell'utilizzo di uno strumento in fondo partitocratico come la multicandidatura.

Comune ai trend del 2006 e del 2008, invece, è l'asimmetria tra il numero di pluricandidature alla Camera e al Senato. Nelle liste per l'elezione della camera bassa, infatti, continua a

rimanere più elevata la quota di pluricandidati. Un'eccezione rilevante è costituita dalla candidatura di Berlusconi al Senato in 18 regioni che altera e ribalta, per il centrodestra, il tradizionale squilibrio.

Come dimostrano le tabelle in basso, invece, è sul lato del fascio delle plurierelezioni post voto che dobbiamo annotare un non lieve progresso. Da un lato, i modesti risultati delle liste minori rendono superflue molte pluricandidature dei principali leader (Giorgia Meloni, ad esempio, risulterà eletta solo in un terzo delle circoscrizioni), dall'altro il limitato utilizzo delle pluricandidature dei partiti maggiori e la scelta multicandidature zero del Movimento 5 Stelle contribuiranno ad abbassare ulteriormente i tassi di plurierelezioni e pluriereletti.

Tab.4 - Plurierelezioni, Camera dei Deputati, elezioni 2013

Liste	Camera					
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Partito Democratico	292	7	2,4	288	3	1,04
Sinistra Ecologia e Libertà	37	20	54,1	19	2	10,53
Centro Democratico	6	2	33,3	5	1	20,00
Svp	5	0	0,0	5	0	0,00
Totale centrosinistra	340	29	8,5	317	6	1,89
Popolo della Libertà	97	4	4,1	94	1	1,06
Lega Nord	18	2	11,1	17	1	5,88
Fratelli d'Italia	9	8	88,9	3	2	66,67
Totale centrodestra	124	14	11,3	114	4	3,51
Movimento 5 Stelle	108	0	0,0	108	0	0,00
Scelta Civica	37	2	5,4	36	1	2,78
Unione di Centro	8	6	75,0	5	3	60,00
Totale centro	45	8	17,8	41	4	9,76
Totale	617	51	8,3	580	14	2,41

Legenda: (a) seggi; (b) seggi vinti da pluriereletti; (c) tasso di plurierelezioni (b/a*100); (d) eletti; (e) pluriereletti; (f) tasso di pluriereletti (e/d*100).

Tab.5 - Plurierelezioni, Senato della Repubblica, elezioni 2013

Liste	Senato					
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Partito Democratico	105	2	1,90	104	1	0,96
Sinistra Ecologia e Libertà	7	0	0,00	7	0	0,00
Il Megafono Lista Crocetta	1	0	0,00	1	0	0,00
Totale centrosinistra	113	2	1,77	112	1	0,89
Popolo della Libertà	98	20	20,41	80	2	2,50
Lega Nord	17	2	11,76	16	1	6,25
Grande Sud - Mpa	1	0	0,00	1	0	0,00
Totale centrodestra	116	22	18,97	97	3	3,09
Movimento 5 Stelle	54	0	0,00	54	0	0,00
Con Monti per l'Italia	18	4	22,22	16	2	12,50
Totale generale	301	28	9,30	279	6	2,15

Legenda: (a) seggi; (b) seggi vinti da pluriereletti; (c) tasso di plurierelezioni (b/a*100); (d) eletti; (e) pluriereletti; (f) tasso di pluriereletti (e/d*100).

3. I partiti e le pluricandidature: le strategie del 2018

Come abbiamo visto nel precedente paragrafo, il fenomeno delle candidature multiple può essere analizzato sulla base di due dati aggregati, ossia il numero delle pluricandidature e

il numero dei pluricandidati, da cui derivano il numero delle plurielezioni e il numero dei plurieletti.

Questi dati aggregati, in virtù dei nuovi limiti e delle nuove aperture previste dalla legge 165/2017, si sdoppiano ora fino a intersecarsi nei collegi uninominali e plurinominali, oltre che all'interno dei diversi collegi plurinominali. La dimensione limitata di questi ultimi rispetto alle circoscrizioni quasi regionali del 2013 può spingere i partiti a una pluricandidatura mirata all'interno di più collegi della stessa circoscrizione per rafforzare presenza e possibilità di elezione del candidato.

Questo grado di complicazione, aumentato anche dalle norme sull'equilibrio di genere, richiede uno sforzo ulteriore di osservazione e una più completa definizione del relativo angolo di visuale. Ciò nonostante, risulta difficile fissare parametri di comparabilità tra i tassi di pluricandidatura e plurielezione delle elezioni 2018 e quelli del 2013.

Per esigenze di esaustività e rappresentatività, il presente studio prende in considerazione solo le coalizioni del centrosinistra e del centrodestra con le relative liste e le liste del Movimento 5 Stelle e di Liberi e Uguali che presentano candidati autonomi nei collegi uninominali. La configurazione dell'offerta politica basata su un assetto saldamente tripolare rende contendibili i collegi uninominali in una logica maggioritaria non più avvezza a due soli contendenti.

Partendo dall'analisi della cosiddetta **pluricandidatura “orizzontale”**, ovvero quella che prevede la contemporanea candidatura sia nella quota maggioritaria che in quella proporzionale, possiamo evidenziare come cada il tabù della pluricandidatura per il Movimento 5 Stelle, che tra Camera e Senato candida circa 90 portavoce posizionati in entrambe le arene elettorali. La diversa composizione interna delle coalizioni di centrosinistra e centrodestra non è influente sulla differente quantità di pluricandidati orizzontali. Se, infatti, l'alleanza del centrosinistra vede il Partito Democratico in posizione dominante e pivotale insieme a tre alleati minori, il centrodestra è caratterizzato da un'alleanza tra due liste di grandezza simile e due di forza inferiore con radicamenti territoriali dissimili.

Per la lista Liberi e Uguali la presentazione di candidati nei collegi uninominali non è chiaramente legata alla possibilità di vincere la competizione nel collegio, ma è una scelta che permette di rafforzare la presenza territoriale di alcuni candidati oltre che di facilitare la composizione delle stesse liste.

Tab.6 - Candidati nei collegi uninominali candidati anche nei collegi plurinominali - Camera e Senato

CAMERA	CSX	CDX	M5S	LEU	SENATO	CSX	CDX	M5S	LEU
N.	66	99	59	61	N.	42	53	29	36
TOTALE CANDIDATI	231	231	231	231	TOTALE CANDIDATI	115	115	115	115
%	28,6	42,8	24,7	26,4	%	36,5	46,1	25,2	31,3

Tab.7 - Candidati nei collegi uninominali candidati anche nei collegi plurinominali - Camera e Senato - Dettaglio coalizione centrosinistra

<u>CAMERA</u>	PD	CIVICA POPOLARE	PIU EUROPA	INSIEME
N.	49	10	5	2
% SU TOTALE COALIZIONE	74,2	15,1	7,6	3,1
<u>SENATO</u>	PD	CIVICA POPOLARE	PIU EUROPA	INSIEME
N.	30	4	4	4
% SU TOTALE COALIZIONE	71,5	9,5	9,5	9,5

Tab.8 - Candidati nei collegi uninominali candidati anche nei collegi plurinominali - Camera e Senato - Dettaglio coalizione centrodestra

<u>CAMERA</u>	LEGA	FORZA ITALIA	FRATELLI D'ITALIA	NOI CON L'ITALIA
N.	31	35	19	14
% SU TOTALE COALIZIONE	31,3	35,3	19,2	14,2
<u>SENATO</u>	LEGA	FORZA ITALIA	FRATELLI D'ITALIA	NOI CON L'ITALIA
N.	15	20	11	7
% SU TOTALE COALIZIONE	28,3	37,7	20,8	13,2

Naturalmente non tutte le pluricandidature orizzontali garantiscono un seggio sicuro. La candidatura in un collegio uninominale perdente può essere una scelta di servizio poi ripagata con una posizione più certa nel listino. Al contrario, la candidatura in un collegio uninominale vincente può permettere una candidatura al secondo posto nel listino, strategica soprattutto per il rispetto dell'alternanza di genere.

Per una analisi più rigorosa del fenomeno, isoliamo dunque i capilista nei collegi plurinominali che risultano candidati anche nel collegio uninominale. Il fenomeno dei cosiddetti pluricandidati orizzontali "blindati" sembra così, in proporzione, ugualmente frequente per i tre blocchi principali, senza le differenze tra Camera e Senato usualmente osservate ai tempi del *Porcellum*.

Tab.9 - Candidati nei collegi uninominali candidati anche nei collegi plurinominali in posizione di capolista

<u>CAMERA</u>	CSX	CDX	M5S	LEU	<u>SENATO</u>	CSX	CDX	M5S	LEU
N.	28	57	27	24	N.	21	26	14	14
TOT. PLURICANDIDATI ORIZZONTALI	66	99	59	61	TOT. PLURICANDIDATI ORIZZONTALI	42	53	29	36
%	42,4	57,6	45,8	39,3	%	50	49	48,3	38,9

Dal focus sulle due coalizioni emerge ancora una volta come l'uso delle pluricandidature sia più frequente per le liste minori. Si continuano così a individuare gerarchie e precedenze in maniera molto ben definita. In questa tornata elettorale, la candidatura nel collegio uninominale, riconoscimento dell'intera coalizione, rappresenta infatti per i candidati dei partiti minori lo spazio più probabile in cui cercare l'elezione. La capacità elettorale delle quattro liste delle due coalizioni, date nei sondaggi sotto la soglia del 3% già prima della presentazione delle candidature (Più Europa, Civica Popolare, Insieme,

Noi con l'Italia)”, è dunque un'incognita per gli stessi leader o per i candidati più in vista e blindarsi tra collegi più o meno certi e primi posti nei listini costituisce l'unica soluzione.

Le percentuali inferiori di pluricandidati orizzontali blindati nei partiti maggiori sembrano invece disegnare una platea comunque non meno corposa rispetto alle elezioni del 2013. A questi soggetti, anche in virtù di un potere significativo all'interno della coalizione per la designazione dei candidati nei collegi maggioritari, la legge elettorale offre più opportunità per assegnare seggi sicuri. Per esempio, il Partito Democratico e Forza Italia - PdL passano dai 4 pluricandidati del 2013 ai rispettivamente 27 e 28 pluricandidati orizzontali blindati del 2018.

Tab.10 - Candidati nei collegi uninominali candidati anche nei collegi plurinominali in posizione di capolista - Camera e Senato - Dettaglio coalizione centrosinistra

<u>CAMERA</u>	PD	CIVICA POPOLARE	PIU EUROPA	INSIEME
N.	17	5	4	2
TOT. PLURICANDIDATI ORIZZONTALI	49	10	5	2
%	34,7	50	80	100
<u>SENATO</u>	PD	CIVICA POPOLARE	PIU EUROPA	INSIEME
N.	10	3	4	4
TOT. PLURICANDIDATI ORIZZONTALI	30	4	4	4
%	33,3	75	100	100

Tab.11 - Candidati nei collegi uninominali candidati anche nei collegi plurinominali in posizione di capolista - Camera e Senato - Dettaglio coalizione centrodestra

<u>CAMERA</u>	LEGA	FORZA ITALIA	FRATELLI D'ITALIA	NOI CON L'ITALIA
N.	14	19	11	13
TOT. PLURICANDIDATI ORIZZONTALI	31	35	19	14
%	45,2	54,3	57,9	92,8
<u>SENATO</u>	LEGA	FORZA ITALIA	FRATELLI D'ITALIA	NOI CON L'ITALIA
N.	5	9	7	5
TOT. PLURICANDIDATI ORIZZONTALI	15	20	11	7
%	33,3	45	63,4	71,4

La prospettiva adottata finora non deve però ridimensionare il peso della “classica” **pluricandidatura verticale**, quella cioè esercitata all'interno della stessa quota proporzionale. Le liste, è vero, si fanno più corte, ma spalmate su 63 collegi plurinominali alla Camera e 33 al Senato. Le tabelle seguenti fotografano la situazione con lo stesso schema metodologico adottato per le lunghe liste bloccate del *Porcellum*.

Tab.12 - Pluricandidature e pluricandidati – Camera, 2018

Liste	Camera					
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Partito Democratico	250	37	14,8	225	12	5,33
Più Europa	249	151	60,6	150	52	34,7
Civica Popolare	246	84	34,1	197	35	17,8
Insieme	248	43	17,3	224	19	8,48
<i>Totale centrosinistra</i>	993	315	31,7	796	118	14,8
Forza Italia	250	64	25,6	213	27	12,7
Lega	250	76	30,4	203	29	14,3
Noi con l'Italia	247	41	16,6	220	14	6,4
Fratelli d'Italia	250	71	28,4	203	24	11,8
<i>Totale centrodestra</i>	997	252	25,3	839	94	11,2
Movimento 5 Stelle	250	0	0	250	0	0
Liberi e Uguali	250	60	24	212	22	10,4
<i>Totale generale</i>	2490	627	25,2	2097	234	11,2

Tab.13 - Pluricandidature e pluricandidati – Senato, 2018

Liste	Senato					
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Partito Democratico	126	15	11,9	117	6	5,1
Più Europa	126	86	68,2	65	25	38,5
Civica Popolare	123	22	17,9	111	10	9
Insieme	125	24	19,2	113	12	10,6
<i>Totale centrosinistra</i>	500	147	29,4	406	53	13
Forza Italia	126	19	15,1	114	7	6
Lega	126	46	36,5	96	16	16,7
Noi con l'Italia	126	21	16,7	112	7	6,2
Fratelli d'Italia	126	35	27,8	102	11	10,8
<i>Totale centrodestra</i>	504	121	24	424	41	9,7
Movimento 5 Stelle	126	0	0,00	126	0	0,00
Liberi e Uguali	126	21	16,7	114	9	7,9
<i>Totale generale</i>	1256	289	23	1070	103	9,6

Legenda: (a) candidature; (b) pluricandidature; (c) tasso di pluricandidature (b/a*100); (d) candidati; (e) pluricandidati; (f) tasso di pluricandidati (e/d*100). Si indica con la parola candidature la somma delle candidature, incluse quelle "multiple"; con candidati la somma delle candidature attribuibili individualmente a ciascun candidato, al netto delle candidature multiple; con pluricandidati il numero dei candidati che si presentano in più circoscrizioni o regioni; con pluricandidature la somma dei casi di candidature multiple.

Come nel 2013, il Movimento 5 Stelle opta per la strategia pluricandidature zero nei listini in entrambe le Camere. Cala invece leggermente il ricorso alla pluricandidatura verticale da parte delle liste minori, ad eccezione del caso di Più Europa che presenta invece il tasso più alto di sempre. Le piccole formazioni infatti appaiono puntare più sulla blindatura agganciata all'uninomiale. In questo contesto, la pluricandidatura sembra più un riconoscimento di servizio quando non una ottemperanza del rispetto delle norme di genere che il tentativo di garantire seggi certi.

Aumentano certamente i pluricandidati delle liste maggiori rispetto al 2013. Paradossalmente, per certi versi, l'innovazione del metodo elettorale rischia di promuovere la conservazione. Come nel 2006, infatti, l'adozione per la prima volta di un sistema elettorale diverso sembra spingere le segreterie ad un placement mirato per molti più candidati.

Si conferma inoltre la tendenza, ormai decennale, che vuole la pluricandidatura molto più frequente nella Camera bassa rispetto alla Camera alta.

È però solo incrociando le due dimensioni spaziali della pluricandidatura previste dal sistema elettorale approvato nel 2017 che possiamo apprezzare in maniera molto più completa ed esaustiva il fenomeno, anche per questo non pienamente comparabile con le precedenti esperienze esaminate nel secondo paragrafo.

A disposizione dei partiti ci sono ora nove diverse combinazioni di pluricandidatura, su cui non è ininfluente anche l'effetto dell'assenza dell'opzione in caso di plurielezione. È un range molto variegato in cui si passa dalla soluzione massima dell'1+5, a favore presumibilmente dei leader, fino alla combinazione minima dell'1+1, comunque strategica se abbinata a un posto da capolista nel proporzionale.

Abolita l'opzione, ora le segreterie devono tenere conto, nelle pluricandidature verticali di successo, del possibile miglior risultato del partito. Sarà questo infatti a far scivolare il seggio in favore del candidato successivo al plurieletto che risulterà invece eletto dove il partito ha fatto la performance peggiore. Un meccanismo di per sé già cervellotico che si fa più complesso se si considera che al plurieletto di genere maschile potrà subentrare solo un candidato di genere femminile e viceversa.

Le tabelle seguenti riportano la distribuzione dei pluricandidati secondo le diverse combinazioni di pluricandidatura. Risulta molto chiaro come la distribuzione si concentri più verso le soluzioni minime, soprattutto per i partiti maggiori.

La combo 1+5, invece, avvantaggia quasi esclusivamente candidature femminili di spicco di entrambe le coalizioni: alla Camera Boschi, Di Giorgi, Madia del Pd, Lorenzin di Civica Popolare, Manzi di Più Europa, Milanato di Forza Italia, Castiello e Lucchini della Lega, Meloni, Lucaselli, Caretta e Frassinetti di Fratelli d'Italia, Guerra di Liberi e Uguali; al Senato Emma Bonino e Filomena Gallo per Più Europa, Ronzulli per Forza Italia, Santanché, Petrenga e Rauti di Fratelli d'Italia.

Tab.14 - Pluricandidati secondo le diverse combinazioni di pluricandidatura – Camera

Liste	Camera									
	PC 1+5	PC 5	PC 1+4	PC 4	PC 1+3	PC 3	PC 1+2	PC 2	PC 1+1	TOT.
Partito Democratico	3	0	1	0	0	2	2	4	42	54
Più Europa	1	6	1	7	1	9	2	25	0	52
Civica Popolare	1	2	0	1	0	3	4	24	5	40
Insieme	0	0	0	0	0	4	0	15	2	21
<i>Totale centrosinistra</i>	5	8	2	8	1	18	8	68	49	167
Forza Italia	1	0	0	0	5	2	6	13	24	51
Lega	2	0	3	2	1	1	7	13	19	48
Noi con l'Italia	1	1	0	0	2	5	3	2	8	22
Fratelli d'Italia	4	1	1	2	2	0	4	10	8	32
<i>Totale centrodestra</i>	8	2	4	4	10	8	20	38	59	153
Movimento 5 Stelle	0	0	0	0	0	0	0	0	59	59
Liberi e Uguali	1	0	4	1	2	1	3	10	51	73
<i>Totale generale</i>	14	10	10	13	13	27	31	116	218	452

Dietro a questo presunto passo in avanti per una maggior presenza delle donne in politica si cela, soprattutto per i partiti maggiori, un assist per l'elezione di candidati di genere maschile. È il caso di Maria Elena Boschi e di Lorena Milanato, ad esempio, che, elette nel collegio uninominale di Bolzano e di Abano Terme, liberano il loro slot da eletto nel proporzionale ad altri candidati naturalmente maschi.

I leader Renzi e Salvini, entrambi candidati al Senato, optano per due soluzioni diverse. Se il secondo sceglie 5 primi posti secchi nel proporzionale, il primo adotta la soluzione 1+2. L'elezione nel collegio uninominale permetterà a Renzi di far eleggere due donne nei collegi plurinominali.

È ovvio che l'efficacia di queste diverse combinazioni va valutata in termini di plurielezioni e plurieletti, prima che scattino precedenze e scivolamenti di seggi. Ad esempio, avranno esito negativo per le liste che non superano il 3% tutte le pluricandidature verticali, così come risulteranno ininfluenti quelle orizzontali di Liberi e Uguali che, come previsto, non eleggerà nessun candidato nell'uninominale.

Tab.15 - Pluricandidati secondo le diverse combinazioni di pluricandidatura – Senato

Liste	Senato									TOT.
	PC 1+5	PC 5	PC 1+4	PC 4	PC 1+3	PC 3	PC 1+2	PC 2	PC 1+1	
Partito Democratico	0	0	1	0	1	0	2	2	26	32
Più Europa	2	6	0	5	0	2	2	8	0	25
Civica Popolare	0	0	0	0	0	2	1	7	3	13
Insieme	0	0	0	0	0	0	0	12	4	16
<i>Totale centrosinistra</i>	2	6	1	5	1	4	5	29	33	86
Forza Italia	1	0	0	0	1	1	4	0	13	20
Lega	0	2	3	0	2	0	3	6	7	23
Noi con l'Italia	0	0	2	0	0	1	0	4	4	11
Fratelli d'Italia	4	0	0	0	1	0	0	6	7	18
<i>Totale centrodestra</i>	5	2	5	0	4	2	7	16	31	72
Movimento 5 Stelle	0	0	0	0	0	0	0	0	29	29
Liberi e Uguali	0	0	1	0	1	0	5	2	22	31
<i>Totale generale</i>	7	8	7	5	6	6	17	47	115	218

Le tabelle seguenti riportano, secondo le diverse possibili combinazioni di plurielezione, i plurieletti per ogni singola lista. Non figurano quindi in tabella i casi di singoli pluricandidati che vincono solo i collegi (come Nencini e Bonino al Senato) e di pluricandidati che ottengono il seggio in virtù di una sola candidatura vincente nel proporzionale (come la senatrice Cirinnà, eletta nel collegio Lazio-03, ma non in quello 02).

Sono dunque più di 80 in tutto i plurieletti tra Camera e Senato, più del quadruplo rispetto al 2013, con una distribuzione territoriale che avvantaggia al Nord prevalentemente il centrodestra e al Sud il Movimento 5 Stelle. Sulla crescita influisce sicuramente l'esordio del Movimento 5 Stelle nelle strategie di placement. Complice il successo nei collegi uninominali, i grillini fanno incetta di seggi, non sempre ritenuti certi al momento delle

candidature. Il caso siciliano ne è una concreta dimostrazione con ben 5 plurieletti presenti sia nel listino che nel collegio e con il conseguente recupero di eletti in altre circoscrizioni.

Tab.16 - Plurieletti secondo le diverse combinazioni di pluri elezione – Camera

Liste	Camera									TOT.
	PE 1+5	PE 5	PE 1+4	PE 4	PE 1+3	PE 3	PE 1+2	PE 2	PE 1+1	
Partito Democratico	1	0	0	1	1	0	0	3	2	8
<i>Totale centrosinistra</i>	1	0	0	1	1	0	0	3	2	8
Forza Italia	0	0	0	0	0	0	2	5	10	17
Lega	0	0	1	1	1	0	1	2	4	10
Fratelli d'Italia	0	0	0	0	1	0	1	1	2	5
<i>Totale centrodestra</i>	0	0	1	1	2	0	4	8	16	32
Movimento 5 Stelle	0	0	0	0	0	0	0	0	12	12
<i>Totale generale</i>	1	0	1	2	3	0	4	11	30	52

Tab.17 - Plurieletti secondo le diverse combinazioni di pluri elezione – Senato

Liste	Senato									TOT.
	PE 1+5	PE 5	PE 1+4	PE 4	PE 1+3	PE 3	PE 1+2	PE 2	PE 1+1	
Partito Democratico	0	0	0	0	0	2	1	1	1	5
<i>Totale centrosinistra</i>	0	0	0	0	0	2	1	1	1	5
Forza Italia	0	0	0	0	0	0	2	1	6	9
Lega	0	0	0	1	0	1	3	0	2	7
Fratelli d'Italia	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
<i>Totale centrodestra</i>	0	0	0	1	0	1	6	1	9	18
Movimento 5 Stelle	0	0	0	0	0	0	0	0	8	8
Liberi e Uguali	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
<i>Totale generale</i>	0	0	0	1	0	3	7	3	18	32

Nel Pd, la disfatta nei collegi uninominali si riflette sulle combinazioni di pluri elezione. Solo Renzi, Padoan, Gentiloni e Cerno risultano vincere il collegio e ottenere il seggio anche al proporzionale. Lasceranno spazio dunque ad elette donne, tra cui, nel caso di Renzi, la candidata Valente, ripescata nonostante 2 pluricandidature, entrambe fallite. L'en plein appartiene alla ministra Boschi che totalizza l'1+5, unica in tutte le liste di Camera e Senato, mentre le 4 pluri elezioni della Annibali sembrano far riaffiorare quel trend del Pd 2008 che promuoveva in diverse posizioni eleggibili (allora più blindate grazie al meccanismo del *Porcellum* su circoscrizioni ampie) candidature dalla società civile.

Curioso il caso di Liberi e Uguali che alla Camera elegge 14 deputati senza alcun scivolamento di seggi nonostante numerose pluricandidature anche dalle combinazioni più consistenti. È al Senato invece che si registra uno scivolamento sui 4 seggi ottenuti.

Le tre pluricandidature verticali di Grasso portano a due elezioni in Sicilia e Lazio, dove il seggio passa a Loredana De Petris.

Nel centrodestra si ripropone la tendenza del 2006 che vedeva principalmente la pluricandidatura come fattore di conservazione del ceto politico. Benché la crescita in termini

di seggi faccia comparire anche diverse fisiologiche new entries nella Lega, sono principalmente gli *incumbent* a beneficiare della pluri elezione in Forza Italia.

Merita di essere menzionata la vicenda di Fratelli d’Italia che alla Camera ottiene 19 seggi nella quota proporzionale, 7 dei quali sono “controllati” da candidati risultati vincenti nel collegio uninominale.

Le tabelle seguenti, invece, elencano i nomi dei plurieletti, evidenziando in rosso le plurielette.

Tab.18 – Nomi dei plurieletti secondo le diverse combinazioni di pluri elezione – Camera

Liste	PE 1+5	PE 1+4	PE 4	PE 1+3	PE 3	PE 1+2	PE 2	PE 1+1
Partito Democratico	Boschi		Annibaldi	Madia			Di Giorgi Pollastrini Minniti	Padoan Gentiloni
Forza Italia						Milanato Gelmini	Carfagna Giacomoni Prestigiacomo Occhiuto Mugnai	Brunetta Bergamini Savino S. Brambilla Ferraioli Porchietto Ravetto Cattaneo Versace Calabria
Lega		Lucchini	Saltamartini	Comaroli		Bordonali	Borghesi Rixi	Andreuzza Foscolo Gava Lazzarini
Fratelli d’Italia				Meloni		Caretta	Crosetto	Butti Frassinelli
Movimento 5 Stelle								Cecconi D’Ambrosio Di Maio D’Uva Fico Fontana Grillo Lorefice Marzana Suriano Terzoni Villarosa

La sola prevalenza cromatica permette di sottolineare come il numero sia oltre che significativo, anche in crescita rispetto alle elezioni passate.

Come si è detto, però, ciò si traduce nel subentro di candidati di genere maschile, un vulnus ancor più pesante nel caso di donne che vincono il collegio uninominale.

Non è certo un caso allora se la questione è diventata un tema di battaglia politica, anche interna ai partiti.¹²

¹² Come ha scritto Francesca Puglisi, ex senatrice del Pd, in una lettera-appello al partito firmata da 400 donne un mese dopo il voto, “sono bastate le pluricandidature di 8 donne per escludere 39 candidate e favorire l’elezione di altrettanti uomini”.

Tab.19 – Nomi dei plurieletti secondo le diverse combinazioni di pluri elezione – Senato

Liste	PE 4	PE 3	PE 1+2	PE 2	PE 1+1
Partito Democratico		Malpezzi Fedeli	Renzi	Pinotti	Cerno
Forza Italia			Romani Ronzulli	Bernini	Casellati Craxi Lonardo Ghedini Fazzone Mallegni
Lega	Salvini	Bongiorno	Bagnai Fregolent Rivolta		Faggi Pergreffi
Fratelli d'Italia			Santanché		La Russa
Movimento Stelle	5				Agostinelli Catalfo Cioffi Lezzi Moronese Morra Nugnes Taverna
Liberi e Uguali				Grasso	

4. Conclusioni

La nuova legge elettorale approvata pochi mesi prima del voto ha fissato nuovi limiti e aperture all'uso della pluricandidatura. Come si è visto, i partiti hanno potuto applicare la logica del paracadute, sia pur con qualche rischio di atterraggio, giocando su due dimensioni, quella dei collegi uninominali e quella dei collegi plurinominali.

Il limite di massimo 5 pluricandidature nel proporzionale sembra apportare una concreta razionalizzazione delle strategie di pluricandidatura, prevalentemente concentrate, come dimostrano anche i 5 Stelle, sulla combinazione tra maggioritario e listino¹³.

La debolezza dei partiti minori ha portato questa volta a un uso non così mirato della pluricandidatura classica, consapevoli della maggiore importanza di una candidatura in un collegio maggioritario più o meno sicuro. Sebbene la nuova legge elettorale abbia fatto diminuire il numero delle candidature con l'abbandono delle liste lunghe, non si sono affatto ridotte le pluricandidature che, dopo due elezioni di scarso affollamento soprattutto nei partiti maggiori, hanno ritrovato linfa nuova su più livelli, ma in canali più ristretti.

In primo luogo, una pluricandidatura in un contesto di liste corte con addirittura solo 4 nomi al massimo potrebbe scoraggiare chi alla candidatura deve rinunciare in virtù proprio di quella pluricandidatura. Garantire l'elezione di uno potrebbe insomma non garantire il sostegno di molti e le polemiche di fine gennaio all'interno del Partito Democratico con il conseguente risultato elettorale sembrano avvalorare questa tesi.

In secondo luogo, le norme sull'equilibrio di genere, orchestrate su tre livelli diversi (alternanza nel listino, tetto massimo nelle candidature da capolista nel proporzionale e candidati nel maggioritario), hanno palesemente trovato impreparati i partiti. Non di rado,

¹³ A riguardo anche Pedrazzani A., Pinto L., Segatti P. (2018), Italian candidates under the Rosato law, Italian Political Science, Volume 13, Numero 1, Maggio 2018.

infatti, la pluricandidatura è stata usata come tappabuchi nelle logiche dell'alternanza, non solo dai partiti minori.

A questo proposito nuovi metodi di analisi empirica potrebbero sicuramente arricchire la lettura del fenomeno. L'approccio metodologico adottato nel presente paper ha consentito di affrontare la comprensione del fenomeno dopo il passaggio al nuovo sistema elettorale attraverso una transizione graduale anche negli strumenti di lettura.

In realtà, almeno due diverse chiavi di lettura potrebbero essere introdotte per un'analisi più completa:

1) La distanza spaziale tra le candidature nel collegio e nel listino

Si è detto che non tutte le pluricandidature orizzontali sono uguali e si è proceduto focalizzando l'attenzione anche su candidati nel collegio che fossero capilista nel proporzionale. Questo dato, utile per individuare i cosiddetti "blindati", non spiega però la logica territoriale sottesa alle candidature.

Il caso dell'1+5 (con successo) del ministro Boschi è emblematico: si tratta di un vero e proprio paracadutaggio che partendo dall'uninomiale di Bolzano attraversa 5 collegi plurinominali di diverse regioni d'Italia (Sicilia, Lombardia, Lazio). La vicenda banche ha senza dubbio un peso in questa scelta -che tra l'altro esclude non a caso la Toscana-, ma ci obbliga a trovare un metodo per misurare empiricamente questa distanza.

Così si potrebbero per esempio costruire 5 macroaree coincidenti con le 5 grandi circoscrizioni delle elezioni europee. In questo caso le 5 candidature cadrebbero in 4 grandi circoscrizioni diverse. Misurare la coerenza territoriale tra le pluricandidature verticali rispetto alla candidatura nel maggioritario o all'abituale collegio di elezione o di residenza contribuisce inoltre a migliorare la qualità e la profondità dell'analisi sul tema dei paracadutati. Il Movimento 5 Stelle, ad esempio, ha optato principalmente per candidature molto contigue territorialmente, ricadenti nella stessa circoscrizione.

2) La ponderazione delle pluricandidature verticali

Si è detto che non tutte le pluricandidature verticali sono uguali e si è proceduto ad indicare quelle abbinate a candidature nei collegi uninominali con le diverse formule $1+(x+1)$. Questo dato, utile per individuare i pluricandidati di spicco, non spiega però la posizione più o meno di vertice all'interno della lista e non offre informazioni utili ai fini della comprensione delle pluri elezioni.

Occorre quindi introdurre un peso della pluricandidatura e attribuire così dei coefficienti di ponderazione a scalare a seconda della posizione. La somma dei punteggi analizzati potrebbe rivelare sorprese nella distribuzione delle pluricandidature. Se infatti la candidatura di Maria Elena Boschi appare il caso più estremo di candidatura multipla in questa tornata elettorale (collegio uninominale + 5 candidature da capolista), si colloca in un punto opposto il caso di Maurizio Lupi (Noi con l'Italia, centrodestra), anche lui pluricandidato 1+5, ma capolista solo in 2 listini e terzo e quarto negli altri 3. Questa prospettiva consente una

comprensione più approfondita del fenomeno della “pluricandidatura di genere” e della distribuzione delle candidature medio-basse (posizioni 3 o 4).

Un’ultima considerazione, infine, va riservata alla meccanica delle pluricandidature dei leader. La letteratura sul tema ha sempre sottolineato l’importanza della pluricandidatura ai fini dell’attrazione del consenso. Quest’accezione, molto marcata nel 2006, è andata via via scemando all’interno del centrosinistra, mentre è sempre stata avvalorata dalle scelte di Berlusconi (dalle 26 circoscrizioni Camera nel 2006 e nel 2008 alle 18 regioni Senato del 2013).

Alle elezioni del 4 marzo, invece, è stata la candidatura nell’uninomale il vero scettro di leadership polarizzatore di consenso nazionale: Renzi, Di Maio, Gentiloni, Padoa-Schioppa, Minniti, Meloni, Grasso e Bonino sono tutti candidati con le formule 1+X perché è il collegio il banco di prova vero per dimostrare di essere eletti in scontri diretti con altri candidati. L’unica eccezione, in continuità con le prassi del *Porcellum*, è costituita da Matteo Salvini, pluricandidato ben 5 volte solo nel proporzionale e non candidatosi in nessun collegio, malgrado i diversi annunci di scontri nei collegi con Renzi e Boldrini. Salvini risulterà poi eletto in Calabria, nonostante la sua presenza anche in Lazio, Liguria, Lombardia e Sicilia, coprendo così, secondo il criterio della distanza spaziale prima spiegato, ben 4 macro-aree.

Più in generale, dopo la semplificazione registratasi tra il 2008 e il 2013 lo strumento della pluricandidatura si conferma necessario per i partiti, grandi e piccoli. Le nuove regole della legge elettorale lo rendono però prima facie non sufficiente, come in passato, per assicurare la sua primaria funzione, quella di garantire elezioni sicure.

Le norme sull’equilibrio di genere sembrano infatti costringere a partiti a ragionare in ottica opposta, vale a dire pluricandido uomini per eleggere donne e viceversa. L’assenza dell’opzione, gradita ai partiti, ma censurata dalla Corte, disinnesca il potere di scelta e anzi anche in questo caso obbliga i partiti a ragionare al ribasso, vale a dire pluricandido in più circoscrizioni, faccio scattare il seggio dove il partito fa il risultato peggiore e faccio passare chi si trova in circoscrizioni con il risultato migliore.

Il combinato disposto di queste due logiche rappresenta la conseguenza più estrema del nuovo sistema elettorale, nonché una delle novità più interessanti da studiare con attenzione.

Bibliografia

- Chiaramonte A., De Sio L. (2014) (a cura di), Terremoto elettorale. Le elezioni politiche del 2013, Bologna, Il Mulino.
- D'Alimonte, R., Chiaramonte, A. (2010) (a cura di), Proporzionale se vi pare. Le elezioni politiche del 2008, Bologna, il Mulino.
- Di Gregorio L., De Vitis M. (2008) "Il meccanismo delle candidature multiple e delle liste bloccate" in R. De Mucci (a cura di) "La politica come professione? Saggio sulla classe parlamentare in Italia", Roma, Luiss University Press, p. 69-104.
- Di Gregorio L., De Vitis M. (2013) "Il meccanismo delle multicandidature alle elezioni 2013: autoreferenzialità o semplificazione?" in I. Diamanti and L. Ceccarini, (a cura di) "Sondaggi ed elezioni: le regole del gioco e della comunicazione", XI Convegno Internazionale SISE, Pordenone, 13-14 marzo 2013, Firenze, Società italiana di studi elettorali, 2013, p. 265-293.
- Di Virgilio A. (2007) "Proporzionale ma non solo" in D'Alimonte R., Chiaramonte A. (a cura di), "Nuovo sistema elettorale e strategie di competizione: come è cambiata l'offerta politica", Il Mulino, Bologna.
- Pedrazzani A., Pinto L., Segatti P. (2018) Italian candidates under the Rosato law, Italian Political Science, Volume 13, Numero 1, Maggio 2018.
- Troilo S. (2017) "Le liste (in tutto o in parte) bloccate e le candidature multiple dopo la sentenza costituzionale n. 35/2017: dall'arbitrio (soltanto) dei politici a quello (anche) della sorte, e poi di nuovo dei politici?", Forum di Quaderni costituzionali: rassegna, 2017, n. 6, p. [1-12].
- Trucco L. (2015) "Le candidature multiple tra passato, presente ed *Italicum*", in Rivista Aic, n. 3/2015, spec. 1-10.

Territorializzazione del consenso elettorale: determinati spaziali, socio-economiche e culturali

Francesco Giovanni Truglia*

1. Introduzione

In che modo i fatti elettorali possono assumere lo status di evento in grado di innescare mutamenti fondativi nei quali appare la discontinuità? Con queste parole prese in prestito da uno scritto di M. Foucault, (1969; tr. it., 1980, p.8) è formulata la domanda che è il filo rosso seguito in questo scritto che, dopo aver dato le usuali informazioni su dati, fonti, metodologie (par.2 e 3) e contesto socio-elettorale (par.4), si sviluppa su tre livelli. Nel primo l'attenzione è posta sul *dove* la mobilitazione/smobilitazione elettorale ha avuto conseguenze più significative producendo le fratture territoriali delle quali si accennava sopra (par.5). Il secondo indaga *come* gli effetti della mobilitazione si propagano nello spazio fisico e lo mutano in spazio-elettorale (par.6): si tratta in questo caso di descrivere i meccanismi di *contagio* tra unità di analisi. Il terzo intreccia la dimensione socio-economica con quella fisico-geografica e dà conto di *quanto* la loro interazione influenzi la costruzione dello spazio elettorale (par.7).

2. Dati e fonti

Per gli scopi di questo lavoro è indispensabile, in primo luogo, disporre di dati territoriali a tessitura molto fine, in modo da ridurre il più possibile la variabilità interna alle unità di analisi e, quindi, il rischio connesso al problema dell'unità areale modificabile (*Modifiable Areal Unit Problem, MAUP*) (Cliff e Ord, 1988; Arbia 1989; Unwin 1989; Bendetti e Palma 1992) e alla "fallacia ecologica" (Robinson 1950; King *e.al.* 2004).

L'unità di analisi più fine per la quale sono disponibili le informazioni elettorali e quelle socio economiche è il comune che in Italia, più che in altri paesi europei, continua a mantenere una notevole rilevanza amministrativa, oltretutto storica e culturale.

*Ricercatore Istat è stato docente a contratto di Statistica spaziale per i dati sociologici presso la Facoltà di Sociologia dell'università "Sapienza" di Roma. Indirizzo email: truglia@istat.it

Dei 7.958 comuni, oltre la metà ha un'estensione inferiore a 20 kmq; 6.346 non superano i 50 kmq; 513 hanno una superficie maggiore di 100 kmq e, infine, solo Roma supera i 1000 kmq.

Sotto il profilo demografico i comuni con una popolazione inferiore a 5.000 abitanti sono circa il 70%, quelli che non superano i 10.000 abitanti sono l'85%. Le città con più di 300 mila abitanti sono 10 e solo Roma ha una popolazione che supera il milione di abitanti.

Bastano quindi queste poche informazioni per giustificare la scelta del comune come unità di analisi, il lungo lavoro di omogeneizzazione e integrazione di dati provenienti da fonti diverse e la loro successiva geocodifica. Il database geocodificato comprende le informazioni:

- elettorali della Camera dei Deputati per gli anni 2013 e 2018 (fonte: Ministero dell'Interno);
- socio-demografiche del Censimento della popolazione 2011 (fonte: Istat);
- territoriali (*shapefile*) dei comuni e collegi uninominali al 2017 (fonte: Istat).

3. Aspetti statistico-metodologici

Le metodologie e tecniche utilizzate fanno parte del più vasto ventaglio di strumenti messi a punto nell'ambito della statistica spaziale e in particolare della *Spatial Data Analysis* e della *Point Spatial Analysis*. La peculiarità di queste procedure è l'operazionalizzazione del territorio con opportune metriche spaziali e il conseguente trattamento della posizione di ciascun luogo alla stessa stregua di una qualsiasi variabile statistica. In altri termini la relazione spaziale tra unità di analisi¹ assume una notevole rilevanza.

L'informazione di base quindi è composta dall'associazione della variabile statistica al dato spaziale (coordinata geografica).

In particolare, per individuare i luoghi *dove* gli effetti della mobilitazione elettorale sono più significativi, sono utilizzate alcune statistiche centrografiche (Lavine 2011). Il *come* la mobilitazione dell'elettorato si è diffusa è registrato con l'indice di Moran globale (*I*) e locale (*LISA*) (Moran 1947; Anselin 1995). Infine, *quanto* gli effetti

¹ La letteratura è oramai ricca di studi che fanno largo impiego di mappe per descrivere la distribuzione territoriale dei consensi. Decisamente meno frequenti, almeno nell'ambito degli studi elettorali in Italia, sono le analisi che adottano tecniche di statistica spaziale e dei quali si riportano alcuni testi in bibliografia.

spaziali, spazio-temporali e socio-economici incidono sulla territorializzazione del consenso elettorale è descritto dal modello econometrico autoregressivo (Anselin 1996; Arbia 2013; Cliff e Ord 1991, 2001; Fotheringham e Brunsdon 1999).

Ai fini di questo scritto è sicuramente superflua un'esposizione analitica delle tecniche statistiche sopra citate, ma sembra utile quantomeno chiarire alcuni aspetti in modo da agevolare anche il lettore meno esperto sia ad un approccio critico alle metodologie usate, sia al fine di interpretare meglio i risultati delle analisi. Di seguito sono descritte, con un basso livello di formalizzazione matematica, sia le tecniche, sia le motivazioni di alcune scelte fatte in fase di elaborazione dei dati.

Le statistiche centrografiche impiegate per sintetizzare le caratteristiche della distribuzione spaziale del consenso elettorale sono il baricentro elettorale e la deviazione standard dell'ellisse (*SDE*)

Il baricentro elettorale è ottenuto dall'incrocio delle medie della longitudine (x_i) e della latitudine (y_i) dei centri comunali, ponderate con i voti percentuali (w_i). Le formule possono essere così scritte:

$$M_x = \frac{\sum_i^N x_i w_i}{\sum_i^N w_i}; M_y = \frac{\sum_i^N y_i w_i}{\sum_i^N w_i}$$

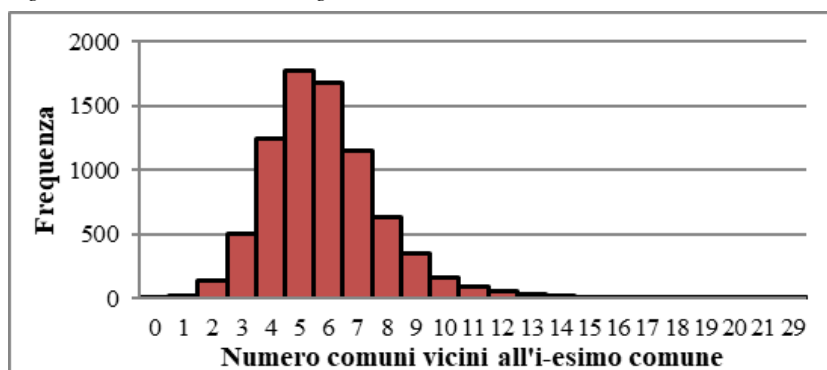
Più complessa e articolata è la procedura per ottenere la *SDE*. Essa richiede di: i) calcolare i quadrati degli scarti delle latitudini (x_i) e longitudini (y_i) rispetto alle loro medie (M_x e M_y), entrambi ponderati con i pesi w_i ; ii) le rispettive deviazioni standard che, sotto l'aspetto geometrico, sono rappresentate dall'asse maggiore e minore dell'ellisse; iii) individuare la direzione di maggiore dispersione e quindi di orientamento dell'asse maggiore. Nel caso il cui la dispersione sia uguale in tutte le direzioni (isotropia) non avremo un'ellisse, ma un cerchio.

Per quanto riguarda l'analisi dell'autocorrelazione, prima di passare alla descrizione degli indici utilizzati è opportuno dare conto dell'operazionalizzazione della struttura di vicinato con la matrice di contiguità quadrata \mathbf{W}_{NN} (N numero di comuni), composta da elementi w_{ij} che sono pari a 1 se i -esimo e il j -esimo comune condividono almeno una sezione di confine, oppure 0 negli altri casi.

I risultati delle analisi preliminari hanno indicato nella contiguità di primo ordine il criterio che meglio dà conto della struttura di vicinato, sia in termini distributivi (Fig. 1), sia in base alla massimizzazione dell'autocorrelazione spaziale del consenso ai

partiti. La distribuzione delle contiguità, seppur con una evidente asimmetria sinistra, assume tendenzialmente la forma di una curva normale. Oltre 5.800 comuni su 7.958 hanno da 4 a 8 vicini; circa 3.500 i comuni hanno 5 o 6 vicini; sono meno di 100 i comuni con almeno 10 vicini (pochi comuni con molti vicini); infine, sono meno di 600 i comuni con al massimo 3 vicini.

Fig.1 - Distribuzione delle contiguità territoriali a livello comunale



L'intensità della autocorrelazione tra unità di analisi è registrata dall'indice di Moran globale I e locale (LISA). Il primo è dato dal rapporto tra la covarianza misurata sulle unità connesse e la varianza totale; utilizzando una notazione matriciale, può essere così formalizzato:

$$I = \frac{N}{S_0} \frac{z'Wz}{z'z}$$

dove:

- z è il vettore composto da N osservazioni della variabile x_i espressa in scarti dalla media ($z = x_i - M$);
- W è la matrice di contiguità $N*N$;
- S_0 è uno scalare corrispondente alla somma di tutti gli elementi della matrice W ed esprime quindi il numero delle unità contigue.

Generalmente la statistica I assume valori compresi tra -1 (autocorrelazione negativa) e 1 (autocorrelazione positiva), nel caso di autocorrelazione nulla, a differenza del più noto coefficiente di correlazione di Pearson, l'indice I non è uguale a zero ma:

$$-\frac{1}{N-1}$$

Valori negativi segnalano la presenza di un processo repulsivo che è tanto maggiore quanto più la statistica di Moran si approssima a -1. In questo caso i valori registrati su comuni non contigui sono più simili rispetto a quelli osservati su comuni contigui. Al contrario, valori positivi segnalano la presenza di un processo spaziale di tipo aggregativo tra le unità di analisi e registrano quindi la presenza di un *contagio* tanto più forte quanto più il valore di I è prossimo a 1. In questo secondo caso i valori tra unità contigue sono più simili rispetto ai valori dei comuni non contigui.

L'indice I può essere scomposto in base al numero di unità di analisi: in tal modo si ottengono delle indicazioni sul contributo di ciascun comune sulla formazione dell'autocorrelazione globale. Il risultato di questa scomposizione è l'indice di autocorrelazione locale (*LISA*)² che può essere scritto nel seguente modo:

$$L_i = \frac{z_i}{\sum_i z_i^2} \sum_j w_{ij} z_j$$

dove:

- $z_i = (x_i - M)$ è il valore, in termini di scarti, della variabile osservata nell'unità i -esima;
- $\sum_j w_{ij} z_j$ è il valore della stessa variabile nell'insieme delle unità j -esima vicine all'unità i -esima.

La modellazione dei dati spaziali è oramai ampiamente consolidata dal punto di vista teorico-metodologico e sempre più diffusa sotto l'aspetto operativo. Il modello econometrico per dare conto della dipendenza spaziale del consenso elettorale è lo *Spatial-lag*. La scelta di questo modello è il risultato di un'articolata procedura messa a punto da Anselin (1998) della quale si espongono principali risultati. *LM* e *Robust LM* sono gli indicatori in base ai quali scegliere tra lo *Spatial-lag Model* o lo *Spatial-error Model*. Nel primo modello la variabile dipendente è regredita su se stessa (effetto *spillover*); nel secondo è il termine errore ad essere autoregredito. La differenza concettuale è che nello *Spatial-lag* il consenso elettorale nell' i -esimo comune è messo in relazione con quello dei comuni ad esso contigui più una serie di altri fattori. Nello *Spatial-error* la variabilità del consenso elettorale è in funzione di variabili omesse.

² Dal punto di vista statistico l'indice globale equivale alla media degli indici di autocorrelazione locali (Anselin 1994).

I modelli stimati sono due: nel primo la variabile dipendente è il logaritmo naturale del rapporto M5s/Lega; nell'altro è il logaritmo naturale del rapporto M5s/Pd. Oltre che per motivi di ordine statistico³, l'utilizzo di rapporti come variabile dipendente consente di evidenziare i differenziali e, quindi, la forza elettorale in termini relativi tra i tre partiti. Gli indici *LM(lag)* e *Robust(lag)* sono maggiori dei loro omologhi *error* (Tab.1) e indicano lo *Spatial-lag* come modello che meglio dà conto della dipendenza spaziale.

Tab.1 - Statistiche per l'identificazione del modello di autoregressione spaziale

	M5s/Lega			M5s/PD		
	MI/Df	Test	Prob	MI/Df	Test	Prob
Moran's	0,4262	62,41	0,000	0,2377	34,90	0,000
LM (lag)	1	4753,61	0,000	1	1.434,91	0,000
Robust LM (lag)	1	899,96	0,000	1	274,48	0,000
Lagrange (error)	1	3853,78	0,000	1	1.200,12	0,000
Robust LM (error)	1	0,13	0,721	1	39,69	0,000
LM (SARMA)	2	4753,74	0,000	2	1.474,60	0,000

In notazione matriciale lo *Spatial-lag* può essere così formalizzato:

$$y = \rho W y + \theta V + \delta W V + \beta X + \varphi Z + \varepsilon$$

dove :

- $y \rightarrow$ vettore ($N \times 1$) della variabile dipendente ($N=7.954$);
- $W \rightarrow$ matrice ($N \times N$) di contiguità già vista per l'analisi dell'autocorrelazione;
- $X \rightarrow$ matrice ($N \times 7$) che comprende le variabili socio-economiche;
- $V \rightarrow$ matrice ($N \times 4$) dei risultati elettorali CdD 2013;
- $Z \rightarrow$ matrice ($N \times 2$) delle variabili geografiche codificate in forma logico disgiuntiva⁴;
- $\rho \rightarrow$ parametro autoregressivo associato al ritardo spaziale della variabile dipendente (*spillover*);
- $\delta \rightarrow$ vettore (4×1) dei parametri associati al ritardo spaziale dei risultati elettorali 2013;
- $\theta \rightarrow$ vettore (4×1) dei parametri associati ai risultati elettorali 2013;
- $\beta \rightarrow$ vettore (7×1) ei coefficienti di regressione associati alle variabili socio-

³ Nei casi in cui la variabile dipendente è una percentuale, o un altro indicatore che può variare entro un intervallo di valori prefissato, i modelli di regressione lineare possono portare a delle stime che si collocano fuori di questo *range*. Su questo punto si veda Bohrnstedt G.W. e Knoke D. (1998), *Statistiche per le scienze sociali*, Il Mulino, Bo, cap.IX,

economiche;

- $\phi \rightarrow$ vettore (2×1) dei coefficienti associati alle variabili geografiche;
- $\varepsilon \rightarrow$ vettore ($N \times 1$) dei residui.

La presenza di parametri autoregressivi (ρ , δ ,) rendono inadeguato il metodo di stima dei minimi quadrati (OLS) che produce stime distorte e poco consistenti, dovendo ricorrere al metodo della massima verosimiglianza (ML).

4. Mutamento del consenso elettorale tra prima, seconda e terza Repubblica

È opinione diffusa, almeno a livello giornalistico, che i risultati elettorali del 4 marzo segnino la fine della seconda Repubblica nata con le elezioni del 1994.

La numerazione delle repubbliche come criterio di periodizzazione storica non è una specificità italiana⁵, mentre è sicuramente peculiare l'uso che in Italia si fa di tale criterio per descrivere mutamenti che non investono l'assetto costituzionale dello Stato, ma, come già successo nelle elezioni del 1994, l'articolazione del sistema dei partiti e la formazione di particolari maggioranze parlamentari.

A differenza del biennio 1992-1994, che rappresenta una sorta di Cretaceo nella evoluzione del sistema dei partiti italiano che ha originato la *speciazione* di nuovi soggetti politici nati dalla *grande moria* dei partiti della prima Repubblica, la tornata elettorale 2018 sembra essere un momento ergodico, una “giunzione critica” (Rokkan e Lipset 1967) che segna il passaggio a una nuova fase di sviluppo democratico del Paese⁶.

Il successo elettorale del M5s e della Lega mette in discussione alcune scelte ritenute definitive e valori dati per acquisiti e sposta lo scontro politico dal piano dei *mezzi* a quello dei *fini* che la Repubblica dovrebbe perseguire. Al contempo, dalle urne sembra affermarsi un'*idea* diversa di democrazia a lungo plasmata e diffusa sui *new media* che I. Diamanti chiama “ibrida” descrivendola con queste parole: “Una

⁵ La storia della Francia post-rivoluzionaria è scandita dal susseguirsi di ben 5 repubbliche: 1° Repubblica, settembre del 1792 - maggio 1804; 2° Repubblica, febbraio 1848 - dicembre 1852; 3° Repubblica, settembre 1870 - luglio 1940; 4° Repubblica, ottobre 1946 - ottobre 1958; 5° Repubblica, ottobre 1958.

⁶ L'ergodicità è una condizione necessaria per lo studio delle serie storiche. Senza ricorrere ad una terminologia tecnica ed evitando una formalizzazione matematica, l'ergodicità può essere definita come una proprietà che limita la *memoria* della serie. Se tale requisito non è soddisfatto, per quanto lungo il segmento osservato di dati, non sarà mai sufficiente per studiare le caratteristiche della serie. Un momento ergodico è quindi il tempo t che segna la rottura tra il passato e il futuro della serie. Nell'ambito delle serie spaziali, l'ergodicità potrebbe essere intesa come il *luogo* $S(z_i)$ che marca una frattura nella continuità territoriale. In entrambi i casi il concetto di ergodicità potrebbe essere inteso come una “giuntura critica” tra le fasi di un processo politico.

democrazia elettorale, personalizzata, mediatizzata. E, dunque, progressivamente svuotata dai contenuti che le danno significato. In particolare: la partecipazione e l'accesso ai diritti della cittadinanza. La democrazia, dunque, si sarebbe spostata, sempre di più, verso il versante "formale". Si sarebbe trasformata, cioè, in un tipo di governo "ibrido", che miscela diversi principi ed è per questo difficile capire cosa e come diventerà" (2014, p. 2).

Il M5s e la Lega, pur con tutte le differenze sia di programma, sia culturali, hanno in comune - ed è probabilmente il loro punto di forza - il non essere né nipoti, né figli dei partiti della prima e seconda Repubblica. Questa *non-appartenenza* si può declinare in due diverse modalità: per il M5s in termini di *estraneità* con il passato e di *diversità* con le altre forze politiche; per la Lega in termini di *svolta* sovranista e quindi di *rottura* con la politica indipendentista (prima) e autonomista (dopo) della lega di Bossi e Maroni⁷.

Dalle elezioni del marzo 2018 riemerge in modo ancor più netto e radicale, anche grazie alla ancora non superata crisi economica, la dicotomia Nord-Sud che, forse come mai nella storia elettorale dell'Italia, divide il corpo elettorale in due grandi schieramenti ciascuno con specifiche e, per molti versi, incompatibili istanze economiche e sociali. Tale contrapposizione elettorale sembra, almeno in questa fase iniziale della legislatura, abilmente mediata e ricomposta sul piano politico dalla formazione del governo M5s-Lega.

Il disincanto trasformato in ostilità nei confronti dell'Unione Europea, ritenuta la principale responsabile di politiche penalizzanti sia a livello individuale che nazionale e la frustrazione prodotta dalla mancata soluzione di problemi legati all'immigrazione, alla sicurezza, alle politiche per l'occupazione e alla distribuzione dei redditi rappresentano i confini di un *sentire comune*⁸ già diffuso nel Paese che è stato incanalato, alimentato e trasformato in mobilitazione elettorale dall'efficace campagna elettorale di Di Maio e di Salvini. In tal senso, quindi, l'elettorato, per dirla con Durkheim, non riflette "individui, ma qualcosa di diverso [...] un gruppo costituito,

⁷ Le varie fasi che caratterizzano l'evoluzione politica della Lega dal 1992 al 2011, con la sostituzione strategica dei temi della secessione e dell'indipendenza con quelli della sicurezza, dell'immigrazione e dell'anti-globalizzazione e le conseguenze a livello elettorale e territoriale di questi mutamenti sono efficacemente descritti in Passarelli G. e Tuorto D., 2012.

⁸ Ilvo Diamanti, riferendosi agli elettori del M5s li chiama "estremisti del senso comune", Repubblica.it https://www.repubblica.it/politica/2017/06/03/news/giovani_e_operai_ecco_i_nuovi_elettori_del_m5s_e_al_sud_cresce_il_consenso-167088062/?ref=RHPPLF-BH-I0-C8-PI-S1.8-T1

omogeneo, permanente, che non si materializza per un istante solo il giorno del voto. In questo caso, ogni opinione individuale, poiché si è formata nel senso di una collettività, ha qualcosa di collettivo (Durkheim 1890-1900, p.107). I *fatti* sociali, tra i quali rientrano a pieno titolo le elezioni, assumono quindi rilevanza solo all'interno della cornice sociale nei quali gli elettori agiscono.

Il richiamo al sociologo francese, oltre che a mettere in luce i le dinamiche sociali del comportamento elettorale, forniscono, ai fini di questo scritto, un retroterra teorico e una giustificazione metodologica all'analisi dei dati ecologici la quale "presuppone che il voto – che resta sempre un'espressione individuale – sia la manifestazione finale di una realtà densa e vischiosa, di origine latamente culturale, che contraddistingue gli elettori, non come monadi isolate, ma come membri di contesti locali sufficientemente caratterizzati" (Cartocci 1996, p.289).

5. Dove: i luoghi della competizione elettorale

Alle elezioni del 4 marzo scorso, poco più di 2 elettori su 5 hanno votato M5s (32,7%) o Lega (17,4%). Il primo è il partito più votato, il secondo supera FI e conquista la terza posizione. Il vero sconfitto è sicuramente il Pd che rimane tuttavia il secondo partito (18,7%).

La dimensione della sconfitta del Pd e della vittoria dei M5s e Lega sono maggiormente evidenti se si considerano i voti assoluti. Rispetto al 2013 il Pd perde 2,6 milioni di consensi; per meglio comprendere l'enormità di questa emorragia basti pensare che questa cifra è l'equivalente dei voti ottenuti dallo stesso partito nelle 235 città con il maggior peso elettorale.

Gli elettori del M5s aumentano di oltre 1,5 milioni e, infine, fatto veramente impressionante, rispetto al 2013 la Lega triplica la propria base elettorale passando da 1,6 a 5,6 milioni voti.

Oltre alla più nota suddivisione geografica Nord-Lega e Sud-M5s, che sarà indagata nel dettaglio più avanti, una importante differenziazione tra l'elettorato pentastellato e leghista emerge dall'incrocio tra il livello di consensi e la classe dimensionale dei comuni (Tab.2). Oltre 1/3 dell'elettorato risiede in comuni con 10-50 mila abitanti; in questi stessi comuni il divario M5s-Lega è di oltre 30 punti percentuali (pressoché uguale è la distanza tra M5s-Pd)

Complessivamente nelle città con oltre 50 mila abitanti i consensi alla Lega rimangono ben sotto la soglia del 10%, mentre quelli al M5s oscillano tra il 17,1 e 19,6 per cento.

Tab.2 - Voti (%) dei primi quattro partiti per classi di popolazione dei comuni

Classi Popolazione	Comuni	M5s	Pd	Lega	FI
fino a 5.0000	5.596	28,31	17,49	21,85	13,94
5001-10000	1.166	22,79	13,25	16,28	10,52
10001-50000	1.057	62,84	32,81	31,93	26,84
50000-100000	94	19,61	9,37	7,18	8,11
100001-500000	40	18,01	13,05	8,75	7,47
->500.000	5	17,10	11,03	5,79	7,21
Totale	7.958				

Le differenze sopra evidenziate diventano ancora più marcate se si considerano le prime 10 città dove risiedono oltre 3,6 milioni di elettori e poco meno di 2,5 milioni di votanti. L'orientamento degli elettori di queste città incide per il 14,2% sul voto al Pd e, rispettivamente, per il 12,2% e 11,9% su quella del M5s e della Lega.

In tutte le 10 città il M5s (in giallo) supera la Lega (in verde) con differenziali che vanno dal 4,6% di Milano e Venezia a oltre il 42% di Catania e Bari (Fig. 2).

Più articolato è il confronto tra M5s e Pd (Fig. 3) che sembra confermare la vocazione urbana di queste due forze politiche. Infatti, anche se il movimento di Grillo in 7 delle 10 grandi città, tra cui Roma, supera il Pd e nel caso di Bari, Catania e Palermo lo distanzia di oltre 32 punti percentuali, quest'ultimo partito rimane al primo posto a Bologna, Firenze e Milano.

Fig.2 - Differenziali (in rosso) tra voti percentuali M5s (in giallo) e Lega (in verde)

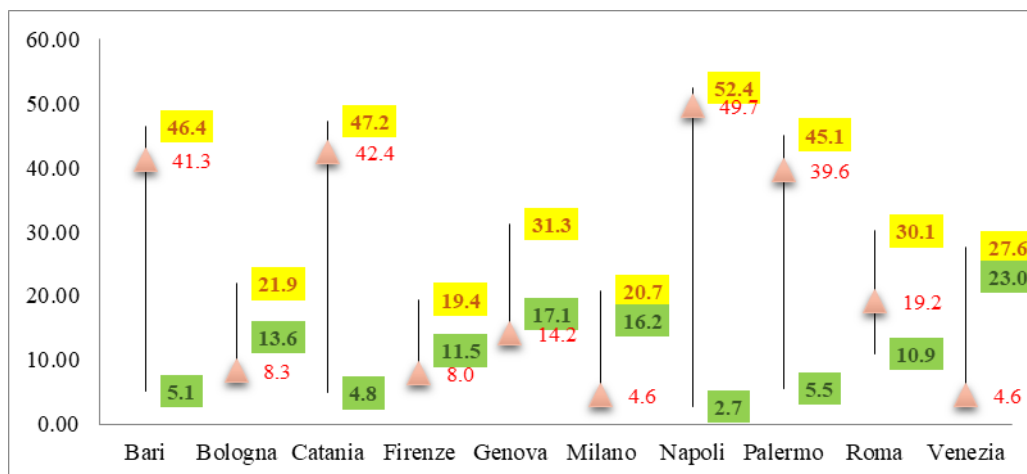
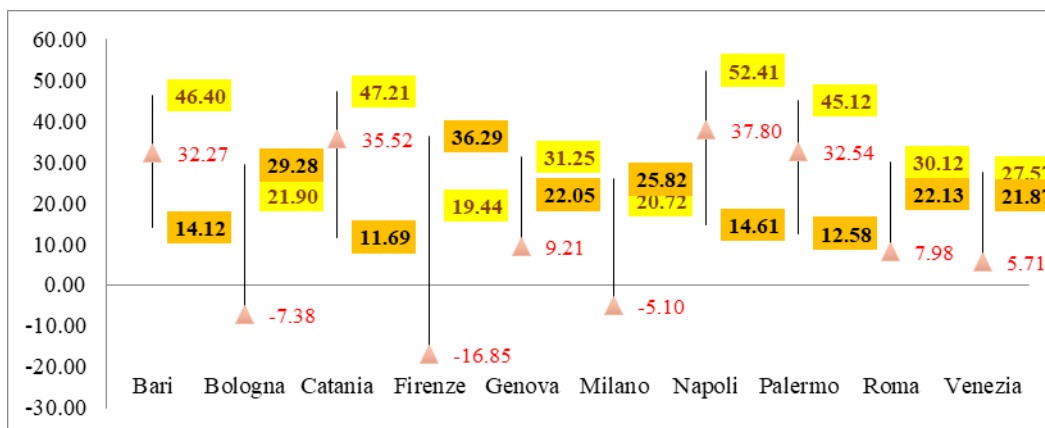


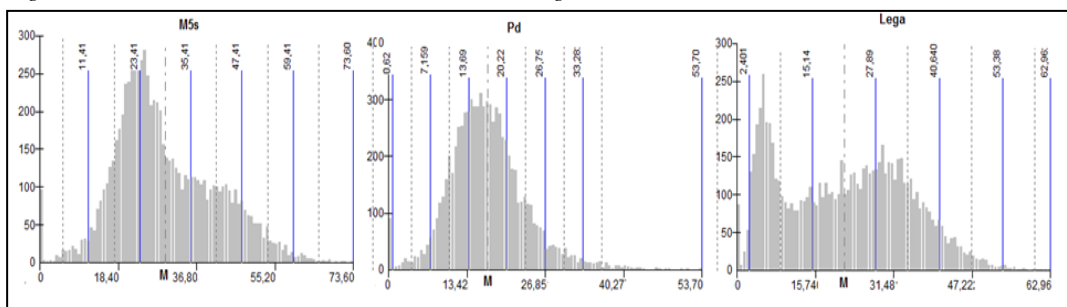
Fig.3 - Differenziali (in rosso) tra voti percentuali M5s (in giallo) e Pd (in arancione)



A livello nazionale, la distribuzione dei voti del M5s (Fig.4) mostra una forte asimmetria sinistra, formata dai comuni nei quali questa forza politica supera di gran lunga il 60% dei voti e sfiora il 75%. Più simmetrica è la distribuzione dei consensi del Pd che solo in pochi casi supera il 33%, con valori massimi di poco inferiori al 54%. Ciò significa che si è formato un territorio composto dai comuni della coda destra della curva, nel quale il M5s non solo vince, ma la sua performance è molto migliore di quella registrata nei comuni nei quali il Pd ha conseguito un ottimo risultato. Tale dato è confermato non solo dalla differenza tra le percentuali medie pari a 29,7 (M5s) e 17,1 (Pd), ma anche dai valori dei coefficienti di variazione 0,39 (M5s) e 0,37 (Pd) che registrano il grado di dispersione e quindi di rappresentatività della media.

Completamente diversa è la forma della distribuzione dei consensi della Lega, che è tendenzialmente bimodale. Il primo picco si riferisce ai comuni a basso consenso (intorno al 7%); il secondo è formato da quelli ad alto consenso (intorno al 30%). Infine, nei comuni a fortissima mobilitazione (coda destra della distribuzione) la percentuale di voti alla Lega è compresa tra il 47% e 62%.

Fig.4 - Distribuzione comunale dei voti del M5s, Pd e Lega

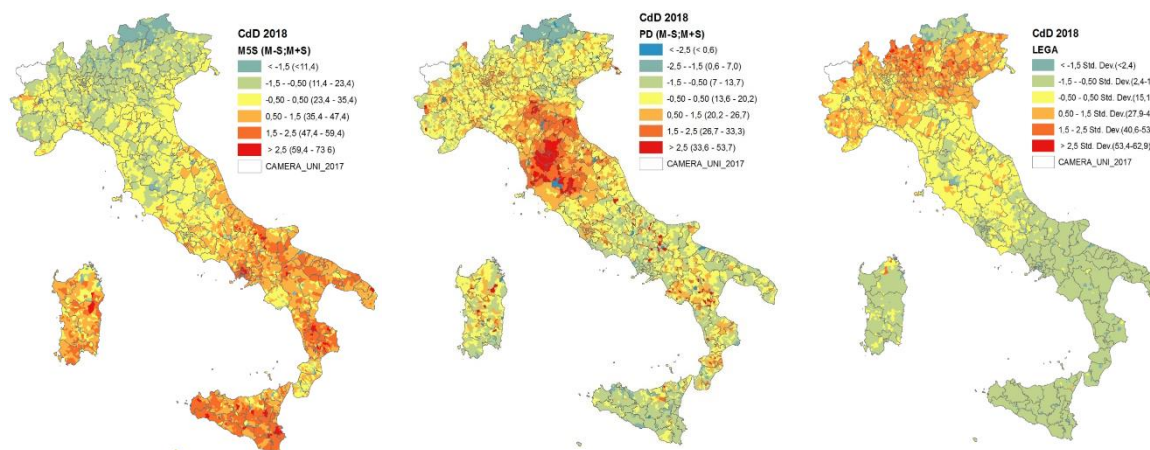


Il M5s solo nei comuni del Trentino Alto Adige non supera l'11%, mentre è interessante notare che anche nei comuni del Nord-Est, dominati dal voto leghista e in quelli della Toscana, con una forte presenza del Pd, il Movimento conquista percentuali significative dell'elettorato (11,4%-23,4%) (Fig. 5). Nei comuni del Centro e del Nord-Ovest i Cinquestelle oscillano intorno alla media nazionale (29,7%). Valori simili si registrano anche nei comuni della provincia di Salerno, Vibo Valentia e Reggio Calabria. Nel resto del Mezzogiorno tali percentuali variano tra 47,4% e il 73,6%.

Il successo elettorale del M5s, quindi, oltre che dal volume di voti, si concretizza anche dalla formazione di una vasta area caratterizzata da una significativa continuità territoriale che, pur avendo nel Sud il nocciolo duro, si estende anche in zone del Paese dove tradizionalmente più forte è il voto alle altre forze politiche.

Ben diversa è la geografia elettorale del Pd che, tranne in alcuni casi formati da comuni sparsi, comprende la Toscana, con l'eccezione della zona di Siena, e il versante centro orientale dell'Emilia Romagna, oltre ad alcune zone delle Marche e Umbria settentrionale. Nei comuni che formano questa area la percentuale dei voti al Pd oscilla tra il 33,6% e il 53,7%.

Fig.5 - Configurazione territoriale a livello comunale del consenso a M5s, Pd e Lega

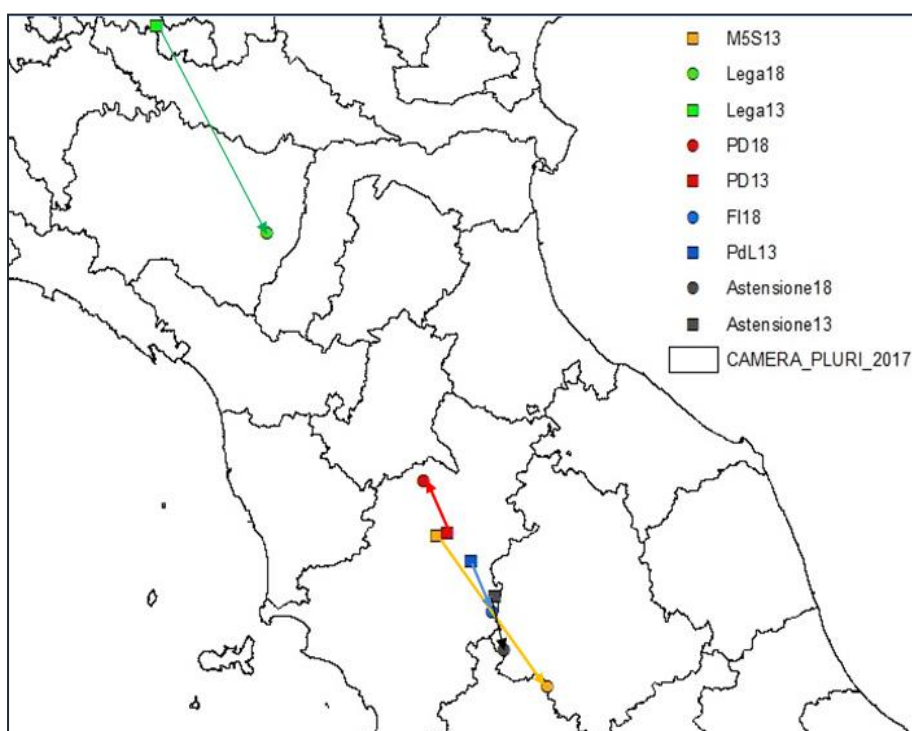


L'emorragia di consensi al Pd diventa un vero e proprio collasso elettorale se lo si paragona alle elezioni europee del 2014, nelle quali non solo superava la soglia del 40%, ma era anche il primo partito in 106 delle 108 provincie. Inoltre, dato molto

importante, nelle province del Nordest il partito di Renzi registrava un'ottima *performance* con tassi di crescita maggiori della media nazionale⁹

Le conseguenze geografiche dei risultati elettorali possono essere sintetizzate con alcuni strumenti di statistica spaziale che danno conto sia dello spostamento dei baricentri elettorali, sia della dispersione territoriale. Per quanto riguarda il primo aspetto emerge chiaramente, rispetto al 2013, una *discesa verso sud* di tutte le forze politiche ad eccezione del Pd (Fig. 6). La dimensione di tale spostamento è pressoché simile per la Lega e il M5s e, in misura molto più ridotta, per FI e l'astensionismo.

Fig.6 - Baricentri elettorali



Più complessa è l'interpretazione della deviazione standard dell'ellisse (*SDE*) che è una misura della rappresentatività territoriale dei baricentri elettorali. Questa statistica, come già accennato, registra l'eterogeneità spaziale e la direzione geografica di

⁹ Le informazioni sulle dinamiche elettorali del Pd sono contenute in un articolo recentemente sottoposto alla rivista *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* (Truglia, F.G., Zeli A., *A spatial analysis on economic and social determinants of vote European Parliament and Constitutional Referendum votes in Italy*).

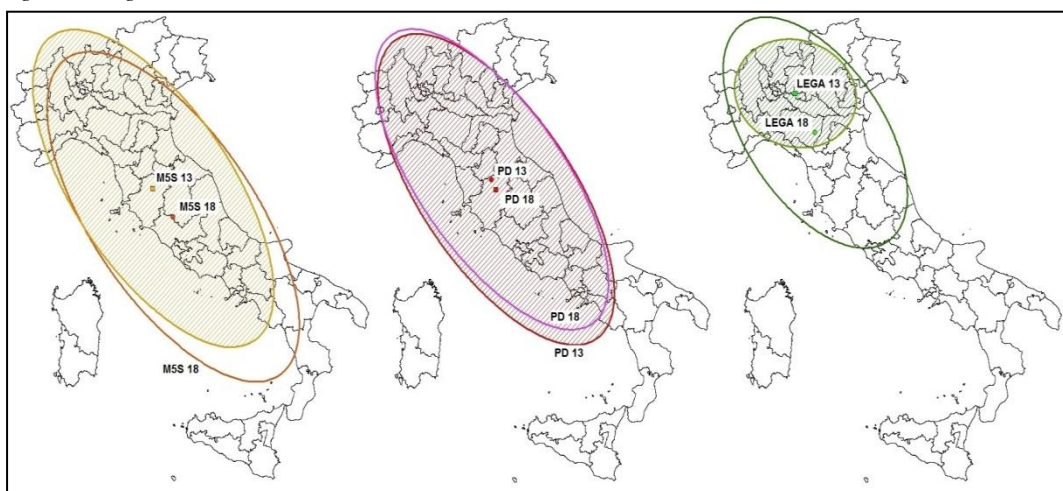
maggiore variabilità e può essere interpretata come una misura indiretta della concentrazione/diffusione territoriale del fenomeno analizzato.

Rispetto al 2013 aumenta l'eterogeneità spaziale delle percentuali di voti al M5s lungo l'asse Nord-Sud, al contempo la dimensione dell'ellisse segnala un crescita della diffusione del proprio elettorato (Fig. 7). Al contrario il Pd, pur mantenendo la maggiore dispersione in direzione Nord-Sud, aumenta il livello di concentrazione territoriale dei consensi.

Il cambiamento più importante, tuttavia, è quello della Lega: l'ellisse non solo amplia notevolmente (oltre il doppio) la sua dimensione ma, fatto molto rilevante, muta la sua direzione da Est-Ovest (2013) a Nord-Sud (2018). In termini elettorali ciò indica che nel 2013 l'elettorato leghista non solo era più concentrato dal punto di vista territoriale, ma anche che vi era una maggiore eterogeneità tra il Nord-Est e il Nord-Ovest. Nel 2018 questa differenziazione sembra assorbita da un ampliamento del bacino elettorale leghista conquistando voti in molte regioni del Centro e in particolare in Emilia Romagna, Marche Umbria.

Infine, è importante sottolineare che l'ellisse si estende dalle regioni settentrionali fino a parte del Lazio e non a tutta la penisola, confermando, almeno fino a queste ultime elezioni, la dimensione marcatamente sub-nazionale, se non localistica, di questo soggetto politico.

Fig.7 - Eterogeneità territoriale del consenso elettorale



6. Come: meccanismi spaziali della territorializzazione elettorale

L'ipotesi base di questo paragrafo è che le *leggi* che governano la diffusione delle idee non sono sostanzialmente diverse da quelle che presiedono la propagazione spaziale di altri fenomeni; in entrambi i casi è centrale il ruolo della contiguità spaziale.

Il territorio in quanto *contenitore* di precisi interessi economici, culturali e sociali rappresenta letteralmente il *terreno* fertile/ostile che accoglie/respinge idee nate anche in posti molto lontani. Allo stesso tempo le unità territoriali (i comuni in questo studio) sono i nodi della rete che veicola il contagio¹⁰.

I risultati delle analisi preliminari hanno indicato nella contiguità di primo ordine il criterio che meglio dà conto della struttura di vicinato, sia in termini distributivi (Fig. 7), sia in base alla massimizzazione dell'autocorrelazione spaziale del consenso ai partiti.

Le informazioni ottenute con la statistica L_i si traducono in una partizione delle unità territoriali in 4 cluster statisticamente significativi (Fig. 8).

Il primo e il secondo, indicati rispettivamente con Alto-Alto (AA) e Basso-Basso (BB), sono formati dai comuni contigui nei quali la percentuale dei consensi al k -esimo partito è superiore alla media (AA), o inferiore alla media (BB). Nel caso del cluster AA si tratta di territori a forte mobilitazione elettorale ed a forte contagio territoriale, mentre il cluster BB è formato dalle unità contigue con un livello basso di mobilitazione.

Il terzo e quarto cluster sono Basso-Alto (BA) e Alto-Basso (AB). Si tratta in entrambi i casi di *enclave* ma di significato diverso. Il raggruppamento BA registra la presenza di una frattura all'interno di un'area AA determinata da comuni con una loro specifica identità elettorale, diversa da quella dei comuni vicini. Il meccanismo spaziale in questo caso è attivato da un'azione di respingimento nei confronti dei partiti "colonizzatori" (Agnew 2007; Agnew e Shin 2008). Il cluster AB indica la presenza di un *presidio* all'interno di un'area ostile e potrebbe essere quindi la testa di ponte per la conquista di nuovi territori.

I valori dell'indice globale di Moran calcolati per i principali 4 partiti (M5s, Pd, Lega e FI), sono statisticamente significativi ($p < 0,001$). La Lega è il partito con la più alta autocorrelazione spaziale, leggermente più basso è il valore di questa statistica per il M5s (0,77).

¹⁰ Un esempio sono i movimenti di protesta Nimby.

Decisamente più bassi sono i valori registrati per FI (0,52) e Pd (0,48) che segnalano quindi un indebolimento, a volte molto marcato, del loro radicamento territoriale.

Le mappe ottenute dalla scomposizione dell'indice di Moran, mostrano una geografia elettorale con alcune differenze significative rispetto alle cartografie delle semplici distribuzioni dei voti presentati in precedenza. Facendo riferimento alle sole zone AA –nucleo forte e meno volatile del consenso politico – l'autocorrelazione locale mette in evidenza una geografia elettorale composta da tre aree.

La prima è quella leghista che ingloba il Veneto, la Lombardia, parte del Piemonte e, in misura più ridotta, la Liguria occidentale e l'Emilia Romagna occidentale. La Lega quindi, anche se ha conseguito buoni successi al Centro e al Sud, sembra rimanere, come già segnato dalle statistiche centrografiche, almeno fino alle elezioni del 2018, il partito del Nord e in particolare del Lombardo-Veneto.

La seconda area, con un forte radicamento del Pd, comprende i comuni del Lazio settentrionale, gran parte della Toscana dell'Emilia Romagna centro orientale dell'Umbria e una ridotta sezione del territorio dell'Umbria e delle Marche. Il calo di consensi a questo partito si accompagna ad un forte ridimensionamento della dimensione territoriale del Pd che ritorna a coincidere con la tradizionale *zona rossa*, così come appariva già all'indomani delle elezioni del 1948 e che sembra abbia resistito agli smottamenti elettorali della seconda e terza Repubblica. A testimoniare il passato non localistico dell'elettorato del Pd rimane un piccolo cluster di comuni tra il sud della Campania e la Basilicata.

La terza area è l'Italia grillina che dal centro si estende a tutto il Mezzogiorno e che presenta una forte contiguità territoriale interrotta dai comuni della provincia di Salerno nei quali è prevalso il Pd e da quelli delle provincie di Vibo Valentia e Reggio Calabria che potrebbero rappresentare il *sud a vocazione leghista*.

La presenza dei Cinquestelle al Nord è limitata ad alcuni comuni del Piemonte occidentale interessati dalle lotte del movimento *no-Tav*.

Sembra interessante notare, infine, come nei comuni che formano l'area AA la Lega, il M5s e il Pd intercettano rispettivamente il 29,1%, 49,6% e il 28,7% dei consensi (Tab. 2). Da queste percentuali emerge una forte capacità del Movimento di penetrare all'interno del tessuto sociale degli elettori meridionali intercettando poco meno della metà dei votanti.

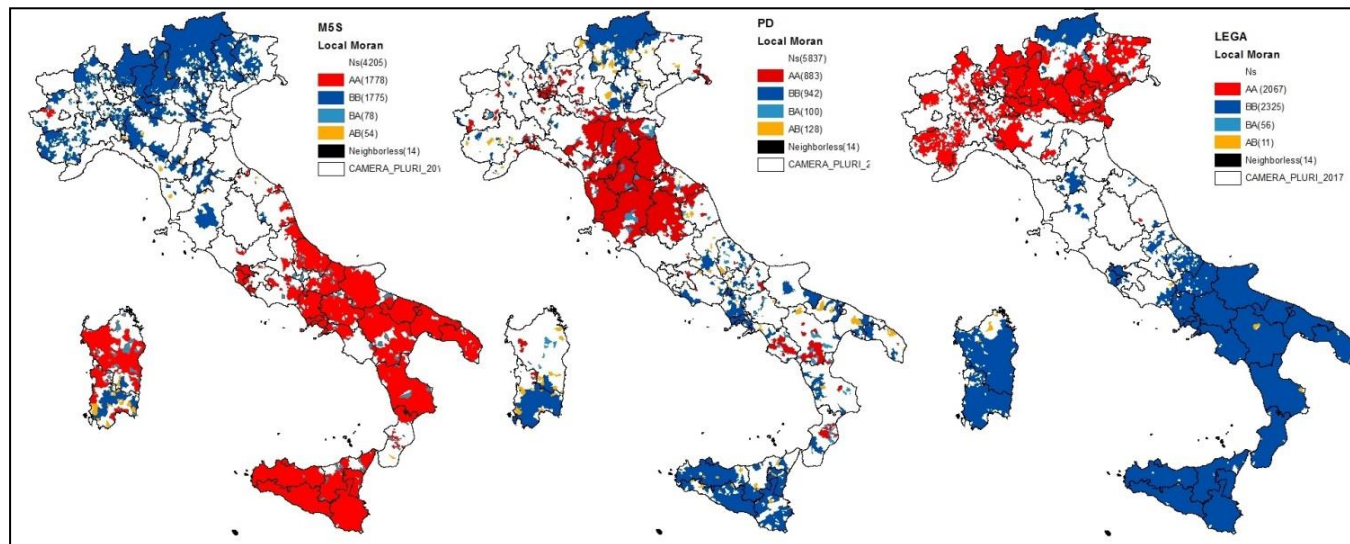
Per quanto riguarda l'area a bassa intensità di mobilitazione (BB) è ben evidente la differenza in termini di estensione tra quella del M5s, che comprende quella del Veneto settentrionale e del Trentino Alto Adige e quella della Lega che si estende a tutta l'Italia meridionale.

Nei comuni che formano i territori a basso consenso BB la Lega conquista solo il 7,3% dei voti su oltre 11 milioni di votanti, mentre il M5s ne intercetta il 18% degli oltre 4,8 milioni di votanti.

Questi dati sembrano indicare una maggiore capacità del M5s di massimizzare i consensi (zone AA) e minimizzare le perdite (aree BB).

Infine, i comuni che non forniscono un contributo statisticamente significativo all'autocorrelazione (in bianco nelle mappe) e per quali i meccanismi del contagio non sembrano aver funzionato, formano una sorta di *terra di nessuno*. La conquista di questi territori rappresenta la posta in gioco delle prossime campagne elettorali ed è importante non solo in termini numerici, ma anche simbolici per garantire ai tre maggiori partiti una dimensione territoriale nazionale che si è notevolmente indebolita (Pd), o ancora non completamente raggiunta (M5s) o, infine, ancora molto debole (Lega).

Fig.8 - Luoghi della mobilitazione elettorale



Tab.2 - Elettori e voti assoluti e percentuali nei luoghi della mobilitazione elettorale

	Votanti	Lega	Lega%	Votanti	M5s	M5s%	Votanti	Pd	Pd%
Ns	14.133.816	2.726.794	19,3	17.355.381	4.656.043	26,8	19.168.089	3.286.921	17,1
AA	7.337.355	2.134.638	29,1	10.311.879	5.118.949	49,6	7.199.229	2.067.087	28,7
BB	11.117.228	809.643	7,3	4.899.244	880.163	18	5.431.045	627.980	11,6
BA	70.713	12.532	17,7	58.541	13.668	23,3	119.757	15.385	12,8
AB	27.189	6.181	22,7	61.254	20.411	33,3	768.182	134.607	17,5
Neighborless	25.889	2.133	8,2	25.891	8.760	33,8	25.888	2.746	10,6
Totale	32.712.190	5.691.921	17,4	32.712.190	10.697.994	32,7	32.712.190	6.134.727	18,8

7. Quanto: effetti dell'interazione spazio fisico/spazio sociale sulla formazione dello spazio-elettorale

I parametri dei due modelli sono riportati nella tabella 3 e in corsivo sono evidenziati quelli statisticamente non significativi ($p > 0,05$).

La struttura spaziale incide positivamente sui differenziali registrando quindi la presenza di *spillover*, quindi degli effetti sull'esito elettorale del comune i -esimo da parte delle modalità di voto registrate nei comuni contigui ad esso.

La differenza tra i parametri autoregressivi dei due modelli segnala una maggiore difficoltà del M5s a distanziare il Pd, con il quale concorre per conquistare gli stessi bacini elettorali, rispetto alla Lega con la quale la separazione territoriale dei rispettivi elettorati è più netta.

Gli effetti temporali danno conto della fidelizzazione dell'elettorato e rispetto al rapporto M5s/Lega i segni dei parametri sono positivi per Pd_{13} e $M5s_{13}$. Il Movimento quindi non solo ha conservato il proprio elettorato, ma, nei comuni dove è direttamente in competizione con la Lega, sembra aver intercettato anche il voto del Pd. I parametri associati a Pdl_{13} e $Lega-Nord_{13}$ sono negativi e registrano la stabilità del voto del centro-destra a favore della Lega rispetto al M5s.

Il differenziale M5s/Pd aumenta nei comuni nei quali nel 2013 era forte la presenza dei grillini e diminuisce nei comuni dove, sempre nel 2013, è stato più forte il consenso al Pd. Si tratta, in questo ultimo caso, dell'elettorato con una forte tradizione di sinistra della Toscana e dell'Emilia Romagna.

Infine, l'elettorato di centrodestra nella scelta tra M5s e Pd sembra essersi orientato diversamente: nei comuni dove nel 2013 il Pdl era forte ha favorito il Pd, mentre nei comuni a tradizione leghista ha preferito il M5s.

Di più difficile interpretazione sono gli effetti spazio-temporali che danno conto di come il voto nel comune i -esimo al 2018 è influenzato dal voto espresso nei comuni ad esso contigui nel 2013. Si tratta quindi degli effetti ritardati della mobilitazione elettorale.

Per quanto riguarda il differenziale M5s/Lega il segno positivo di $WM5s_{13}$ conferma l'efficacia dell'onda di contaminazione ideologica dei grillini. Al contrario il segno negativo di $WLega-Nord_{13}$ indica la resistenza dei comuni leghisti alla colonizzazione da parte del Movimento.

Anche per il differenziale M5s/Pd l'incidenza degli effetti spazio-temporali della mobilitazione dei Cinquestelle (WM5s₁₃) sono positivi e confermano quanto già detto sull'efficacia loro strategia elettorale. Mentre, al contrario di quanto avviene per Lega, non si registra da parte del Pd un'analoga azione di resistenza nei confronti della infiltrazione dei Cinquestelle.

Le caratteristiche socio-economiche dei comuni evidenziano le differenze tra gli elettorati delle tre forze politiche prese in esame.

I Cinquestelle rispetto alla Lega e al Pd sono avvantaggiati nei comuni dove più forte è l'incidenza degli stranieri, dei disoccupati e degli occupati nel settore secondario e terziario. Al contrario, rispetto al M5s la *performance* della Lega e del Pd è migliore nei comuni con alta incidenza di divorziati-separati e occupati di età compresa tra 15-29 anni. Inoltre, il Pd rispetto al M5s è favorito nei comuni con alta presenza di occupati nel terziario.

Infine, la variabile geografica conferma la dimensione meridionale del M5s contrapposta a quella settentrionale della Lega; così pure, anche se in modo meno incisivo, il differenziale a favore del M5s rispetto al Pd diminuisce quando dal Sud si passa al Centro e al Nord.

Tab.3 - Parametri del modello Spatial-lag

Variabile	M5s/Lega	M5s/Pd	Effetti
Wy	0,694	0,485	Spaziale (spillover)
Costante	0,457	0,476	
Pd ₁₃	0,005	-0,023	Temporali
Pdl ₁₃	-0,015	0,004	
Lega-Nord ₁₃	-0,030	-0,003	
M5s ₁₃	0,017	0,025	
WPd ₁₃	0,006	-0,008	Spazio - temporali
WPdl ₁₃	-0,011	-0,002	
WLega-Nord ₁₃	-0,014	0,006	
WM5s ₁₃	0,014	0,012	
Divorziati - separati	-0,007	-0,007	Economico - sociali
Stranieri	0,001	0,001	
Disoccupati	0,012	0,010	
Occupati 15-29 anni	-0,001	-0,001	
Occupati-Primario	-0,005	0,001	
Occupati-Secondario	0,002	0,000	
Occupati-Terziario	0,001	-0,001	
Nord vs Sud	-0,302	-0,175	Geografici
Centro vs Sud	-0,249	-0,172	

In corsivo i risultati non significativi

A conclusione di questo paragrafo sono presente le statistiche sulla bontà del modello che sono, per così dire, a *garanzia* della capacità del modello di fittare i dati e dare conto della loro variabilità (Tab. 4).

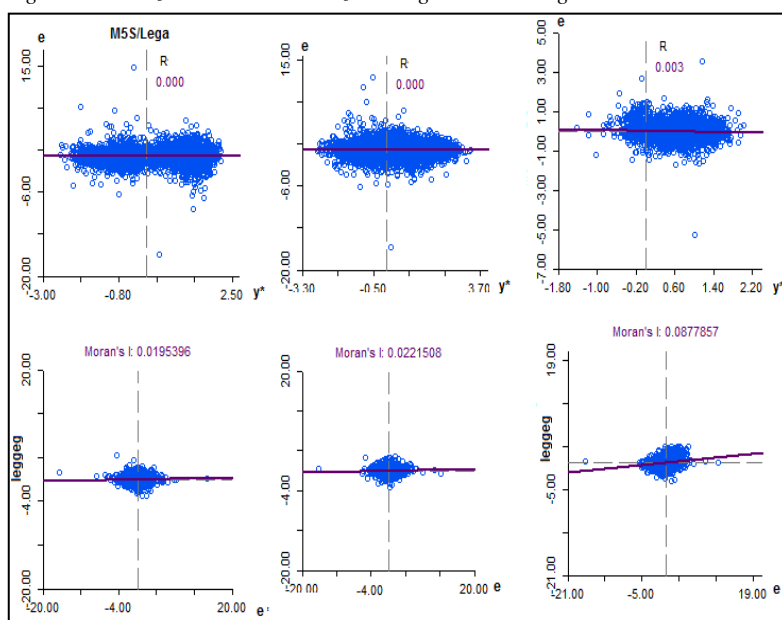
Il tradizionale R^2 - pur se non propriamente adeguato per valutare la bontà dei modelli stimati con la massima verosimiglianza (*LM*) – per i modelli *OLS* è minore di quello associato allo *Spatial-lag* che presenta un migliore adattamento ai dati. Tale risultato è confermato anche dal valore del rapporto di massima verosimiglianza (*LL*), maggiore per lo *Spatial-lag* e dalle statistiche *AIC* e *SC* che sono invece maggiori per la regressione *OLS*.

Tab.4 - Statistiche sulla bontà di adattamento dei modelli *OLS* e *Spatial-lag*

	M5s/Lega		M5s/Pd		M5s/FI	
	OLS	Spatial-lag	OLS	Spatial-lag	OLS	Spatial-lag
R^2	0,84	0,91	0,67	0,73	0,58	0,66
R^2 corretto	0,84		0,67		0,58	
Var	0,19	0,11	0,11	0,09	0,11	0,29
LL	-4607,02	-2759,64	-2609,38	-2045,34	-2322,1	-1715,7
AIC	9250,03	5557,28	5254,77	4128,68	4680,2	3469,39
SC	9375,3	5689,51	5380,05	4260,93	4805,47	3601,62

Un ultimo elemento per valutare la bontà del modello si ricava dall'esplorazione dei grafici dei residui dai quali emerge l'assenza di correlazione e autocorrelazione spaziale (Fig. 9).

Fig.9 - Correlazione e autocorrelazione degli errori di regressione



8. Conclusioni

Non è certo facile dare una risposta esaustiva alla domanda che apre questo lavoro alla quale, come scritto, è affidato il compito di segnare il percorso analitico esposto in queste pagine e tuttavia, almeno alcune indicazioni sulle fratture e continuità della geografia elettorale della terza Repubblica sembrano emergere in particolare dalle analisi sugli spostamenti dei baricentri e sui territori di *nuova colonizzazione*.

Se si mettono a confronto le geografie elettorali dal 1948 ad oggi appare chiaro come la volatilità della territorializzazione del consenso elettorale sia in relazione inversa alla durata delle Repubbliche che si sono succedute in questo arco temporale (Chiaramonte e Emanuele 2012); volatilità che è anche il risultato dello sfilacciamento politico e ideologico dell'elettorato del quale l'aumento dell'astensionismo è uno degli indicatori¹¹.

Proprio in un'epoca di radicale smantellamento delle relazioni sociali il territorio sembra aver acquistato una grande importanza esplicativa sia a livello scientifico – si vedono le numerose pubblicazioni, alcune riportate in bibliografia – sia a livello mediatico (non c'è sito o trasmissione televisiva che proponga analisi elettorali senza mappe). Il territorio quindi sembra rimanere uno, se non l'ultimo, dei baluardi che si contrappongono alla completa smaterializzazione delle relazioni sociali.

L'integrazione della dimensione geografica con quella socio-economico e l'approccio metodologico adottato ha permesso di mettere in risalto gli aspetti evolutivi e quelli diffusivi della territorializzazione elettorale, individuando i luoghi e i meccanismi spaziali per una più puntuale interpretazione della geografia elettorale che è nata nelle urne il 4 marzo scorso.

L'evidenza più significativa riguarda la formazione di territori elettorali con una specifica connotazione geografica e una marcata continuità spaziale. Queste due caratteristiche indicano la presenza di un processo di territorializzazione che, da un lato mette in evidenza la forza elettorale del M5s e Lega, dall'altro chiarisce come entrambi questi due soggetti non abbiano ancora raggiunto una dimensione territoriale nazionale come i grandi partiti della prima Repubblica (Ivi, p.1). Infatti, sembrerebbe che il M5s non riesca ancora a creare delle roccaforti al Nord, mentre la Lega, nonostante lo

¹¹ Alcune tecniche di statistica spaziale sono state utilizzate per lo studio dell'astensionismo in Truglia F.G. (2013), "L'Italia incantata. Geo-statistica della diffusione dell'astensionismo, elezioni politiche 2008 e 2013", Sociologia e Sociologia e ricerca sociale n. 101, 2013.

spostamento del proprio baricentro verso il Centro e il successo in alcune provincie del Sud, rimanga un partito fortemente radicato nel Nord.

Una seconda considerazione connessa a quanto scritto sopra riguarda la formazione di due elettorati – dei quali dà conto il modello econometrico – con diverse aspettative, ma con uguale propensione ad una sorta di micro-nazionalismo. Quello leghista nato da una lunga gestazione, che probabilmente affonda le radici nella fallita costituzione di un piccolo Giappone a sud della Germania (Miglio 1992)¹² e quello grillino costruito sulle rovine delle politiche per il Mezzogiorno messe a punto, o disattese dai governi della prima e seconda Repubblica.

Infine, il Pd sembrerebbe perdere la sua dimensione nazionale, ma rimane radicato nelle zone tradizionalmente di sinistra. Insieme alla Lega, il Pd è quindi un partito con un forte radicamento geografico, in tal senso entrambi sembrano essere gli ultimi partiti del 900. Proprio questo radicamento territoriale potrebbe essere per la Lega il volano per ambire a una dimensione elettorale nazionale e per il Pd uno dei fattori di contenimento della volatilità elettorale. Rischio questo al quale sembrerebbe maggiormente esposto il M5s e che potrebbe connotare i risultati delle prossime tornate elettorali.

A dividere queste tre macroaree è la *terra di nessuno* formata dalla gran parte dei comuni dell'Italia centrale che, almeno fino alle passate elezioni, sembrano essere refrattari all'azione di colonizzazione dei tre principali partiti.

¹² È sicuramente interessante per la loro attualità riportare alcuni brani dell'intervista al G. Miglio pubblicata sul Corriere della Sera del 14 agosto 1992. Il politologo e ideologo della Lega Nord metteva in evidenza come si stava andando "verso un federalismo europeo sotto l'influenza economica e culturale germanica". E aggiungeva: "Non sarà neppure facile realizzare la Padania con un'Europa di influenza tedesca. E le spiego il perché. L'anno scorso ho letto su un giornale di Stoccarda che se la macroregione padana avesse le infrastrutture a livello europeo, sarebbe una specie di Giappone. I tedeschi hanno timore di questo. Il giornale infatti diceva che c'è il rischio per la Germania di trovarsi, al confine Sud, una specie di Giappone produttivo".

Bibliografia

Agnew J. (1987) *Place and Politics. The Geographical Mediation of State and Society*, Boston, Allen & Unwin.

Agnew J.(1991) *Luogo e politica: la mediazione della geografia tra stato e società*, Milano, Unicopli.

Agnew J. (1996) *Mapping Politics: How Context Counts in Electoral Geography*, in *Political Geography*, 15, 2, pp. 129-46.

Agnew J., (2007) *Remaking Italy? Place Configurations and Italian Electoral Politics under the "Second Republic"*, in *Modern Italy*, 1, pp. 17-38.

Agnew J., Shin M.E. (2008) *Berlusconi's Italy: Mapping Contemporary Italian Politics*, Philadelphia, Temple University Press.

Andersen M.A. (2011) *Estimating the probability of local crime cluster: the impact of immediate spatial neighbors*, in *Journal of Crime Justice* 39, 5, pp.394-404.

Anselin L., (1980) *Estimation Methods for Spatial Autoregressive Structures*, in *Regional Science Dissertation and Monograph*, 8, pp.273.

Anselin L. (1986) *Some Further Notes on Spatial models and Regional Science*, in *Journal of Regional Science*, 26, pp. 799-802.

Anselin L. (1988) *Spatial Econometrics. Models and Applications*, Boston, Kluwer Academic.

Anselin L. (1995) *Local Indicator of Spatial Association – Lisa*, in *Geographical Analysis*, 27, pp.93-115

Anselin L. (2002) *Under the Hood. Issues in the Specification and Interpretation of Spatial Regression Models*, in Urbana, Regional Economics Application Laboratory (Real), University of Illinois.

Arbia G. (1989a) *Spatial Data Configuration in Statistical Analysis of Regional Economics and Related Problems*, Dordrecht, Kluwer Academic Publishers.

Arbia G. (1989b) *Disuguaglianze territoriali*, in *Rassegna economica*, 53, pp. 569-95.

Arbia G. (1997) *Applied Spatial Data Analysis with R*, Springer-Verlag New York

Atzeni S, Dettori B., Usai S. (2004) *Econometria per le indagini territoriali*, in *Quaderni di lavoro*, Crenos-Altantis, 1, pp.1-70.

Baladoni M. (1993) *Metodi per l'analisi dei dati spaziali e spazio-temporali*, in *Atti Sis*, pp. 283-86.

Bohrnstedt G.W., Knoke D.(1998) *Statistiche per le scienze sociali*, Bologna, il Mulino.

- Campus D., (2000) *L'elettore pigro. Informazione politica e scelte di voto*, Bologna, il Mulino.
- Cartocci R. (1996) *L'Italia unita dal populismo*, in *Rassegna Italiana di Sociologia*, n.2, pp.287-295.
- Cartocci R. (2007) *Mappe del tesoro. Atlante del capitale sociale in Italia*, Bologna, il Mulino.
- Cartocci R. (2011) *Geografia dell'Italia Cattolica*, Bologna, il Mulino.
- Chabod F. (1961) *L'Italia contemporanea (1918-1948)*, Torino, Einaudi.
- Chiaromonte A., Emanuele V. (2012) *(De)-nazionalizzazione del voto e mutamento del sistema partitico italiano* in, XXVI Convegno SISP, 13-15 settembre, Roma.
- Cliff A.D., Ord J.K., (1981) *Spatial Processes. Models and Applications*, London, Pion Limited.
- Cressie N.A. (1993) *Statistics for Spatial Data*, New York, Wiley & Sons.
- Cuturi V, Sampugnaro R, Tomaselli V., (2000) *L'elettore instabile: voto/non voto*, Milano, Franco Angeli.
- Cipollini C., Truglia F.G., (2016) *La metropoli Ineguale. Analisi sociologica del quadrante est di Roma*, Roma, Aracne.
- D'Agata R, Tommaselli V. (2009) *Partiti e territorio tra etnoregionalismi, localismi e personalismi: misure di diffusione territoriale e modelli spaziali per l'analisi del consenso elettorale*, X Convegno internazionale Sise, 12-13 novembre, Torino, pp. 1-20 [http://www.studielettorali.it/convegni/2009%20%20X%20Convegno/papers/D'Agata%20-%20Tomaselli%20\(paper\).pdf](http://www.studielettorali.it/convegni/2009%20%20X%20Convegno/papers/D'Agata%20-%20Tomaselli%20(paper).pdf)
- D'Agata R. (2007) *La struttura gerarchica del territorio. Un modello per l'analisi delle elezioni politiche 2006*, Roma Aracne.
- Di Franco G. (2009) *Le elezioni del 2008 nel comune di Roma*, in *Sociologia e ricerca sociale*, XXIX, 86, pp. 61-90, Roma, Franco Angeli.
- Diamanti I. (2009) *Mappe dell'Italia politica*, Bologna, il Mulino.
- Diamanti I. (2014) *Democrazia ibrida*, Bari, Laterza.
- Diamanti I. (2017) *Giovani e operai: ecco i nuovi elettori del M5S. E al sud cresce al consenso*, Repubblica. https://www.repubblica.it/politica/2017/06/03/news/giovani_e_operai_ecco_i_nuovi_elettori_del_m5s_e_al_sud_cresce_il_consenso-167088062/?ref=RHPPLF-BH-I0-C8-P1-S1.8-T1

- Doreian P.(1980)*Linear Model with Spatially Distributed Data. Spatial Disturbance or Spatial Effects*, in Sociological Methods & Research, IX, 1, pp. 29-60.
- Durkheim E. (1890-1900),(1950) *Leçon de sociologie*,Pu, Paris; trad, it.1971, *Lezioni di sociologia*, Milano, ETAS.
- Florax R.J.G.M., Nijkamp P. (2003) *Misspecification in Linear Spatial Regression Model*, in Tinbergen Institute Discussion Paper, TI-2003-081/3, pp. 1-33, Amsterdam.
- Föllmer H. (1974) *Random Economies with many Agents*, in Journal of Mathematical Economics, 1, pp. 51-62 .
- Fotheringham A.S., Brunson C. (1999) *Local Form of Spatial Analysis*, in Geographical Analysis, 31, 4, pp. 341-58.
- Foucault M. (1976) *Questions à Michel Foucault sur la géographie*, in Hérodote, 1, janvier-mars, pp. 71-85; tr. it., *Domande a Michel Foucault sulla geografia*, in M. Foucault, Milano, Mondadori, 2010.
- Getis A., Ord J. (1992) *The Analysis of Spatial Association by use of Distance Statistics, Geographical Spatial Autocorrelation Statistics: Distributional Issues and an Application*, in Geographical Analysis, 27, pp. 285-306.
- Griffitt D. (1996) *Spatial Autocorrelation and Eigenfunctions of the Geographic Weights Matrix Accompanying Geo-referenced Data*, in Canadian Geographer, 40, pp. 351-67.
- Johnston R., et al. (2007) *Party Support and the Neighbourhood Effect: Spatial Polarisation of the British Electorate, 1991-2001*, in Research Methods Esrc, Working Paper 4, Bristol.
- Hedström P. (1994) *Contagious Collectivities: On the Spatial Diffusion of Swedish Trade Union, 1890-1940*, in The American Journal of Sociology, XCIX, 5, pp. 1157-79.
- Igrazi P., Wellhofer S. (2017) *Territory, religion, and vote: nationalization of politics and the Catholic party in Italy*, in Rivista Italiana di Scienze Politiche,47:1, pp.21-43, Il Mulino, Bologna.
- Levine N. (2015). *CrimeStat IV. Crime Mapping & Analysis News*, Summer. Police Foundation: Washington, DC. <http://crimemapping.info/article/crimestat-iv/>
- Lombardo C., (a.cura di) (2006) *L'ordine delle cose. Percorsi possibili nelle elezioni 2006*. Numero monografico di Sociologia e ricerca sociale, anno XXVII,81, Roma, Franco Angeli.

- Lombardo C. (2009) *Dalla politica al territorio. Aspetti della competizione elettorale nella Seconda Repubblica*, (a cura di), M. Morcellini M. Prospero, Perché la sinistra ha perso le elezioni ?, pp.163-186, Roma, Eddiesse.
- Lopez F., Chasco C. (2004) *Space-time Lags: Specification Strategy in Spatial Regression Models*, <http://www2.uiuc.edu/unit/real/d-paper/real04-t-17.pdf>.
- Miglio G. (1992) *La lega resti nella Padania*, in Corriere della Sera, 14 agosto, 1992. http://archiviostorico.corriere.it/1992/agosto/14/Miglio_LEGA_resti_nella_Padania_co_0_92081412641.shtml
- Moran P.A.P. (1947) *The Interpretation of Statistical Maps*, in Journal of the Royal Statistical Society, Serie B, X, 2, pp. 243-51.
- Moran P.A.P.(1950) *Notes on Continues Stochastic Phenomena*, in Biometrika, 37, pp. 17-23.
- Morenoff J.D.(2003) *Neighborhood Mechanisms and Spatial Dynamics of Birth Weight*, in American Journal of Sociology, CVIII, 5, pp. 976-1017.
- O'Loughlin J. (2002) *The Electoral Geography of Weimar Germany: Exploratory Spatial Data Analysis (Esda) of Protestant Support for the Nazy Party*, in Political Analysis, X, 3, pp. 217-43.
- Olzak S.(1989) *Analysis of Event in the Study of Collective Action*, in Annual Review of Sociology, 15, pp. 119-41.
- Pacinelli A., d'Ovidio F.D. (a cura di) (2009) *La ricerca sociale partecipata*, Chieti-Pescara, Cleup.
- Passarelli G. Tuorto D. (2012) *The Lega Nord goes south. The electoral advance in Emilia-Romagna: new territorial model*, in Political Geograghy, 31, pp.419-428.
- Pizzorno A. (1993) *Le radici della politica assoluta e altri saggi*, Milano, Feltrinelli.
- Regano A, Truglia F.G. (2006) *Il passaggio dal proporzionale al maggioritario nelle Italie socio-economiche*, in Sociologia e ricerca sociale, XXVII, 81, pp. 157-71, Roma, Franco Angeli.
- Ricolfi L., (1994) *Quanti voti ha spostato la TV*, in Il Mulino 6/94, Il Mulino, Bologna.
- Ricolfi L., Barbera L., Testa S. (2012) *Italia al voto. Le lezioni politiche della Repubblica*, Torino, UTET.
- Ripley B.D.(1981) *Spatial Statistics*, New York, Wiley.
- Rokkan S. (1980) *Territori, nazioni, partiti: verso un modello geo-politico dello sviluppo europeo*, in Rivista italiana di scienza politica, 10 -3, pp. 437-470.

- Rokkan S. (1982), *Cittadini, elezioni e partiti*, Bologna, il Mulino.
- Rokkan S., Lipset S. (1967) *Party Systems and Voter Alignments. Cross National Perspectives*, New York, Free Press.
- Sclocco T. (1992) *La componente trend nelle serie spazio-temporali*, in Quaderni di statistica, 8, Dipartimento di Metodi Quantitativi Teoria Economica, Università “G. d’Annunzio”, Chieti-Pescara.
- Shin M.E., Agnew J. (2007) *The Geographical Dynamics of Italian Electoral Change, 1987-2001* in Electoral Studies, 26, pp. 287-302.
- Slegel D.A. (2009) *Social Networks and Collective Action*, in American Journal of Political Science, LIII, 1, pp. 122-38.
- Triglia C.(1981), *Le subculture territoriali*, Milano, Feltrinelli.
- Triglia F.G.(2006) *La configurazione spaziale del consenso elettorale nel comune di Roma*, in Sociologia e ricerca sociale, XXVII, 81, pp. 190-8, Roma, Franco Angeli, Roma.
- Triglia F.G.(2009) *La città in-visibile. Analisi statistica spaziale degli stranieri nel comune di Roma*, in Sociologia e ricerca sociale, XXIX, 89, pp. 59-78, Roma, Franco Angeli.
- Triglia F.G. (2011) *L’autocorrelazione spaziale e spazio-temporale. Struttura spaziale dell’astensionismo in Calabria, elezioni 1992-2008*, in Sociologia e ricerca sociale, XXXII, 94, pp. 111-29, Roma, Franco Angeli.
- Triglia F.G. (2012a) “*La casualità della casualità*”. *Informazione, probabilità e previsione nell’approccio soggettivista*, in Sociologia e ricerca sociale, XXXIII, 98, pp. 105-36, Roma, Franco Angeli.
- Triglia F.G. (2012b) *Patrin 1. Le radici e le ali. Luoghi di provenienza e dinamiche spaziali*, (a cura di) R. Cipollini, Paesaggi marginali. Romanes a Roma, Roma, Franco Angeli.
- Triglia F.G., A. Zeli (2013) *La seconda Repubblica è finita solo ora*, in Limes on-line, <http://temi.repubblica.it/limes/la-seconda-repubblica-e-finita-solo-ora/45595>.
- Triglia F.G.(2013) *L’Italia incantata. Geo-statistica della diffusione dell’astensionismo, elezioni politiche 2008 e 2013*, in Sociologia e Sociologia e ricerca sociale n. 101, pp.61-90, Roma, Franco Angeli.
- Triglia F.G. (2015) *Roma elettorale*, in Cipollini R., Triglia F.G., *La metropoli ineguale. Analisi sociologica del quadrante est di Roma*. Aracne, Roma.

Unwin D.J. (1986) *Analisi spaziale. Un'introduzione geocartografica*, Milano, Franco Angeli.

Vallega A. (2006) *La geografia del tempo. Saggio di geografia culturale*, Torino, Utet.

Le fratture socio-politiche alle elezioni politiche del 2018: preferenze di voto e posizionamento tematico delle categorie sociali

*Matteo Cavallaro**, *Davide Policastro***, *Guido Salza**** e *Massimo Angelo Zanetti*****

I risultati delle elezioni italiane del 4 marzo 2018 hanno confermato la trasformazione del sistema politico italiano in quello che può essere considerato come un tripolarismo imperfetto (Diamanti, 2016), con due poli maggiori rappresentati da centrodestra e M5S, e, più arretrato, il centrosinistra. Come sottolineato da Oesch e Rennwald (2018, p.1), il tripolarismo sembra essere una prerogativa degli spazi politici nazionali in Europa a partire dagli anni 2000, benché ci si sia arrivati seguendo ritmi diversi. Caratteristico di questi sistemi politici, secondo gli autori, è che: “I due poli dominanti del XX secolo, i partiti di sinistra e del centro-destra, sono confrontati da un terzo polo costituito dalla destra radicale”. In linea con un dibattito che pare ravvivarsi nella letteratura sul ritorno del voto di classe e sull’importanza delle fratture sociali (Evans e Tilley 2017), o *cleavage*, i tre poli sarebbero in competizione tra di loro per ottenere il supporto di specifici settori occupazionali. Questa competizione sarebbe strutturata intorno a due principali linee di conflitto, una culturale ed una economica, in linea con quanto già sostenuto da Kitschelt (1995).

Questa conformazione sembra parzialmente corrispondere alla situazione italiana, con due importanti fattori di divergenza per quanto riguarda il sistema partitico: (i) il partito più facilmente identificabile con la famiglia politica della “destra radicale”, la Lega, è parte integrante della coalizione di centrodestra e (ii) è presente la questione della difficile collocazione del M5S nell’ambito delle principali famiglie politiche europee. Se, pertanto, il sistema politico italiano sembra da un lato seguire un percorso simile ad altri sistemi politici dell’Europa occidentale, lo fa con caratteristiche peculiari. In questo quadro di similitudini e differenze rispetto al resto del continente, un tema chiave appare l’esistenza (o meno) di *cleavage* socio-economici intorno ai quali si sarebbe strutturato il voto.

Con questo contributo intendiamo analizzare il voto del 4 marzo concentrando l’attenzione sul fronte della ‘domanda’ politica. L’obiettivo è dunque di fornire un quadro preliminare dello spazio politico italiano uscito dalla Grande Recessione. Per farlo, trattiamo due elementi connessi, ma distinti: (i) le differenze nelle preferenze di voto tra le diverse categorie sociali, con una particolare attenzione al ruolo giocato dalla condizione occupazionale, e (ii) il posizionamento delle stesse rispetto ai principali temi della campagna elettorale. A questo scopo, esponiamo i risultati di un’analisi condotta su un dataset risultante da un sondaggio realizzato da Quorum per SKYTG 24 nei giorni immediatamente precedenti

* Chercheur associé presso il Centre d’économie de l’Université Paris Nord ; mail: matteo.cavallaro@sciencespo.fr

** Founding Partner presso Quorum S.a.S. e YouTrend; mail: davide.policastro@agenziaquorum.it

*** Dottorando presso l’Università degli Studi di Milano; mail: guido.salza@unito.it

**** Ricercatore presso l’Università della Valle d’Aosta; mail: m.zanetti@univda.it

il voto su un campione di 3200 intervistati. Il capitolo è strutturato nel seguente modo: nel paragrafo 1 riassumiamo il dibattito sulle fratture sociali e presentiamo l'inchiesta campionaria utilizzata. Il paragrafo 2 si concentra sulle differenze nelle preferenze di voto disaggregando per genere, classe di età, titolo di studio ed occupazione. La stessa impostazione è usata nel paragrafo 3 per identificare il posizionamento delle diverse categorie sociali non più a livello partitico, ma sui singoli temi. Il paragrafo 4 presenta un'analisi preliminare delle dimensioni strutturanti il conflitto politico dal lato della domanda, mentre il paragrafo 5 riassume i principali risultati della ricerca.

1. Le fratture sociali, o cleavage, nei paesi industrializzati

La teoria dei *cleavage*, o delle fratture sociali, deve la sua origine a Lipset e Rokkan (1967), i quali proponevano di considerare il sistema politico come espressione di diversi conflitti sociali emersi in due momenti chiave della storia occidentale, la rivoluzione industriale e la creazione degli stati-nazione. Seguendo questo approccio, è quindi possibile individuare 4 fratture principali (centro/periferia, stato/chiesa, città/campagna e capitale/lavoro), attorno alle quali si sarebbero cristallizzati i sistemi politici europei.

Tuttavia, tale modello entrò in crisi negli anni '70 di fronte alla nascita di nuovi partiti in vari sistemi politici. In particolare, l'ascesa dei movimenti ecologisti e dei partiti di destra radicale portarono alla ribalta temi che sembravano esulare dalle fratture identificate dal modello di Lipset e Rokkan (Ignazi 1992). Alla dimensione classica della competizione politica sui temi economici, che nella teoria dei *cleavage* deriverebbe dal conflitto capitale lavoro, si affianca, o si sostituisce, secondo gli autori, una dimensione culturale. Ciò è sottolineato da Inglehart (1997, p.237), secondo il quale si assiste “ad uno spostamento da fratture politiche basate sul conflitto di classe verso fratture basate su temi culturali e preoccupazioni legate alla qualità della vita”. La letteratura appare comunque divisa sull'origine di questo spostamento: secondo Bornschieer (2010, p.2), questo è dovuto alla massificazione dell'istruzione a partire dagli anni '60 “perché l'istruzione superiore socializza gli individui a valori universali”, elemento che avrebbe contribuito alla nascita di un nuovo asse di conflitto tra un polo libertario-universalista ed uno tradizionalista-comunitario. La posizione di un individuo su questo asse dipenderebbe quindi dal livello di istruzione più che dalla propria posizione nel mercato del lavoro.

Un approccio diverso tende a considerare il conflitto culturale come prodotto del processo di globalizzazione: in effetti, tra i temi più importanti legati a questo *cleavage*, si trovano il processo di integrazione europea, la gestione dei flussi migratori, il multiculturalismo, etc. A tal proposito, Hooghe e Marks (2018) teorizzano l'esistenza di un *cleavage* transnazionale, che ricalcherebbe la dimensione culturale di cui sopra e vedrebbe opporsi due poli, uno transnazionalista ed uno nazionalista. Anche secondo questa lettura, la principale determinante sarebbe il livello di istruzione più che la condizione occupazionale,

tuttavia Oesch e Rennwald (2017) mostrano come anche su questa dimensione permanga la rilevanza della collocazione socio-occupazionale dell'elettore. La progressiva integrazione delle economie nazionali a livello globale creerebbe dei "vincitori" e dei "perdenti" economici anche all'interno dei paesi più avanzati (Scheve e Slaughter 2001; 2002). Il confronto sui temi culturali sarebbe quindi legato ad un conflitto fondamentale economico, nonostante tale natura, a prima vista, non risulti evidente (Beramendi *et al.*, 2015). Il *cleavage* di classe risulta quindi ancora presente nelle società occidentali: da un lato perché la dimensione 'economica' classica della competizione politica, ovvero il conflitto circa il ruolo dell'intervento pubblico quale forma di mediazione tra capitale e lavoro, rimane ancora viva. Dall'altro, perché anche sui temi culturali è possibile notare l'importanza, oltre che del titolo di studio, dell'appartenenza di classe. Tuttavia, le linee di conflitto politico che dividono le classi sociali tracciano alleanze diverse da quelle viste nei decenni precedenti (Rydgren 2012). In Europa, e più in generale nei paesi occidentali, si assiste ad uno spostamento a destra dell'elettorato 'operaio', un tempo tradizionalmente di sinistra (Arzheimer 2012) mentre, di converso, i partiti socialdemocratici e di sinistra attraggono un numero crescente di laureati e addetti del comparto socio-culturale.

Infine, un'ultima dimensione che appare rilevante è quella della crisi di fiducia nelle cosiddette "élite" e l'emergere di pulsioni "populiste" (Ostiguy 2009). Già Flanagan e Dalton (1984), riflettendo sulla crisi del sistema partitico, analizzavano la possibile nascita di un conflitto tra "establishment" e "anti-establishment" parallelo a quello classico sui temi economici. Più recentemente, Stavrakakis e Katsambekis (Stavrakakis *et al.* 2018, p.12), analizzando il caso greco, sono giunti alla conclusione che "i modelli di polarizzazione [su questa dimensione NdA] osservati sembrano acquisire una dinamica autonoma indipendente dalle policies". Almeno a livello discorsivo, ovvero astraendo dalle possibilità concrete di realizzare politiche "anti-establishment", tanto nei media quanto nell'elettorato greco è possibile ritrovare una profonda divisione tra questi due poli e, secondo gli autori, è possibile che tale frattura possa apparire anche in altri paesi.

Indubbiamente, anche il sistema politico italiano ha subito un profondo cambiamento e particolarmente marcato sembra essere il rimescolamento delle preferenze delle diverse categorie sociali (De Sio 2018). Attraverso l'uso di un'inchiesta campionaria su preferenze di voto e temi di attualità, ci proponiamo quindi di fornire una prima analisi (i) delle determinanti socio-demografiche del voto e (ii) delle principali dimensioni di conflitto su cui queste determinanti si inseriscono. Dalla discussione precedente emerge, a nostro avviso con forza, la necessità di pensare ad uno spazio politico multidimensionale. Se una dimensione, quella del conflitto classico sui temi economici, pare assodata nonostante il suo declino, la seconda appare meno definita variando tra interpretazioni culturaliste diverse (libertarismo/tradizionalismo, ma anche establishment/anti-establishment) ed altre legate al processo di globalizzazione non necessariamente culturaliste. Dati i forti cambiamenti che

hanno caratterizzato il sistema politico italiano negli ultimi dieci anni, ridurre queste tre interpretazioni in una sola dimensione rischia di tradursi in una perdita dell'informazione. Al rischio di ridurre eccessivamente le dimensioni dello spazio politico preferiamo, in questa fase, moltiplicare gli assi intorno a cui si struttura la competizione politica. Pertanto, proponiamo di descrivere quest'ultima intorno a quattro dimensioni. Alla prima, economica, si affiancano una dimensione culturale, che oppone un polo libertario ad uno tradizionalista, una transnazionale, caratterizzata dall'opposizione tra un polo transnazionalista ad uno nazionalista e, per finire, una populista, che, fondamentalmente, riporta quanta fiducia è accordata alle diverse élite politiche ed economiche.

1.1 Nota metodologica

Per analizzare la composizione sociale del voto e identificare la posizione delle classi sociali su diversi temi rilevanti della campagna elettorale, facciamo affidamento su un sondaggio CATI/CAMI condotto in prossimità del voto (tra il 28 febbraio e il 2 marzo 2018). Il campione consta di 3240 casi, rappresentativi della popolazione maggiorenne residente in Italia per quote di genere, età, macroarea di residenza e titolo di studio. L'errore campionario è dell'1,4%, con un intervallo di confidenza del 95%. Per avvicinare il campione alla distribuzione reale dei voti raccolti dalle forze politiche alle diverse elezioni, abbiamo proceduto a ponderare iterativamente per:

1. Quote incrociate di macroarea di residenza, genere ed età;
2. Quote incrociate di macroarea e dimensione del comune di residenza;
3. Quote incrociate di macroarea, genere e titolo di studio;
4. Quote incrociate di macroarea e condizione occupazionale (occupati, disoccupati, pensionati, studenti, casalinghe e persone in altra condizione);
5. Quote incrociate di macroarea e voto alle elezioni politiche del 2013;
6. Quote incrociate di macroarea e voto alle elezioni europee del 2014;
7. Quote incrociate di macroarea e voto al referendum del 2016;
8. Quote incrociate di macroarea e voto alle elezioni politiche del 2018.

Il questionario somministrato includeva: domande di profilazione socio-demografica, dichiarazioni di voto nel passato (Politiche 2013, Europee 2014), dichiarazione di voto alle elezioni politiche 2018 e una batteria di domande su atteggiamenti rilevati con scala Likert a 5 modalità (1 "Poco d'accordo", 2 "Per nulla d'accordo", 3 "Né d'accordo né in disaccordo", 4 "Abbastanza d'accordo", 5 "Molto d'accordo") per testare l'orientamento degli intervistati su 14 temi che riassumono il dibattito pubblico della campagna elettorale. L'analisi delle risposte ci permette di identificare tre elementi: (i) il grado di accordo dell'elettorato nella sua interezza sui diversi temi; (ii) il grado di accordo nelle diverse categorie sociali; (iii) il

posizionamento delle categorie sociali in relazione ai *cleavage* discussi nella sezione precedente.

Per quanto riguarda il primo elemento abbiamo distinto i temi in due categorie, identificando da un lato quelli rispetto ai quali l'elettorato ha mostrato una marcata condivisione nelle posizioni espresse e dall'altro quelli su cui invece l'elettorato appare diviso (Emanuele e Paparo 2018). A tal scopo, abbiamo quindi fissato una soglia: quei temi in cui una larga maggioranza degli intervistati, pari ad almeno il 65%, si mostra concorde in relazione a disaccordo od accordo, sono stati classificati come "imperativi". Quelli in cui, invece, la maggioranza è meno netta (con un grado di accordo/disaccordo inferiore al 65%) sono stati categorizzati come "posizionali".

Nel presentare il grado di accordo per categoria sociale, abbiamo proceduto ad aggregare i valori positivi ("Molto d'accordo", "Abbastanza d'accordo") tra di loro. Stesso procedimento è seguito per i valori negativi ("Poco d'accordo", "Per nulla d'accordo"), riducendo così di fatto la scala a tre valori: "accordo", "indifferenza", "disaccordo". Infine, abbiamo aggregato i 14 temi sulle 4 dimensioni ricavate dalla discussione della letteratura presentata nel paragrafo precedente (vedi tabella 5, paragrafo 5). La posizione di ogni intervistato sulle singole dimensioni è data dalla media aritmetica dei valori espressi sulla scala Likert a 5 passi, preoccupandoci di volta in volta ad orientare la scala in modo che i diversi *items* abbiano tutti lo stesso senso logico.

2. Voto e caratteristiche socio-demografiche: di genere, età, istruzione e condizione socio-occupazionale

Nel passare all'analisi, consideriamo in primo luogo l'impatto che le principali variabili sociodemografiche, ovvero genere, età, livello di istruzione e condizione occupazionale, hanno avuto sulla propensione al voto e sulla scelta elettorale (Déloye e Mayer 2017).

Come si può osservare nella tabella 1, non risultano divergenze significative nel comportamento di voto in base al genere, ad eccezione della propensione all'astensione, che si manifesta apprezzabilmente superiore tra le donne: infatti, nel campione analizzato, queste ultime infatti manifestano un tasso di astensione che nel campione risulta superiore di ben 8,3 punti percentuali a quello degli uomini. Tuttavia, questa marcata differenza non pare tradursi in differenti preferenze nel voto tra i partiti: la distribuzione dei consensi risulta infatti decisamente omogenea tra donne e uomini. La variabile genere non appare dunque legata a particolari divisioni politiche, ma piuttosto ad una diversa propensione ad esercitare il proprio diritto di voto, confermando del resto anche nel 2018 una tendenza che caratterizza da tempo il comportamento elettorale in Italia, essendosi manifestata per la prima volta alle elezioni politiche del 1976 (Sabbadini 2006).

Passando a considerare il voto per classi di età (tabella 2), il dato di maggior rilievo è costituito dalla forte attrazione che il Movimento 5 Stelle riesce ad esercitare sui giovani: esso

infatti catalizza oltre due quinti dei voti validi espressi dagli elettori appartenenti alla fascia d'età 18-24 anni. Se quindi tra i più giovani l'egemonia del M5S appare netta e incontrastata, sul fronte opposto della distribuzione per età, ovvero nella coorte degli elettori più anziani, ovvero con età superiore a 65 anni, prevale invece, con un apprezzabile distacco rispetto ai contendenti, il Partito Democratico, con il 28% dei consensi. Si deve tuttavia segnalare che sino alla coorte attigua – gli elettori tra i 55 e i 65 anni – è sempre il Movimento 5 Stelle la forza di maggioranza relativa. Un ultimo elemento degno di nota è che è tra i più giovani (coorte 18-24 anni) che si assiste alla maggiore concentrazione della scelta elettorale: infatti, ben il 79% dei voti validi si distribuisce su tre sole forze politiche (M5S, Lega e PD).

Anche disaggregando in base al livello di istruzione osserviamo una distribuzione dell'elettorato altrettanto degna di rilievo. La tabella 3 riporta la distribuzione delle preferenze elettorali per livelli di istruzione, distinti secondo la classica bipartizione per gradi della scuola superiore (sino al titolo di istruzione secondaria di primo grado per il primo livello e sino al titolo di istruzione secondaria di secondo grado per il secondo livello) ai quali si aggiunge l'istruzione superiore o terziaria (ovvero il conseguimento di un titolo universitario), che costituisce il terzo livello di istruzione considerato. Come emerge dalla tabella, il PD è sovra-rappresentato tra i laureati, tra cui conquista il consenso di poco meno di un quarto dei voti validi. Il fenomeno è ancora più marcato in + Europa e soprattutto in Liberi e Uguali (nonché in Insieme e PaP, sebbene per queste formazioni minori i margini di errore campionario suggeriscano grande cautela), per i quali la percentuale di consenso tra i laureati è all'incirca doppia rispetto a quella relativa al complesso degli elettori. Tutte le altre forze politiche risultano meno attrattive nei confronti della parte più istruita della popolazione. Il Movimento 5 Stelle, infatti, è preferito da una quota di laureati di poco inferiore a quella del PD, ma raccoglie tra essi molti meno consensi che nel resto dell'elettorato. La sua capacità di attrazione è invece massima tra i diplomati, sebbene in termini relativamente contenuti rispetto al complesso dei votanti (+3,3 punti percentuali).

Tab.1 - Voto alla Camera alle elezioni politiche 2018 per genere

Lista	Totale	Donna	Uomo
Partito Democratico – Renzi	19%	19%	19%
+Europa – Bonino	3%	2%	3%
Insieme	1%	1%	1%
Civica Popolare - Lorenzin	1%	1%	0%
Forza Italia – Berlusconi	14%	14%	14%
Lega – Salvini	17%	18%	17%
Fratelli d'Italia – Meloni	4%	4%	4%
Noi con l'Italia – UDC	1%	1%	1%
Liberi e Uguali – Grasso	3%	3%	4%
Movimento 5 Stelle - Di Maio	33%	34%	31%
Altri	4%	2%	6%
<i>Totale</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
Astenuti/Bianche e Nulle	30%	34%	25%
<i>N</i>	<i>3240</i>	<i>1614</i>	<i>1626</i>

Le distribuzioni dei consensi in relazione ai livelli di istruzione di Forza Italia e Lega presentano una tendenza molto simile e al tempo stesso opposta a quella del Partito Democratico (e, con le già citate dovute cautele, anche di Potere al Popolo): infatti, se per i due maggiori partiti della coalizione di centrodestra i consensi diminuiscono all'aumentare del livello di istruzione toccando quindi il minimo tra i laureati e raggiungendo l'apice tra chi dispone al massimo della licenza di scuola media inferiore, per il PD si assiste ad una dinamica speculare. Va in ogni caso sottolineato che, come tra i diplomati, anche tra agli elettori a più basso livello di istruzione il M5S appare largamente la forza più rappresentativa, ma il dato probabilmente più interessante è che tra i meno istruiti la seconda forza più votata non è più il PD ma la Lega, che distanzia l'ex partito di governo di quasi 3 punti percentuali.

Tab.2 - Voto alla Camera alle elezioni politiche 2018 per fasce d'età (%)

Lista	Totale	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Over 65
Partito Democratico - Renzi	19	18	13	14	18	21	28
+Europa - Bonino	3	5	3	1	2	4	3
Insieme	1	0	1	1	1	0	1
Civica Popolare - Lorenzin	1	0	3	0	0	0	0
Forza Italia - Berlusconi	14	9	12	18	10	13	20
Lega - Salvini	17	19	15	18	18	22	14
Fratelli d'Italia - Meloni	4	1	7	3	3	4	6
Noi con l'Italia - UDC	1	1	0	1	1	2	3
Liberi e Uguali - Grasso	3	4	5	4	2	3	3
Movimento 5 Stelle - Di Maio	33	41	38	34	38	27	19
Altri	4	2	3	6	7	3	3
<i>Totale</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
Astenuti/Bianche e Nulle	30	21	19	30	27	35	40
<i>N</i>	<i>3240</i>	<i>379</i>	<i>437</i>	<i>616</i>	<i>669</i>	<i>413</i>	<i>726</i>

Tab.3 - Voto alla Camera alle elezioni politiche 2018 per titolo di studio (%)

Lista	Totale	Licenza media o inferiore	Diploma di scuola superiore	Laurea
Partito Democratico	19	17	20	24
+Europa	3	2	2	4
Insieme	1	0	1	2
Civica Popolare	1	1	0	0
Forza Italia	14	16	12	10
Lega - Salvini	17	20	16	13
Fratelli d'Italia	4	4	4	6
Noi con l'Italia - UDC	1	1	2	1
Liberi e Uguali	3	3	3	8
Movimento 5 Stelle	33	33	36	23
Altri	4	3	5	9
<i>Totale</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
Astenuti /Bianche e Nulle	30	30	30	28
<i>N</i>	<i>3240</i>	<i>1651</i>	<i>1175</i>	<i>413</i>

L'analisi del voto in base alla condizione occupazionale degli elettori restituisce anch'essa diversi elementi di interesse (tabella 4), in particolare in prospettiva diacronica, ovvero se si comparano, attraverso le dichiarazioni di voto rese dagli intervistati, le politiche del 2018 con quelle precedenti del 2013 e, all'occorrenza, con le consultazioni europee del

2014. Nel rispetto delle dovute cautele imposte dai margini di errore campionario delle stime, saranno considerati solo gli attori politici dotati di una apprezzabile consistenza dei consensi ottenuti. Premesso ciò, appaiono manifestarsi rilevanti dinamiche riguardanti il Partito Democratico, che descrivono una profonda mutazione della composizione socio-occupazionale dell'elettorato intervenuta in soli 5 anni.

Sebbene l'ampiezza del colpo subito da quello che era il partito di governo lasci presagire che si sia prodotta una frattura con settori rilevanti del corpo sociale del paese, è comunque interessante rilevare come la crisi di consensi sia presente in modo relativamente omogeneo in tutte le componenti sociali. Il secondo dato di interesse risiede nel fatto che il PD veda il suo consenso incrinarsi maggiormente proprio laddove era più radicato, ovvero tra i dipendenti pubblici, componente storicamente fedele e fondamentale del blocco sociale di centrosinistra. Infatti, nelle elezioni del 2018, i dipendenti pubblici distribuiscono i loro consensi in modo abbastanza simile a quello dell'intero corpo elettorale, con le maggiori difformità costituite da un'attrazione comparativamente maggiore per LeU e Lega e minore per il Movimento 5 Stelle.

Si assiste così, con le politiche del 2018, all'inedito storico di una sostanziale 'normalizzazione' dell'orientamento elettorale dei dipendenti pubblici, con l'amaro corollario, per il PD, della caduta di un autentico bastione del proprio radicamento elettorale, irriducibile baluardo del centrosinistra in tutti i momenti più difficili del lungo ventennio berlusconiano. Si tratta quindi di un movimento tellurico del massimo grado nel panorama politico nazionale, la cui magnitudo è per rilevanza politica comparabile a quella, altrettanto dirompente, del dissolversi delle Zone Rosse del Paese (Valbruzzi 2018).

Le elezioni politiche del 4 marzo 2018 ci restituiscono quindi una riconfigurazione profonda del blocco sociale del Partito Democratico: lo storico 'tridente' del consenso del centrosinistra, composto dai lavoratori del settore pubblico, dai dipendenti del settore privato e dai pensionati, viene 'spuntato' delle due componenti sociali attive nel mercato del lavoro. Se dei lavoratori pubblici si è già trattato, in merito ai lavoratori dipendenti del settore privato si può segnalare lo scarso risultato ottenuto dal PD, che con il 16% dei consensi è apprezzabilmente inferiore a quello conseguito sull'intero corpo elettorale; al tempo stesso, altre due forze emergono come grossi attrattori del voto operaio (e di quello impiegatizio), ovvero il Movimento 5 Stelle, forte del 37% dei consensi, e, in termini più contenuti, la nuova Lega di Salvini, con il 19%.

Di converso, è presso gli imprenditori e il lavoro autonomo che il PD riesce a limitare maggiormente le perdite rispetto alle precedenti elezioni politiche. Paradossalmente, è attraverso un generalizzato calo di consensi, che è più intenso nelle componenti sociali di tradizionale radicamento delle sinistre e più tenue nelle categorie che il PD renziano ambiva a conglobare nel blocco sociale del 'Partito della Nazione', che l'ex forza di governo raggiunge un più equilibrato interclassismo. Un obiettivo la cui amara modalità di raggiungimento porta

con sé un ulteriore severo dato politico: il concreto profilarsi della perdita dell'egemonia, non solo del PD ma anche dell'intera coalizione di centrosinistra, presso quasi tutte le tradizionali colonne sociali della sinistra, con la sola parziale eccezione dei pensionati. Una crisi di egemonia, quella del Partito Democratico, che si manifesta sia sul piano territoriale che su quello socio-occupazionale.

Tab.4 - Voto alla Camera alle elezioni politiche 2018 per titolo di studio (%)

Lista	Totale	Lavoratore autonomo o imprenditore	Dipendente nel servizio pubblico	Dipendente nel servizio privato	In cerca di occup./ disoccupato	Casalinga	Studente	Pensionato
Partito Democratico - Renzi	19	18	19	16	9	12	21	26
+Europa – Bonino	3	1	4	2	3	1	5	2
Insieme	1	2	0	1	0	0	0	1
Civica Popolare - Lorenzin	1	0	0	0	0	0	0	0
Forza Italia – Berlusconi	14	13	11	11	12	14	9	20
Lega – Salvini	17	16	20	19	18	18	19	16
Fratelli d'Italia – Meloni	4	11	4	3	4	4	1	6
Noi con l'Italia – UDC	1	2	2	0	0	0	1	3
Liberi e Uguali – Grasso	3	3	6	3	6	1	3	3
Movimento 5 Stelle - Di Maio	33	30	27	37	47	46	38	19
Altri	4	5	6	7	2	4	3	3
<i>Totale</i>	100	100	100	100	100	100	100	100
Astenuti /Bianche e Nulle	30	27	26	24	29	41	20	37
<i>N</i>	3240	276	339	727	237	417	306	798

La relativa tenuta di consenso tra i pensionati accomuna il PD all'altro importante attore uscito drasticamente ridimensionato dalle elezioni politiche del 2018, ovvero Forza Italia. L'esito del 4 marzo non è però che l'ulteriore conferma di un trend in atto da tempo, avendo già caratterizzato le consultazioni elettorali tenutesi nel 2013 e nel 2014. Infatti, pur trattandosi di competizioni elettorali di tipo diverso, il partito di Silvio Berlusconi non muta sostanzialmente l'entità dei suoi consensi tra le elezioni europee del 2014 e quelle politiche del 2018, attestandosi in entrambi i casi intorno ai 4,6 milioni di voti. Quella che muta è piuttosto la distribuzione territoriale dei consensi per effetto dell'accresciuta competitività della nuova Lega di Salvini. L'analisi delle dichiarazioni di voto espresse dal campione di intervistati nelle differenti consultazioni rivela infatti un flusso di voti da Forza Italia alla Lega, confermando l'attrazione subita dall'elettorato forzista del Nord Italia nei confronti del partito di Salvini: oltre un elettore su cinque (22,3%) di FI alle Europee delle regioni settentrionali dichiara di avere votato per la Lega il 4 marzo 2018, mentre il flusso verso il M5S è molto più contenuto (6,8%). Come per il PD, anche nel caso di Forza Italia si è in presenza di un indebolimento elettorale che ha un importante significato politico e rilevanti conseguenze sulla composizione del blocco sociale di riferimento: infatti, il flusso in uscita (Europee 2014 – Politiche 2018) indica che la crescente disaffezione origina in misura consistente tra i referenti sociali per eccellenza del berlusconismo, ovvero gli imprenditori e i lavoratori autonomi. Si configura in sostanza un processo analogo a quello subito dal PD nel suo rapporto con i lavoratori pubblici: la caduta di consenso appare di tale portata da compromettere l'egemonia politica tradizionalmente esercitata su queste importanti categorie

sociali che, sebbene numericamente meno consistenti di altre, costituiscono il fulcro dei cosiddetti “ceti produttivi” e, in particolare gli imprenditori, dispongono di un’ampia gamma di risorse politicamente efficaci con relative ampie e articolate capacità di influenza.

La caduta di consensi riguarda tuttavia anche altri storici bacini di consenso del partito di Berlusconi, La tabella 4 mostra in particolare come il Movimento 5 Stelle sia riuscito a conquistare un vasto sostegno, sino a giungere a pochi passi dalla maggioranza assoluta, da parte di una categoria sociale che aveva tradizionalmente dato al Cavaliere grandi soddisfazioni elettorali, ovvero le casalinghe. La disaffezione di queste ultime nei confronti di Berlusconi è tuttavia in corso da tempo. Si era infatti già manifestata nelle precedenti elezioni politiche del 2013, con un flusso in uscita già diretto in particolare verso il M5S (ITANES 2013). Stessa direzione prevalente hanno preso i flussi in uscita di elettori disoccupati, attratti anch’essi principalmente dal M5S, che arriva così a rappresentare anche in questo caso quasi un voto valido su due.

La Lega di Salvini avanza, rispetto alle politiche del 2013, in tutte le categorie sociali considerate. Infatti, da un lato consolida il suo radicamento tra i lavoratori dipendenti del settore privato, che divengono così la categoria più consistente del blocco sociale leghista, dall’altro ottiene un aumento di consensi tra i dipendenti pubblici, gli imprenditori e i lavoratori autonomi, i disoccupati e, infine, anche tra gli studenti, ponendo così solide basi in diverse categorie sociali tradizionalmente orientate a sinistra. La crescita e l’incidenza del consenso proveniente dai lavoratori del settore pubblico e dagli studenti, unita alla ulteriormente rafforzata presenza tra i dipendenti del settore privato, configurano una composizione sociale dell’elettorato leghista che, appunto, si avvicina a quella che ha storicamente caratterizzato i partiti di sinistra. È questa una caratteristica distintiva nell’ambito delle forze che si collocano alla destra dello schieramento politico, alla quale si unisce il fatto che la penetrazione nell’ambito del lavoro dipendente, in particolare pubblico, appare difficilmente riproducibile dallo storico alleato di centrodestra, che ha come leader e fondatore il grande imprenditore Berlusconi ed una tradizionale ed ampiamente dichiarata vocazione al contenimento del settore pubblico. Sebbene questo tratto tipicamente liberista non sia affatto mancato nella storia della Lega Nord di Bossi e in qualche misura sia ancora presente, la netta discontinuità di leadership e di strategia politica impressa dalla nuova Lega di Salvini ha evidentemente permesso di conquistare nuovi spazi di rappresentanza sociale.

I pensionati, che rappresentano in termini assoluti la seconda componente del blocco sociale della Lega dopo quella dei lavoratori dipendenti del settore privato, sono tuttavia, in termini relativi, meno attratti dalla forza di Salvini in quanto terreno, come già ricordato, di maggior tenuta dei due grandi partiti storicamente egemoni nella seconda repubblica, ovvero Partito Democratico e Forza Italia.

Per quanto la Lega ottenga risultati sorprendenti, soprattutto in termini di espansione del blocco sociale e delle proprie capacità di penetrazione e radicamento, battendo così il proprio

alleato-avversario di centrodestra ed occupando parti significative del ‘territorio sociale’ della sinistra, è indubbio che con le elezioni del 4 marzo 2018 sia il Movimento 5 Stelle a porre elettoralmente le più ampie basi per poter costruire l’egemonia politica sulla maggior parte delle categorie sociali, aprendo in questo senso un’inevitabile competizione proprio con l’alleato di governo.

Sebbene il Movimento 5 Stelle già disponesse in misura apprezzabile del consenso dei lavoratori del settore pubblico, con le elezioni del 2018 riesce non solo ad espandere ulteriormente il proprio elettorato in termini quantitativi, ma anche a differenziarlo in termini sociali, arrivando a conquistare tra un quarto e la metà dei voti validi in quasi tutte le categorie sociali analizzate. L’unica eccezione è costituita dai pensionati, tra i quali comunque il risultato conseguito dal M5S è comunque di rilievo: arriva infatti ad attrarre poco meno di un voto valido su cinque, terza forza in termini di consenso dopo il Partito Democratico e Forza Italia e ad un soffio da quest’ultima. Si configura in sostanza una penetrazione sociale di natura interclassista di notevole portata, che fanno del Movimento 5 Stelle, almeno elettoralmente, la forza politica concreta più vicina all’idealtipico “Partito della Nazione” tanto agognato dal PD renziano.

3. Le priorità e il posizionamento dell’elettorato sui temi della campagna elettorale

Nelle pagine precedenti abbiamo già sottolineato come l’età, il titolo di studio e la posizione nel mercato del lavoro appaiono variabili fondamentali per analizzare il voto del 4 marzo. Si è ritenuto importante, quindi, analizzare i 14 *items* sugli atteggiamenti in relazione a queste variabili. Come già anticipato nella sezione 2, abbiamo raggruppato i diversi *items* attorno a quattro dimensioni dello spazio politico che presentiamo in questa sezione. In quella successiva, invece, esporremo i risultati degli incroci.

Una prima serie di domande si raggruppa sotto il tema del lavoro e del welfare (tabella 5). Come sottolineato da Paparo (2013), la crisi economica ha fatto emergere con forza il tema del lavoro, rilevanza che si conferma nei nostri dati, dove l’occupazione e la tutela del lavoro sono indicate come tra le prime tre priorità dal 68,8% dei rispondenti. Questa ampia maggioranza, tuttavia, si divide sul giudizio dato alle politiche attivate per affrontare la grave emergenza: il 51,3% ritiene che il Jobs Act non abbia sortito alcun effetto positivo, mentre il 31,7% è convinto del contrario. Rimane comunque alto il livello di indifferenza nei confronti del provvedimento di Renzi (17,1%). Sensibile e condiviso è anche il tema dell’allungamento dell’età pensionabile, che trova una netta e generale opposizione (76,3%). Accanto al lavoro, preoccupa anche la tenuta dello stato sociale, che si attesta per il 38,1% dei casi come tra le prime tre priorità del prossimo esecutivo. Emerge come meno saliente, invece, il tema degli investimenti nel sistema di istruzione: solo un più contenuto 18,4% dei rispondenti lo indica tra le prime tre posizioni. La minor salienza, tuttavia, non deve indurre a pensare che ci sia mancanza di consenso sul tema (il 67,5% si trova d’accordo sull’abolizione delle tasse

universitarie). Il nostro campione è più ‘freddo’ rispetto alle politiche fiscali, forse perché si trova d’accordo per quanto riguarda eventuali misure espansive che richiederebbero una copertura più alta. In ogni caso, le manovre di semplificazione in direzione di un’aliquota unica trovano d’accordo il 61,4% degli intervistati.

Nella seconda dimensione raggruppiamo i temi legati alle libertà e ai diritti civili. Dai nostri dati emerge un’ulteriore conferma della progressiva secolarizzazione della società italiana, che pare quasi anticipare l’offerta politica (Heath e Bellucci 2013). Consolidato è il consenso sui temi quali la parità dei diritti alle coppie omosessuali (69,6%) e il rispetto della laicità (72,7%), che paiono diventare temi imperativi nell’elettorato italiano. Al contrario, il campione appare diviso sul tema della legittima difesa: solo il 53,8% si dichiara favorevole all’affermazione “Dentro casa mia devo potermi difendere, anche sparando, se posso”.

Tab.5 - Grado di accordo sui 14 items tematici

Dimensione del conflitto	Affermazione	Item	Temi imperativi/posizionali
Economico	“Se viviamo più a lungo, dovremmo anche andare in pensione più tardi”	Pensioni	Imperativo (76,3% contrari)
	“Il Jobs Act è stato una riforma positiva per l’economia e il mercato del lavoro”	Jobs Act	Posizionale (51,3% contrari)
	“L’istruzione universitaria dovrebbe essere gratuita, per tutti”	Università	Imperativo (67,5% di accordo)
	“Il fisco è troppo complicato, bisognerebbe semplificare con un’aliquota uguale per tutti”	Fisco	Posizionale (61,4% di accordo)
Culturale	“Non mi dà alcun fastidio che i gay abbiano gli stessi diritti degli eterosessuali”	Matrimoni Omosess.	Imperativo (69,6% di accordo)
	“Si può essere persone moralmente a posto solo se si crede in una religione”	Religione	Imperativo (72,7% contrari)
	“Dentro casa mia devo potermi difendere, anche sparando, se posso”	Legit. Difesa	Posizionale (53,8% di accordo)
Transnazionale	“Se vedo che ci sono molti immigrati nei dintorni mi sento più insicuro”	Immigrati (Sicurezza)	Posizionale (47,6% contrari)
	“Un italiano deve avere la precedenza su un immigrato, a parità di condizioni”	Immigrati (Welfare)	Posizionale (52% di accordo)
	“Uscire dall’Euro sarebbe una catastrofe per l’Italia”	Euro	Posizionale (57,8% di accordo)
	“Penso che dovremmo riprenderci la sovranità che ci ha tolto l’Europa”	Sovranità	Posizionale (51,7% di accordo)
Populista	“Una delle cose più importanti da fare è tagliare i costi della politica e i privilegi di chi la fa”	Costi Politica	Imperativo (89,5% di accordo)
	“Le élite politiche e finanziarie fanno i loro interessi senza curarsi della gente come me”	Élite	Imperativo (80,8% di accordo)
	“Mi sento molto più tranquillo a mandare i miei figli a scuola se c’è l’obbligo di vaccinarsi”	Vaccini	Imperativo (79,7% di accordo)

Il cosiddetto *cleavage* transnazionale tocca, nel nostro questionario, il tema dell'accoglienza dei migranti e quello dell'unificazione europea. Affacciato sul Mediterraneo, il nostro Paese è uno degli approdi naturali dei flussi migratori e, tra il 2014 e il 2017, è stato teatro di un drammatico aumento dei migranti. Il tema ha acquistato uno spazio sempre più ampio nelle agende degli attori politici. Ciò si riflette nell'elettorato: il 31,9% ha indicato la gestione dei flussi come prioritaria (solo l'11,5% la indica come la prima in assoluto). Abbiamo deciso di sondare l'ostilità nei confronti dei flussi migratori sotto due diversi aspetti: da una parte, quello della percezione negativa del 'diverso' che genera un senso di insicurezza; dall'altra la eventuale pressione economica percepita, in termini di accesso ai servizi dello stato sociale. Sono, come emerge dai nostri dati, due item profondamente divisivi e con bassi livelli di indifferenza: nel primo caso il 45,4% si sente insicuro quando ci sono tanti immigrati (il 47,6% no); per il 52%, invece, agli italiani dovrebbe essere accordata priorità nell'accesso ai servizi. Questo dualismo nei motivi anti-immigrazione (identitario vs economico) ha stimolato un ricco dibattito internazionale (Rydgren e Ruth 2011), le cui conclusioni, almeno per il momento, tendono a considerare i motivi identitari come più rilevanti (Lucassen e Lubbers 2012). Sebbene in mancanza di un item ad hoc rispetto alla minaccia all'identità italiana eventualmente rappresentata dall'immigrazione, ci pare di poter affermare che, almeno nel nostro paese, il tema della pressione economica ha una sua importanza autonoma e rilevante.

Altrettanto contraddittori appaiono gli atteggiamenti rispetto all'Unione Europea, che abbiamo cercato di scandagliare sia sotto l'aspetto della ripresa di sovranità dalle istituzioni europee, sia per quanto riguarda le conseguenze di una eventuale uscita dall'Euro. La necessità di negoziare una maggiore sovranità trova un livello di accordo maggioritario ma, al contempo, sembra diffusa l'opinione che un'uscita dalla moneta unica sarebbe disastrosa. Da sottolineare è l'ampia fetta di indifferenti (maggiore del 10% su entrambi gli *items*), segno di una possibilità di ulteriore polarizzazione sul tema.

Infine, sull'ultima dimensione sono raggruppati quegli *items* legati al grado di 'populismo' ed alla fiducia che gli italiani hanno nei confronti del cosiddetto "establishment". È interessante notare come i temi di questa dimensione appaiano "imperativi", ovvero presentino condizioni di largo consenso tra la popolazione: infatti, l'89,5% è d'accordo su un taglio dei costi e dei privilegi della politica e l'80,8% ritiene che grandi gruppi finanziari agiscano solo nel loro esclusivo interesse. Sentita dagli italiani è la necessità di una riforma del ceto politico e del suo finanziamento: il 18,1% indica la lotta agli sprechi della politica come tra le prime tre priorità. Non stupisce che la scommessa del M5S rispetto ai temi dell'anti-politica abbia ripagato in termini di consenso. Diversamente, non sembra esistere un reale collegamento tra sentimento anti-establishment e la questione dei vaccini: il 79,7% dei rispondenti dichiara di sentirsi più sicuro a mandare i propri figli a scuola quando c'è obbligo di vaccinarsi. Questa fotografia dell'elettorato italiano mostra articolazioni rilevanti nel

momento in cui si disaggrega per fasce di età. In particolare, sui temi economici emergono divergenze importanti in rapporto all'età del rispondente (tabella 6). Nel campione di intervistati, spiccano come particolarmente contrari alla recente riforma del mercato del lavoro i 35-44enni (+8 punti percentuali sopra la media). Questo può essere dovuto alla forte diminuzione dei contratti a tempo indeterminato che, secondo l'Osservatorio sul precariato dell'INPS (2018), si è concentrata nella classe di età che va dai 40 ai 49 anni: nonostante un aumento del livello occupazionale, i neo-40enni sperimentano una maggiore precarietà. La fascia attiva nel mercato del lavoro è poi anche quella più contraria ad un ulteriore innalzamento dell'età pensionabile (25-34enni con il 84%, 35-44enni con il 78%, 45-54enni con l'83%) e indica un atteggiamento critico rispetto agli interventi in questo campo da parte degli ultimi esecutivi. Non emergono significative differenze di età nei confronti dei temi dell'istruzione (generale accordo) e delle politiche fiscali (generale e contenuto interesse).

Tab.6 - Grado di accordo sui 14 items tematici per classe d'età (%)

Item	Risp	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Pensioni	Accordo	79	84	78	83	70	71
	Disaccordo	17	13	20	13	22	23
Jobs Act	Accordo	48	53	60	54	54	40
	Disaccordo	39	33	29	29	31	32
Università	Accordo	27	26	27	26	29	29
	Disaccordo	70	69	70	70	68	61
Fisco	Accordo	30	32	32	28	32	30
	Disaccordo	54	63	62	66	61	59
Matrimoni Omosess.	Accordo	18	18	23	26	23	27
	Disaccordo	76	79	70	65	72	63
Religione	Accordo	80	81	78	69	74	63
	Disaccordo	15	16	19	24	21	28
Legit. Difesa	Accordo	38	37	39	43	36	42
	Disaccordo	55	60	55	48	60	51
Immigrati (Sicurezza)	Accordo	60	47	48	44	42	48
	Disaccordo	31	49	48	48	47	45
Immigrati (Welfare)	Accordo	47	38	39	41	37	33
	Disaccordo	45	54	51	50	52	56
Euro	Accordo	31	46	34	27	19	25
	Disaccordo	58	43	58	56	69	61
Sovranità	Accordo	40	33	40	37	36	39
	Disaccordo	50	62	50	51	53	48
Costi Politica	Accordo	7	9	6	6	4	7
	Disaccordo	88	88	92	89	94	88
Élite	Accordo	17	11	10	14	8	15
	Disaccordo	75	80	82	80	87	80
Vaccini	Accordo	11	20	21	16	16	5
	Disaccordo	86	76	74	78	79	86

Il *cleavage* transnazionale presenta interessanti oscillazioni tra le fasce di età. Innanzitutto, sul tema della sicurezza: tra i più giovani sembra essere meno diffusa la percezione di insicurezza e il 60% dei rispondenti 18-24 anni afferma di non sentirsi minacciato dalla presenza degli immigrati. C'è tuttavia un 10% di indifferenti che potrebbe

incidere sul livello di polarizzazione del tema. L'atteggiamento, comunque, rimane particolarmente divisivo in tutte le altre fasce d'età. Anche sull'accesso al welfare, il livello di accordo con la priorità di accesso ai servizi per i cittadini italiani aumenta con l'età. Le dinamiche di opinione legate all'uscita dalla moneta unica, invece, vedono i 55-64enni e gli over 65 come i più preoccupati da questa eventualità (rispettivamente con il 69% e il 61%). I 25-34enni, invece, oltre ad essere i meno spaventati e i più polarizzati da questa opzione, sono anche i più favorevoli ad una ripresa di sovranità dall'UE (62%).

Il grado di 'populismo' non sembra variare significativamente tra le classi di età. Da sottolineare solo lo scostamento dalla media tra i 5 e i 7 punti percentuali per quanto riguarda gli atteggiamenti negativi verso le élite: più contenuti tra i più giovani, maggiori nei più anziani. Vale forse la pena di mettere in risalto che, rispetto alla questione vaccini, particolarmente pro-obbligo sono le giovani donne (25-34 anni), un profilo demografico molto spesso legato alla presenza di figli piccoli.

Tab.7 - Grado di accordo sui 14 items tematici per grado di istruzione

Item	Risposta	Licenza media o inferiore	Diploma di scuola superiore	Laurea
Pensioni	Accordo	18	17	27
	Disaccordo	76	77	71
Jobs Act	Accordo	30	29	32
	Disaccordo	46	59	58
Università	Accordo	70	65	51
	Disaccordo	24	31	43
Fisco	Accordo	60	61	51
	Disaccordo	29	33	43
Matrimoni Omosessuali	Accordo	69	69	71
	Disaccordo	23	25	23
Religione	Accordo	25	20	14
	Disaccordo	69	75	85
Legittima Difesa	Accordo	54	55	41
	Disaccordo	39	39	57
Immigrati (Sicurezza)	Accordo	46	42	38
	Disaccordo	47	53	56
Immigrati (Welfare)	Accordo	52	49	43
	Disaccordo	37	42	48
Euro	Accordo	58	57	67
	Disaccordo	26	32	25
Sovranità	Accordo	50	51	40
	Disaccordo	37	39	55
Costi Politica	Accordo	89	90	84
	Disaccordo	5	7	14
Élite	Accordo	81	84	77
	Disaccordo	13	11	16
Vaccini	Accordo	81	78	84
	Disaccordo	12	15	14

La tabella 7 riporta i dati per titolo di studio. Il primo aspetto da sottolineare riguarda un tema economico rilevante: l'atteggiamento critico nei confronti del Jobs Act è infatti generalizzato. Largamente condivisa, a prescindere dal livello di istruzione è la critica all'estensione dell'età pensionabile, anche se la quota di disaccordo è leggermente più bassa tra i laureati. La stessa dinamica emerge nei livelli di accordo rispetto alla proposta di gratuità dell'università, più bassi tra coloro che i costi per l'ottenimento del titolo terziario li hanno già sostenuti. La proposta di semplificazione fiscale attraverso un'aliquota unica presenta un tiepido accordo (tema quindi divisivo), che però si attenua con il crescere del titolo di studio

Per quanto riguarda i diritti civili, possiamo notare come, al progredire del titolo di studio, aumenti il supporto alla parità tra coppie eterosessuali e omosessuali, l'opposizione all'uso di armi da fuoco per la legittima difesa e, infine, la laicità dei rispondenti. È tuttavia da notare come, anche disaggregando per titolo di studio, tanto sul tema della religione quanto su quello delle coppie omosessuali non si registrino cambiamenti di maggioranza: restano infatti temi imperativi. Invece, per quanto riguarda la legittima difesa, siamo di fronte ad un tema chiaramente posizionale, dove l'opinione dei rispondenti pare essere fortemente influenzata dal livello di istruzione, con i laureati che, diversamente dal resto del campione, risultano a (larga) maggioranza contrari.

Tab.8 - Grado di accordo sui 14 items tematici per condizione socio-occupazionale

Item	Risposta	Aut./ imp.	Dip. pubblici	Dip. privati	Disoc.	Cas.	Stud.	Pens.
Pensioni	Accordo	24	22	16	14	13	15	24
	Disaccordo	72	76	80	82	80	78	68
Jobs Act	Accordo	35	33	27	30	28	39	28
	Disaccordo	56	57	61	52	49	46	45
Università	Accordo	55	60	68	72	76	65	63
	Disaccordo	39	34	28	24	19	28	29
Fisco	Accordo	61	56	59	57	67	54	58
	Disaccordo	34	36	35	32	25	27	33
Matrimoni Omosess.	Accordo	73	72	72	72	73	75	61
	Disaccordo	23	20	23	24	22	18	29
Religione	Accordo	21	17	17	21	30	10	29
	Disaccordo	77	80	80	71	63	87	64
Legit. Difesa	Accordo	49	49	52	60	52	57	51
	Disaccordo	47	48	45	32	40	37	41
Immigrati (Sicurezza)	Accordo	39	41	45	56	54	23	43
	Disaccordo	57	55	50	41	37	70	48
Immigrati (Welfare)	Accordo	43	48	46	56	60	39	53
	Disaccordo	49	44	45	35	32	45	36
Euro	Accordo	63	59	55	52	57	62	63
	Disaccordo	30	32	32	28	30	29	21
Sovranità	Accordo	50	47	53	53	58	42	44
	Disaccordo	44	46	42	32	29	48	41
Costi Politica	Accordo	87	90	89	92	88	85	89
	Disaccordo	10	7	9	4	4	6	8
Élite	Accordo	77	85	85	78	86	68	81
	Disaccordo	19	10	8	15	9	22	12
Vaccini	Accordo	82	82	75	74	82	88	82
	Disaccordo	13	16	20	17	13	9	9

Per quanto riguarda l'insicurezza generata dall'immigrazione, con il progredire dei titoli di studio i rispondenti si dichiarano meno minacciati. Il tema si conferma comunque come profondamente divisivo tanto tra gli intervistati con titoli di studio più bassi (il 46% i "sicuri" e altrettanti gli "insicuri") quanto tra i laureati (56,1% a 37,8%). Simile la distribuzione sull'item che tematizza la dimensione economica della migrazione: se tra i non diplomati il 51,7% (contro il 37%) è favorevole ad accordare priorità ai cittadini italiani nell'accesso al welfare, tra i laureati la quota scende al 42,9% (contro 48,4%). Al contrario, i temi del rapporto con l'Unione Europea e quello delle conseguenze di un'eventuale uscita dall'euro trovano tra i laureati un atteggiamento più filo-europeista, in linea con la letteratura sull'euroscetticismo, che segnala il rilevante effetto del grado di istruzione rispetto al sostegno dato al processo di integrazione europea (Hakhverdian *et al.* 2013). Infine, non notiamo particolare variazione in base all'istruzione circa gli atteggiamenti nei confronti delle élite, né sui tagli ai privilegi della politica. Lo stesso vale per la questione dei vaccini, che, ancora una volta, si conferma un tema non divisivo nell'elettorato.

L'ultima analisi che presentiamo fotografa la distribuzione degli atteggiamenti all'interno delle varie categorie socio-occupazionali. In tabella 8 si possono osservare i risultati relativi alle diverse classi occupazionali, mentre un'attenzione analitica particolare è stata dedicata al lavoro dipendente, pubblico e privato, i cui esiti sono riportati in tabella 9.

Partiamo dai temi del lavoro e del welfare. Seppur sotto la soglia di condivisione del 65%, la valutazione del Jobs Act si conferma in genere negativa. Picchi di indifferenza all'item si registrano tra pensionati (27%), casalinghe (23,4%) e disoccupati (18,3%). Pensionati e studenti sono i meno critici rispetto al provvedimento, dato che pare indicare come i profili non coinvolti nelle dinamiche del mercato del lavoro siano meno sensibili e leggermente più favorevoli all'operato di Renzi. Diversamente, molto negativa è la posizione dei lavoratori dipendenti del settore privato, con il 61,3% di rispondenti che si dichiara in disaccordo rispetto alla frase "Il Jobs Act è stato una riforma positiva per l'economia e il mercato del lavoro". Curiosamente, tra i dipendenti, i picchi di disaccordo si trovano ai due poli della gerarchia: da una parte i dirigenti e dall'altra gli operai qualificati. In particolare, per quanto riguarda le posizioni dirigenziali, la numerosità limitata spinge a cautela, ma il dato parrebbe indicare che il provvedimento voluto da Renzi non abbia convinto né i fautori della flessibilizzazione del lavoro, né i difensori della tutela dell'occupazione. Simile la risposta delle categorie socio-occupazionali sul tema delle pensioni, verso il quale rimane largamente condiviso il disaccordo (tra i dipendenti i più contrari sono gli operai non qualificati con l'84,4%). Un buon grado di condivisione esiste anche rispetto alla proposta di gratuità dell'istruzione universitaria e solamente tra i lavoratori autonomi il livello di accordo scende al di sotto del 60%. Se guardiamo ai soli dipendenti, gli occupati più qualificati sono meno d'accordo. Con la dovuta cautela data la limitata numerosità del campione, si può avanzare un'ipotesi di spiegazione: il timore della competizione su competenze specifiche e

acquisite attraverso l'istruzione universitaria potrebbe, a questo riguardo, rappresentare la causa dei diversi gradi di accordo su questa proposta. Rispetto alla semplificazione fiscale, le categorie più favorevoli sono le casalinghe e i lavoratori autonomi. Questi ultimi, tuttavia, presentano anche la più alta percentuale di contrarietà, segno di una polarizzazione degli atteggiamenti tra piccoli e medi-grandi imprenditori. Non emergono particolari differenze sulla dimensione dei diritti e delle libertà civili: l'accordo sul tema delle coppie omosessuali e sulla moralità laica è generale, mentre il rafforzamento del diritto di legittima difesa rimane divisivo per tutte le categorie socio-occupazionali.

Tab.9 - Grado di accordo sui 14 items tematici per professione (solo lavoro dipendente)

Item	Risposta	Dirig.	Quadri	Insegn.	Imp. di conc.	Imp. eseg.	Operai qualif.	Operai com.
Pensioni	Accordo	20	22	23	17	20	20	12
	Disaccordo	71	78	73	80	79	78	84
Jobs Act	Accordo	24	24	30	31	23	27	36
	Disaccordo	61	65	50	60	67	64	50
Università	Accordo	55	60	68	72	76	65	63
	Disaccordo	39	34	28	24	19	28	29
Fisco	Accordo	53	60	55	68	55	70	80
	Disaccordo	46	33	36	28	42	25	17
Matrimoni Omosess.	Accordo	78	70	75	74	71	70	67
	Disaccordo	18	23	13	20	26	22	28
Religione	Accordo	7	31	9	10	15	22	31
	Disaccordo	93	63	89	88	80	72	68
Legit. Difesa	Accordo	71	62	34	44	57	60	53
	Disaccordo	28	38	62	52	40	38	44
Immigrati (Sicurezza)	Accordo	55	60	36	32	49	48	58
	Disaccordo	42	35	60	63	48	47	39
Immigrati (Welfare)	Accordo	57	57	36	42	39	54	54
	Disaccordo	31	31	55	49	53	38	39
Euro	Accordo	57	55	67	61	50	56	48
	Disaccordo	29	41	27	25	41	34	37
Sovranità	Accordo	44	46	46	42	54	59	63
	Disaccordo	51	46	45	52	40	36	33
Costi Politica	Accordo	88	87	93	86	86	96	91
	Disaccordo	10	6	6	10	14	3	6
Élite	Accordo	93	75	87	88	79	93	76
	Disaccordo	2	15	7	6	13	5	18
Vaccini	Accordo	91	84	79	74	75	77	78
	Disaccordo	6	11	16	21	22	18	19

Importanti divergenze emergono invece dall'analisi della dimensione transnazionale, in particolare per quanto concerne l'immigrazione. I dati indicano un più alto livello di insicurezza percepita tra disoccupati (56,2%) e casalinghe (53,5%), mentre il 70% degli studenti si dichiara non minacciato dalla presenza dei migranti. Più in disaccordo che in

accordo anche i lavoratori autonomi e i dipendenti pubblici. Tra i lavoratori del settore privato, il livello di insicurezza cresce nelle occupazioni meno remunerative\qualificate. Per quanto riguarda la priorità nazionale nell'accesso ai servizi di welfare, il campione appare diviso anche disaggregando per categoria socio-occupazionale, con una maggioranza di rispondenti che si dichiara d'accordo. Nuovamente, i picchi di accordo si trovano tra disoccupati e casalinghe, mentre tra i meno favorevoli troviamo gli studenti e gli imprenditori, categorie i cui rispondenti si dichiarano a maggioranza contrari. Particolarmente interessante il dato dei dipendenti privati, che appare la media tra atteggiamenti molto diversi. In effetti, tanto gli insegnanti quanto gli impiegati esecutivi sono in maggioranza contrari a privilegiare gli italiani nell'erogazione dei servizi di welfare (rispettivamente al 55% ed al 52.5%). Tra i dirigenti, il livello di indifferenza è più alto, mentre scende nelle altre categorie. Potrebbe essere, questo, un segnale del diverso rapporto con la fruizione dei servizi: si può ipotizzare che ad alti livelli della gerarchia occupazionale sia più facile rivolgersi al mercato privato. Anche per quanto riguarda l'Unione Europea si notano importanti differenze tra le categorie sociali. Da un lato, casalinghe (57.7%) e disoccupati (53,2%) sono i più favorevoli ad un trasferimento sovranità dall'UE verso i singoli stati. Al lato opposto invece si trovano gli studenti, con il 48,8% che si dichiara contrario. Tra i dipendenti si possono individuare due poli opposti: da un lato troviamo gli impiegati di concetto e i dirigenti, in maggioranza restii a sposare le posizioni sovraniste, mentre gli operai (qualificati e non) si dichiarano in larga maggioranza favorevoli. Diverso invece il discorso circa la permanenza nella moneta unica. Secondo l'indagine, infatti, il timore delle conseguenze di un'eventuale abbandono dell'Euro rimane alto a prescindere dalla categoria occupazionale, con una tendenziale leggera attenuazione scendendo lungo la gerarchia occupazionale, in particolare tra gli operai non qualificati. Infine, la dimensione del populismo non sembra variare in maniera significativa tra le categorie socio-occupazionali: il sentimento contro l'establishment politico e finanziario è condiviso e fortemente negativo; mentre l'obbligo vaccinale non provoca divisioni né particolare contrarietà.

4. Lo spazio politico nell'Italia del 2018: una prima analisi

Per concludere, abbiamo scelto di presentare i risultati (preliminari) di un'analisi in corso sulle dimensioni dello spazio politico italiano. Come descritto nelle sezioni 1 e 2, la letteratura presenta una crescente propensione ad una rappresentazione multidimensionale della competizione politica. Nonostante la letteratura attuale (Oesch e Rennwald, 2017; Beramendi *et al.*, 2015; Bornschier, 2010) sembri indicare in due il numero corretto di dimensioni, il dibattito sul loro contenuto appare ancora aperto. Per questo motivo, a questo stadio dell'analisi, abbiamo optato per considerarne un numero maggiore, identificando quattro dimensioni del conflitto politico: destra/sinistra economica, transnazionalismo/nazionalismo, libertarismo/tradizionalismo e establishment/anti-

establishment. A partire da questa divisione, l'obiettivo di questa parte del capitolo è duplice: (i) testare l'ortogonalità di queste dimensioni e (ii) identificare la posizione delle diverse categorie sociali sugli assi.

La logica del primo obiettivo è quella di identificare quanto le dimensioni dedotte dalla letteratura misurino effettivamente linee di conflitto separate. Detto altrimenti, è possibile che certe dimensioni conflittuali che teoricamente possono essere indipendenti, siano in realtà strettamente legate: è questa la tesi di Hooghe e Marks (2018) sul cosiddetto *cleavage* transnazionale, che rinchioderebbe in sé *anche* i temi dei diritti civili. La tabella 10 riporta la matrice di correlazione tra i diversi assi. Come si può osservare, almeno per quanto riguarda il contesto italiano, vi è una relativa indipendenza tra le dimensioni in analisi. Parziale eccezione è costituita dalle dimensioni individuate da Hooghe e Marks (2018) transnazionalismo/nazionalismo e da quella libertarismo/tradizionalismo che risultano debolmente correlate tra di loro (0.27). Tuttavia, dato il valore del coefficiente di Pearson, anch'esse paiono indipendenti.

Tab.10 - Matrice di correlazione tra le dimensioni dello spazio politico nel 2018

Dimensione	Economica	Culturale	Transnazionale	Populista
Economica	1.00			
Culturale	0.07	1.00		
Transnazionale	0.03	-0.28	1.00	
Populista	0.15	-0.06	0.15	1.00

L'analisi della posizione delle diverse categorie sociali sulle quattro dimensioni, riportata nelle figure 1 e 2, ripercorre quanto emerso nel paragrafo precedente. In primo luogo, sull'asse delle proposte economiche la linea di frattura principale appare quella tra il blocco di lavoratori autonomi e imprenditori da un lato e quello dei dipendenti del privato (insieme ai disoccupati) dall'altro. L'ampiezza della differenza lungo questa dimensione tra le categorie socio-professionali è tuttavia molto contenuta, limitandosi a poco più di 0.2 punti su una scala dove, potenzialmente, la differenza può arrivare sino a 4 punti. Ancora più ristretto lo spazio se si guarda al titolo di studio, dove i diversi aggregati appaiono sovrapporsi. Il titolo di studio sembra invece impattare in maniera rilevante sul secondo asse, che riassume le posizioni sui diritti civili: all'aumentare del livello di istruzione parrebbe aumentare anche la propensione all'apertura su questo tema. Guardando alle categorie socio-professionali, invece, quello che la nostra analisi sembra rilevare è più un "effetto età", con le categorie più "anziane", casalinghe e pensionati, a costituire il polo "tradizionalista" e con gli studenti (oltre ai dipendenti pubblici, per via degli insegnanti) all'estremo opposto. Sempre il titolo di studio pare giocare un ruolo importante sull'asse "transnazionale", con però una chiara cesura rappresentata dagli studi universitari: i laureati appaiono infatti decisamente separati dalle altre categorie e sono il gruppo sociale con gli atteggiamenti più aperti e cosmopoliti sulle questioni dell'Europa e dell'immigrazione. Tornando alle categorie socio-occupazionali, non

stupisce di vedere gli imprenditori come maggiormente aperti all'integrazione europea e all'arrivo dei migranti rispetto al lavoro dipendente ed ai disoccupati, se consideriamo che queste due categorie possano entrare in concorrenza con la manodopera straniera tanto nel mercato del lavoro quanto nell'accesso ai servizi di welfare. Di più difficile interpretazione il posizionamento dei pensionati e degli studenti, probabilmente dovuto al fatto che, almeno per queste categorie, l'apertura/chiusura sul tema dei migranti e la posizione favorevole/contraria all'UE non vanno di pari passo. Infine, l'ultima dimensione riguardante il "populismo". Anche in questo caso, gli intervistati che dichiarano di aver conseguito una laurea rappresentano uno dei poli, in questo caso quello maggiormente "pro-establishment", mentre non emergono differenze degne di nota tra chi ha concluso le scuole superiori e chi invece dichiara di essersi limitato (al massimo) alla scuola media. Per quanto riguarda invece la condizione socio-occupazionale, nel polo meno "populista" troviamo gli studenti e, benché in minor misura, autonomi e imprenditori. Al loro opposto, i dipendenti del settore privato e le casalinghe. In maniera non sorprendente, sembra quindi che, nel contesto italiano, la frattura intorno alla fiducia nell'establishment insista su una chiara dinamica di classe e forse di età, dato il posizionamento degli studenti. Tuttavia, prima di sostenere questa interpretazione con un robusto margine di garanzia saranno necessarie ulteriori indagini.

Fig.1 - Posizione delle categorie sociali sullo spazio politico: dimensione economica e culturale

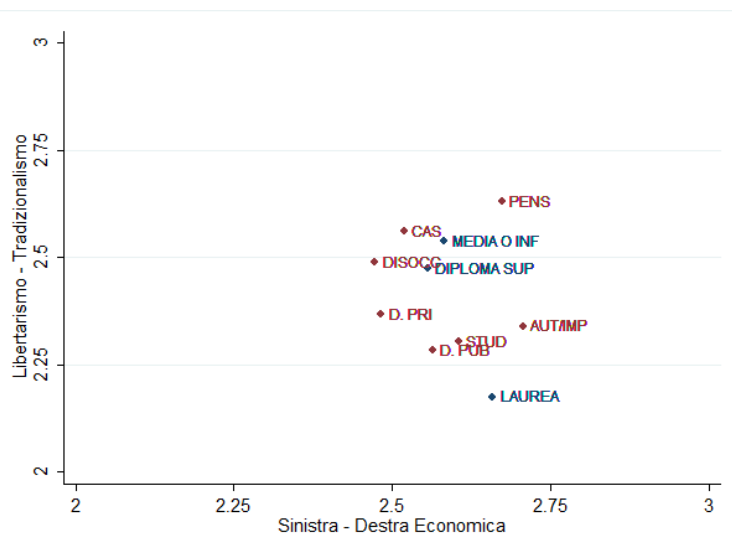
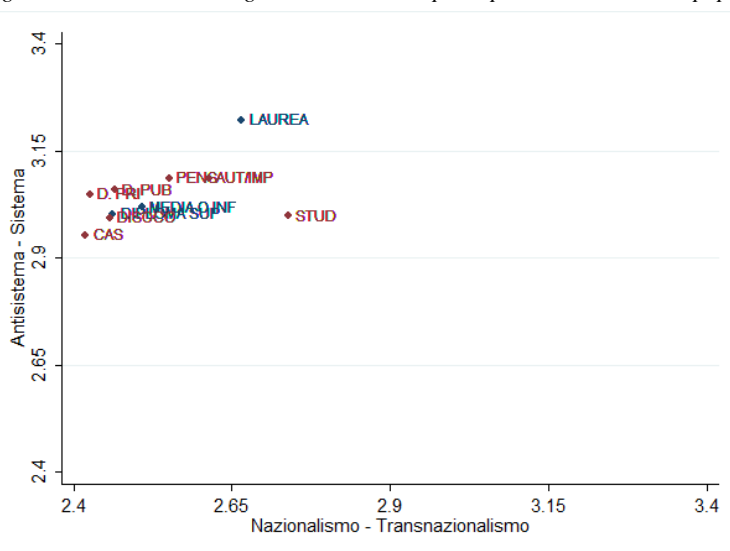


Fig.2 - Posizione delle categorie sociali sullo spazio politico: dimensione populista e transnazionale



Ad ogni modo, su tutte le dimensioni presentate la distanza tra le diverse categorie individuate disaggregando per titolo di studio o per condizione occupazionale appare limitata. Una possibile ragione è la determinante principale della posizione del singolo elettore sulle diverse dimensioni risulti dall'incrocio tra queste due variabili più che da una sola delle due, per quanto sia difficile considerare completamente indipendenti tra loro il capitale umano posseduto da un individuo e la sua posizione nel mercato del lavoro. A parte questa relativa ristrettezza dello spazio, forse in parte dovuta anche al numero limitato di opzioni sulla scala Likert, l'analisi preliminare pare presentare un'Italia simile agli altri grandi paesi europei sotto vari aspetti: l'importanza del titolo di studio per spiegare la posizione individuale sui temi culturali (Inglehart, 1997); una classe operaia che, pur rimanendo a sinistra in economia, si converte al nativismo su immigrazione ed Unione Europea (Rydgren, 2012); un'élite culturale maggiormente cosmopolita (Hakhverdian *et al.*, 2013; Hooghe e Marks, 2018).

5. Conclusioni

In questo lavoro, abbiamo cercato di analizzare il voto del 4 marzo secondo il profilo socio-demografico degli elettori, ricorrendo ad un'inchiesta campionaria condotta a ridosso delle elezioni. In particolare, ci siamo interessati a due aspetti: (i) il ritorno del voto di classe e (ii) le dimensioni dello spazio politico. L'analisi del voto per condizione occupazionale ha permesso di identificare il logoramento del PD tra le classi di tradizionale radicamento dei partiti di sinistra (fenomeno che lo accomuna a diversi partiti socialisti e socialdemocratici europei), ovvero i dipendenti pubblici e i dipendenti del settore privato. È invece proprio nel lavoro dipendente che la Lega trova un'entrata importante, cavalcando, come si è visto nelle sezioni 5 e 6, in particolare i temi del nativismo e dell'euroscetticismo, molto forti in tale componente dell'elettorato. Un processo non dissimile a quanto osservato per il *Rassemblement National* di Marine Le Pen (Gougou, 2015). Infine, il M5S appare come un

partito “centrale”, benché decisamente non “centrista”, conquistando voti in tutti le categorie occupazionali. In termini di rilevanza interpretativa, alla condizione occupazionale si aggiungono altre due variabili sociodemografiche: età e grado d’istruzione. Per quanto riguarda l’età, si può osservare come il M5S appaia una forza politica in grado di attrarre fortemente i giovani e con una presa notevole anche presso le coorti intermedie, sebbene non altrettanto incisiva tra i più anziani. È tra questi che i vecchi partiti *mainstream*, PD e FI, ottengono invece i maggiori consensi. Spostando l’attenzione sui livelli di istruzione, si registra una chiara opposizione tra un centrosinistra istruito ed un centrodestra che invece, nelle sue varie conformazioni, fatica tra i ceti più colti.

Nella seconda parte dell’analisi, ci siamo interessati alle diverse dimensioni che strutturano lo spazio politico italiano attuale, così come rilevato in prossimità delle elezioni del 4 marzo 2018, a partire da 4 *cleavage* ricavabili da una rassegna dalla letteratura contemporanea: uno riguardante i temi economici con particolare riferimento all’intervento dello stato, uno culturale che oppone un polo libertario ad uno tradizionalista, uno transnazionale che racchiude le posizioni su immigrazione ed integrazione europea ed un *cleavage* populista che identifica il grado di fiducia dell’elettorato nell’establishment. Questo approccio ha evidenziato due principali elementi di interesse. In primis è apparsa la distinzione tra temi imperativi e posizionali. In particolare, tra i temi imperativi si possono citare alcuni temi cari al M5S, quali il taglio dei costi della politica o la diffidenza nei confronti delle élite. Anche molti temi legati ai diritti civili risultano ormai non divisivi per l’elettorato, che appare quasi completamente secolarizzato. Per quanto riguarda i temi posizionali, questi emergono in particolare sulla dimensione economica e su quella transnazionale. Jobs Act, Flat Tax, migranti e Unione Europea sono tematiche su cui l’elettorato si è diviso in maniera netta. Questa lettura appare valida anche quando si passa ad analizzare i singoli temi disaggregando per età, istruzione o condizione socio-occupazionale.

Il secondo elemento da sottolineare, e meritevole di analisi più approfondite, è l’esistenza di differenze sui singoli temi in funzione della condizione socio-occupazionale ed il livello di istruzione. In particolare, il messaggio che emerge con maggior forza è la deriva “sovranista” della classe operaia italiana. Che si tratti di immigrazione o Unione Europea, gli operai (qualificati e non) inclusi nell’inchiesta sposano sempre posizioni marcatamente più nativiste della media e sono quasi sempre la categoria sociale più ostile ai valori cosmopoliti. Anche l’analisi dei temi economici, dal canto suo, evidenzia come persistano differenze “di classe”, con i lavoratori dipendenti, inclusi gli operai, che occupano la posizione tipicamente a sinistra dello spazio politico. A ciò vanno aggiunti i risultati per titolo studio, che paiono indicare una netta cesura nel passaggio dall’istruzione secondaria superiore a quella universitaria: mentre le differenze tra chi possiede un diploma di maturità e chi dispone della licenza media appaiono poco rilevanti, una maggiore adesione a valori maggiormente universalistici appare evidente tra chi ha conseguito un titolo universitario.

Bibliografia

- Arzheimer, K. (2012) Working Class Parties 2.0? Competition between Centre Left and Extreme Right Parties. In: J. Rydren, ed., *Class Politics e the Radical Right*. London: Routledge, pp.75–90.
- Beramendi, P., Häusermann, S., Kitschelt, H. e Kriesi, H. (2015) *The Politics of Advanced Capitalism*. Cambridge University Press.
- Bornschieer, S. (2010) *Cleavage Politics and the Populist Right. The New Cultural Conflict in Western Europe*. Philadelphia: Temple University Press.
- De Sio, L. (2018) Il ritorno del voto di classe, ma al contrario (ovvero: se il PD è il partito delle élite). *CISE*. Disponibile on-line: <<https://cise.luiss.it/cise/2018/03/06/il-ritorno-del-voto-di-classe-ma-al-contrario-ovvero-se-il-pd-e-il-partito-delle-elite/>>.
- Déloye, Y. e Mayer, N. (2017) *Analyses électorales*. Éditions Bruylant.
- Diamanti, I., 2016. Mappe - Comunali 2016, schemi saltati e confronti incerti: ecco il tripolarismo imperfetto. *La Repubblica*. [online] 7 Jun. Disponibile on-line: <<http://www.demos.it/a01275.php>>.
- Emanuele, V. e Paparo, A. (2018) Mappare l'opinione pubblica in Europa con uno sguardo all'Italia. In: *Dall'Europa alla Sicilia. Elezioni e opinione pubblica nel 2017*. [online] Roma: CISE. Disponibile on-line: <https://cise.luiss.it/cise/wp-content/uploads/2017/12/DCISE10IT_0-1.pdf>.
- Evans, G. e Tilley, J. (2017) *The new politics of class: the political exclusion of the British working class*. Oxford University Press.
- Flanagan, S.C. e Dalton, R.J. (1984) Parties under stress: Realignment and dealignment in advanced industrial societies. *West European Politics*, 7(1), pp.7–23.
- Gougou, F. (2015) Chapitre 14/Les ouvriers et le vote Front National. Les logiques d'un réaligement électoral. In: *Les faux-semblants du Front national*. Presses de Sciences Po (PFNSP), pp.323–344.
- Hakhverdian, A., van Elsas, E., van der Brug, W. e Kuhn, T. (2013) Euroscepticism and education: A longitudinal study of 12 EU member states, 1973–2010. *European Union Politics*, 14(4), pp.522–541.
- Heath, O. e Bellucci, P. (2013) Class and Religious Voting in Italy. *Political choice matters: Explaining the strength of class e religious cleavages in cross-national perspective*, p.309.
- Hooghe, L. e Marks, G. (2018) Cleavage theory meets Europe's crises: Lipset, Rokkan, and the transnational cleavage. *Journal of European Public Policy*, 25(1), pp.109–135.
- Ignazi, P. (1992) The silent counter-revolution. *European Journal of Political Research*, 22(1), pp.3–34.
- Inglehart, R. (1997) *Modernization e Postmodernization: Cultural, Economic, e Political Change in 43 Societies*. Princeton University Press.

- INPS (2018) *Osservatorio sul Precariato - Report mensile Gennaio - Dicembre 2018*. [online] Istituto Nazionale Previdenza Sociale. Disponibile on-line: <<http://bit.ly/2HkorCd>>.
- ITANES, 2013. *Voto amaro. Disincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*. [online] il Mulino. Disponibile on-line: <<https://www.ibs.it/voto-amaro-disincanto-crisi-economica-libro-vari/e/9788815247124>>.
- Kitschelt, H. (1995) *The Radical Right in Western Europe: A Comparative Analysis*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lipset, S.M. e Rokkan, S. (1967) *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*. Free press.
- Lucassen, G. e Lubbers, M. (2012) Who fears what? Explaining far-right-wing preference in Europe by distinguishing perceived cultural and economic ethnic threats. *Comparative Political Studies*, 45(5), pp.547–574.
- Oesch, D. e Rennwald, L. (2017) Electoral competition in Europe's new tripolar political space: class voting for the left, centre-right and radical right.
- Oesch, D. e Rennwald, L. (2018) Electoral competition in Europe's new tripolar political space: Class voting for the left, centre-right and radical right. *European Journal of Political Research*. on-line: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1475-6765.12259>>.
- Ostiguy, P. (2009) *The high and the low in politics: a two-dimensional political space for comparative analysis e electoral studies*. Kellogg Institute for International Studies, p.69.
- Rydgren, J. ed., 2012. *Class Politics and the Radical Right*. London: Routledge.
- Rydgren, J. e Ruth, P. (2011) Voting for the Radical Right in Swedish Municipalities: Social Marginality and Ethnic Competition? *Scandinavian Political Studies*, 34(3), pp.202–225.
- Sabbadini, L.L. (2006) Partecipazione politica e astensionismo secondo un approccio di genere. *Roma*, 28, pp.02–06.
- Scheve, K. e Slaughter, M. (2002) *Economic Insecurity and the Globalization of Production*. [Working Paper] National Bureau of Economic Research. Disponibile on-line: <<http://www.nber.org/papers/w9339>>.
- Scheve, K.F. e Slaughter, M.J. (2001) What determines individual trade-policy preferences? *Journal of International Economics*, 54(2), pp.267–292.
- Stavrakakis, Y., Katsambekis, G., Kioupiolis, A., Nikisianis, N. e Siomos, T. (2018) Populism, anti-populism and crisis. *Contemporary Political Theory*, 17(1), pp.4–27.
- Valbruzzi, M. (2018) *Le chiamavano regioni rosse*. [online] Istituto Cattaneo. Disponibile on-line: <<http://bit.ly/2FGLzOs>>.

Una nuova cartina per l'Italia: la débâcle del centro-sinistra e l'ascesa populista del Movimento 5 Stelle e della Lega

Giuseppe Maria De Rosa*

1. Introduzione

Osservare i risultati elettorali attraverso la distribuzione geografica dei voti permette di individuare, in maniera immediata e intuitiva, come si modifichino nel tempo le preferenze dei cittadini. In particolare, in relazione alle elezioni politiche del 2018, bisogna rilevare come, su tutto il territorio nazionale, al drastico calo nei consensi per il centro-sinistra, abbia fatto da contraltare un incremento di voti a favore tanto del Movimento 5 Stelle – al Sud – quanto della Lega – al Centro-Nord.

Ma per meglio definire come gli ex elettori di centro-sinistra abbiano deciso di riorientare il proprio voto, ritengo sia innanzitutto utile partire da quelle che sono state le analisi del voto pubblicate all'indomani delle elezioni, focalizzando l'attenzione sulle caratteristiche socioeconomiche a cui probabilmente appartiene l'elettorato transfuga del centro-sinistra.

Successivamente, una volta individuate le peculiarità che hanno connaturato quell'elettorato che ha deciso di non rinnovare la propria fiducia alla coalizione di centro-sinistra, l'attenzione si sposterà sui dieci comuni più popolosi d'Italia – stando all'ultima rilevazione ISTAT – suddivisi in uno o più collegi elettorali, al fine di studiare l'articolazione del voto tenendo conto del *cleavage* centro-periferia, particolarmente utile per identificare l'allocatione del voto all'interno di un medesimo territorio comunale.

Infine, per determinare in che termini il risultato delle elezioni politiche del 2018 abbia consegnato una nuova cartina dell'Italia, si confronterà il risultato delle ultime consultazioni politiche, nei dieci comuni più popolosi, con quanto emerso nelle medesime città alle elezioni politiche del 2013, evidenziando se e in quale misura gli orientamenti dei cittadini italiani abbiano subito trasformazioni nell'arco di una legislatura.

2. Movimento 5 Stelle e Lega: il “nuovo voto” di sinistra

Il risultato elettorale del 4 marzo 2018 ha ridisegnato in maniera sostanziale il quadro politico italiano perdurante sin dal secondo dopoguerra. Il nuovo tripolarismo scaturito dalle urne si è caratterizzato per almeno due elementi di novità: da un lato, l'arretramento della coalizione di centro-sinistra, dall'altro la netta avanzata del Movimento 5 Stelle e della coalizione di centro-destra – a guida Lega – capaci di conquistare anche le regioni storicamente appartenenti alla sinistra.

* Dottore magistrale in Politica Internazionale e Diplomazia presso l'Università degli Studi di Padova.
Indirizzo email: giuseppe.m.derosa@gmail.com

Si tratta di un'elezione in cui se il Movimento 5 Stelle ha prevalso in maniera inequivocabile in tutte le regioni del Meridione oltre alle Marche, l'Abruzzo e il Molise, allargando quella fetta di consensi già cospicua che aveva ottenuto nel 2013, quando si era imposto come terzo polo nella contesa elettorale; la coalizione di centro-destra a guida Lega è riuscita non solo a confermare la propria base elettorale nel Nord Italia, riprendendosi il Piemonte – alle precedenti elezioni andato al centro-sinistra – e la Liguria – vinta nel 2013 dal Movimento 5 Stelle – ma ha dilagato soprattutto nel Centro, riottenendo il Lazio e dominando in quelle regioni – Umbria ed Emilia-Romagna – che per oltre mezzo secolo erano state dominio incontrastato della sinistra. Un dato quest'ultimo particolarmente rilevante se si considera che proprio l'Umbria e l'Emilia-Romagna hanno fatto registrare le più alte percentuali di affluenza alle urne, rispettivamente 78,2% e 78,3% dietro solo al Veneto arrivato al 78,7%.¹ In tale ripartizione delle “zone d'influenza” la coalizione del centro-sinistra è riuscita solamente a riconfermarsi – peraltro non senza difficoltà – in Toscana e nel Trentino, in quest'ultimo caso grazie al predominio del partito provinciale *Südtiroler Volkspartei* insieme al Partito Autonomista Trentino Tirolese (PATT).

Considerato il tasso di partecipazione elettorale del 73%, quasi immutato rispetto al 2013 quando – nell'arco di due giorni – fu del 75%, come si può commentare la ridisegnata geografia elettorale italiana? Bisogna a tal fine distinguere tra il successo del Movimento 5 Stelle e quello della Lega – all'interno della compagine di centro-destra. Nel caso del partito pentastellato, non vi è dubbio che l'incremento di voti sia da ascrivere soprattutto al crollo della coalizione di centro-sinistra – e in particolare del Partito Democratico – nelle regioni del Sud Italia. Osservando le cartine che seguono si può notare come gli incrementi maggiori del Movimento 5 Stelle si registrino proprio in quelle regioni meridionali ove il Partito Democratico ha perso mediamente tra il 5% e il 15%.

Fig.1 - Variazione % voti
Movimento 5 Stelle 2013 - 2018

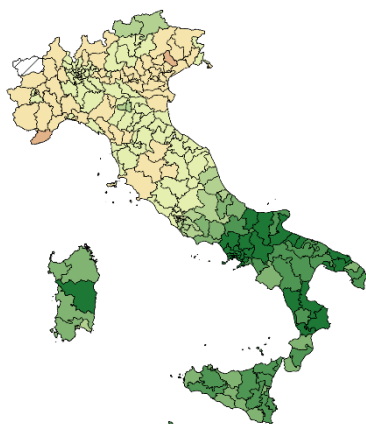
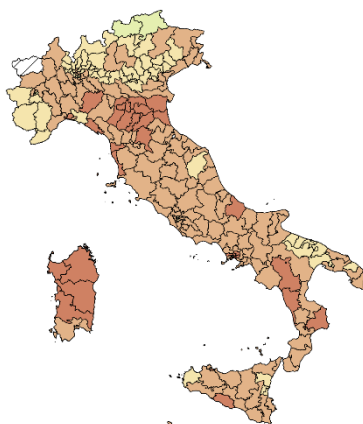


Fig.2 - Variazione % voti
Partito Democratico 2013 - 2018



Fonte: YouTrend

¹ Ministero dell'Interno: <http://elezioni.interno.gov.it/> (data ultima consultazione 09 marzo 2018).

Difatti, il principale partito della sinistra italiana ha visto ridursi il proprio bacino elettorale di circa 3 milioni di elettori rispetto alla passata tornata elettorale. E se una parte degli elettori si è probabilmente rifugiata nella formazione di Liberi e Uguali (composta da alcuni fuoriusciti dal Partito Democratico, oltre ai partiti Sinistra Italiana e Possibile), la fetta più consistente di elettori ha preferito o ricollocarsi su posizioni maggiormente populiste, confluendo nel Movimento 5 Stelle, o astenersi. Dall'analisi dei flussi elettorali è emerso come il 14% dei votanti di centro-sinistra del 2013 sia andata a ingrossare le fila del Movimento 5 Stelle, mentre il 22% abbia deciso di rinunciare al voto: in pratica, oltre un terzo degli elettori del Partito Democratico ha preferito non riconfermare il proprio voto. Tuttavia, il miglioramento della performance elettorale del Movimento 5 Stelle ha beneficiato anche di un altro elemento: i nuovi elettori. Ancora una volta l'analisi sui flussi di voto dimostra come il partito pentastellato sia stato il soggetto politico capace di riscuotere il grado di appeal più elevato verso quella fascia di elettori che per la prima volta si sono recati alle urne. Pur essendovi stata un'alta astensione nella fascia d'età 18-22 – attorno al 35% – il 26% del totale dei “primo voto” ha tuttavia espresso un consenso a favore del Movimento 5 Stelle.²

Ma se l'ulteriore ascesa di un partito pigliatutto come il Movimento 5 Stelle è dipesa in buona parte dall'arretramento del principale soggetto politico della sinistra italiana, ovvero il Partito Democratico, qual è nel dettaglio la natura dell'elettorato transfuga? Per determinare ciò bisogna partire dai dati delle elezioni politiche del 2013 in cui il Partito Democratico otteneva il 37% dei consensi tra i pensionati, quasi il 27% presso i dipendenti pubblici, gli operai e le casalinghe erano entrambi sotto il 20% e appena il 12,6% risultava imprenditore³. Alle politiche del 2018, stando ai dati IPSOS, l'elettorato del Partito Democratico è composto: per il 27,6% da pensionati, il 22,5% imprenditori, gli impiegati e gli insegnanti – riconducibili ai dipendenti pubblici – si attestavano di poco sotto il 19%, le casalinghe superavano di poco il 15%, e infine gli operai di poco sopra l'11%. Confrontando le percentuali emerge una modifica sostanziale nella base elettorale del Partito Democratico: nell'arco di un quinquennio il principale partito di centro-sinistra ha visto eroso il proprio consenso presso tutti i principali ceti sociali a eccezione delle classi imprenditoriali. Le differenze in termini percentuali vedono una contrazione dei voti che va dal -3,7% fatto registrare dalle casalinghe al picco di oltre -9% fatto registrare dai pensionati. Al contrario l'appeal presso i ceti dirigenti e imprenditoriali è aumentato di quasi il 10%. Anche il dato in base ai titoli di studi conferma il trend con quasi il 22% di consensi tra i laureati. Quello che doveva essere l'erede del Partito Democratico della Sinistra e ancor prima del Partito Comunista Italiano è finito per diventare una realtà apprezzata soprattutto dagli strati sociali più elevati e istruiti. Né ha convinto molto i giovani o quelli che si recavano per la prima volta

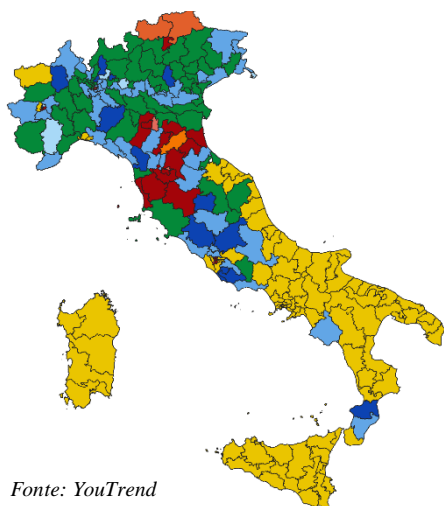
² Formigoni L., Forni M. (a cura di), *Elezioni Politiche 2018 – L'Analisi del Voto*, Ipsos, https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-03/elezioni_politiche_2018_-_analisi_post-voto_ipsos-twig.pdf (data ultima consultazione 09 marzo 2018).

³ Pregliasco L., Renzi può rottamare un PD fatto di pensionati? YouTrend, <http://www.youtrend.it/2013/09/19/pd-pensionati-renzi/> (data ultima consultazione 09 marzo 2018).

a votare, quest'ultimi solo all'11% hanno optato per il Partito Democratico, segno che l'operazione di rottamazione voluta dal segretario Matteo Renzi ha sortito poco se non alcun effetto. L'unico vero cambiamento sostanziale è stato quello di imborghesire l'elettorato, aumentarne il carattere "metropolitano" – rispetto a quanto avvenuto nel 2013⁴ – spostando il partito su posizioni maggiormente centriste, come sottolineato anche dal maggior flusso di nuovi voti in entrata, costituito dal 28% di ex elettori della coalizione di Scelta Civica guidata da Mario Monti.⁵

L'elettorato così deluso dalle scelte del Partito Democratico ha preferito rivolgersi ad altre realtà che potessero meglio rappresentarlo, in particolare, il ceto medio si è rivolto al Movimento 5 Stelle: le percentuali ottenute presso gli operai (37%) e i dipendenti pubblici (36%) – quest'ultima in netto aumento rispetto al 2013 quando si attestò di poco sotto al 29%⁶ – sono la dimostrazione di tale fenomeno. Da questo punto di vista, il partito pentastellato è divenuto il nuovo soggetto politico capace di incarnare le visioni della classe operaia e piccolo borghese. Ma vi è un secondo vincitore alle urne che – a mio parere – ha ugualmente beneficiato del crollo del Partito Democratico, ovvero la Lega. Seppur per altre motivazioni – come vedremo a breve – il soggetto politico guidato da Matteo Salvini è riuscito a diventare primo partito all'interno della coalizione di centro-destra segnando uno storico sorpasso su Forza Italia. In particolare, il dato che emerge osservando la cartina elettorale che segue riguarda la capacità di penetrazione all'interno di quelle regioni storicamente in mano al Partito Democratico (e prima ancora al Partito Democratico della Sinistra e al Partito Comunista Italiano) dell'Italia centrale.

Fig.3 - Primo partito per collegio uninominale Camera dei Deputati



Fonte: YouTrend

⁴ Maraffi M., Pedrazzani A., Pinto L., *Le basi sociali del voto*, in *Voto amaro. Disincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*, di ITANES, Bologna, il Mulino, 2013, pp. 57-70, a p. 59.

⁵ Formigoni L., Forni M. (a cura di), *Elezioni Politiche 2018 – L'Analisi del Voto*, Ipsos, https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-03/elezioni_politiche_2018_-_analisi_post-voto_ipsos-twig.pdf (data ultima consultazione 11 marzo 2018).

⁶ Bordinon F., Ceccarini L., "Tsunami" a 5 stelle, in *Un salto nel voto. Ritratto politico dell'Italia di oggi*, di Diamanti I., Roma-Bari, Editori Laterza, 2013, pp. 60-71, a p. 67.

Modificando il nome del partito e adoperando una comunicazione che non fosse più solamente arroccata nelle tematiche care alla base elettorale lombardo-veneta, Matteo Salvini è riuscito a rendere il proprio soggetto politico un partito di livello nazionale. La sua operazione di marketing politico-elettorale gli ha permesso così di portare la Lega a un risultato mai ottenuto prima, risollevandola dal calo di consensi risalente alle politiche del 2008 quando si era conclusa la terza ondata di espansione elettorale.⁷ In tal modo, la Lega è riuscita a superare ampiamente i propri confini geografici, riscuotendo consensi anche nelle aree un tempo ad appannaggio esclusivo delle forze di centro-sinistra. E nonostante la Toscana sia rimasta l'unica regione in cui il Partito Democratico ha conservato il primato elettorale, mentre le Marche hanno visto il riaffermarsi del Movimento 5 Stelle, i risultati ottenuti in tali regioni dal partito guidato da Salvini risultano sorprendenti: lì dove cinque anni fa l'allora Lega Nord non superava l'1% su base regionale – a eccezione del 2,68% fatto registrare in Emilia-Romagna – adesso ottiene consensi che oscillano tra il 17% e il 20%, rovesciando in maniera sostanziale l'orientamento politico di quei territori un tempo definiti *regioni rosse*.⁸

Capace di far breccia nell'elettorato operaio e piccolo borghese, composto da artigiani e commercianti, la Lega è riuscita a ottenere quasi il 24% in entrambi i segmenti lavorativi, così come il 20% tra le casalinghe – quest'ultime storiche elettrici di Forza Italia. Un dato – quello riguardante la percentuale di operai che hanno preferito votare Lega – che senza dubbio risulta sorprendente se confrontato con la percentuale fatta registrare dal Partito Democratico – solo l'11%⁹ – a dimostrazione di come la storica base elettorale dell'erede del Partito Comunista Italiano abbia preferito guardare altrove, anche a quei partiti sostenitori di valori e proposte politiche ben distanti dai temi della sinistra. Si tratta di un trend in forte crescita se si considera che nel 2014 il bacino elettorale della Lega poteva contare sul 18% dei voti da parte delle casalinghe, il 15% di operai e solo l'11% di lavoratori autonomi.¹⁰

Anche sotto il profilo del livello d'istruzione, gli elettori che premiano la Lega sono in buona parte poco istruiti, in possesso prevalentemente della sola licenza elementare (17,6%) o della licenza media (22,4%).

Gli incrementi percentuali in termini di voti espressi a favore della Lega sono ulteriormente certificati dall'immagine che segue: è possibile notare come tanto al Nord Italia – in regioni quali Piemonte e Veneto – quanto al Centro – nelle ex *regioni rosse* – il partito di Salvini riesca a ottenere gli aumenti di voti più consistenti, fino a +26% rispetto alla

⁷ Biorcio R., Securo A., *Il paradosso della Lega Nord in Un salto nel voto. Ritratto politico dell'Italia di oggi*, di Diamanti I., Roma-Bari, Editori Laterza, 2013, pp. 127-134, a p. 127.

⁸ Archivio storico delle elezioni: <http://elezionistorico.interno.gov.it/> (data ultima consultazione 13 marzo 2018).

⁹ https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-03/elezioni_politiche_2018_-_analisi_post-voto_ipsos-twig.pdf (data ultima consultazione 26 marzo 2018).

¹⁰ Emanuele V., Maggini N., *Il bacino elettorale della Lega: geografia, caratteristiche socio-politiche e atteggiamenti*, (2014). <https://cise.luiss.it/cise/2014/12/09/il-bacino-elettorale-della-lega-geografia-caratteristiche-socio-politiche-e-atteggiamenti/> (data ultima consultazione 26 marzo 2018).

precedente tornata elettorale.¹¹

In particolare nei territori un tempo feudo esclusivo della sinistra italiana, i miglioramenti più significativi si riscontrano nei collegi di Piacenza, Fidenza, Cento e Ferrara in l'Emilia-Romagna; Massa, Lucca e Grosseto in Toscana; Foligno e Terni in Umbria; Macerata nelle Marche.

Fig.4 - Variazione % voti
Lega 2013 - 2018

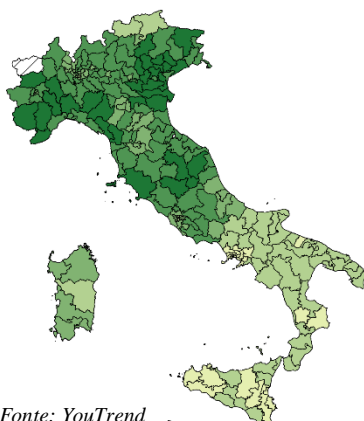
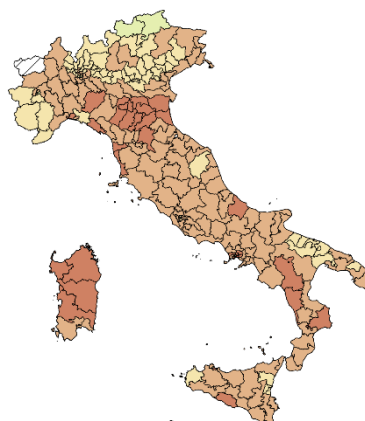


Fig.5 - Variazione % voti
Partito Democratico 2013 - 2018



Fonte: YouTrend

Se l'analisi condotta finora ha permesso di individuare le caratteristiche socioeconomiche dell'elettorato transfuga del centro-sinistra – oltre alle regioni di provenienza – in che modo si è articolato il voto nell'ottica del *cleavage* centro-periferia? Qual è stato il comportamento delle popolazioni residenti nelle aree urbane del Nord Italia, piuttosto che nelle periferie del Meridione? Per rispondere a tali interrogativi verranno presi in esame i dieci capoluoghi di provincia maggiormente popolosi e analizzati i risultati elettorali ottenuti nei collegi uninominali che li compongono, allo scopo di evidenziare i rapporti di forza delineatisi tra le diverse realtà partitiche.

3. Il *cleavage* tra aree urbane e zone periferiche

Analizzando i dati elettorali provenienti dai dieci capoluoghi di provincia maggiormente popolosi d'Italia, è possibile osservare come esista una sostanziale corrispondenza nei risultati tra il piano nazionale – che vede lo strapotere del Movimento 5 Stelle al Sud Italia e la vittoria del centro-destra a guida Lega nel centro-nord – e il piano locale, seppur con alcune differenze che andremo ad illustrare.

Partendo dal Mezzogiorno, lì dove il Movimento 5 Stelle ha primeggiato ottenendo consensi tra il 40% e il 50%, come nelle regioni della Campania, Puglia e Sicilia, il dato a livello locale è stato praticamente lo stesso: le città di Catania, Palermo, Bari e Napoli hanno riscontrato una vittoria del partito pentastellato in tutti i collegi uninominali. Se si eccettua Catania – articolata in un unico collegio uninominale ove il Movimento 5 Stelle ha ottenuto più del 47% dei voti – le altre città del Meridione analizzate vedono la vittoria del partito

¹¹ YouTrend, 4 marzo 2018 numeri e mappe sulle elezioni politiche, Torino, 2018.

pentastellato in tutti i collegi (sia al centro che in periferia). In particolare: a Palermo il Movimento 5 Stelle ha ottenuto percentuali superiori al 40% tanto nel collegio centrale di Palermo-Libertà, quanto nei due collegi periferici di Palermo-Settecannoli e Palermo-Resuttana-San Lorenzo. A Bari, il Movimento 5 Stelle ottiene il 43% nel collegio centrale di Bari-Libertà-Marconi-San Girolamo-Fesca e addirittura supera il 50% nel collegio periferico di Bari-Bitonto. A Napoli, da cui provengono alcuni dei candidati di punta dell'establishment del Movimento 5 Stelle, il partito ottiene il 43% nel collegio Napoli-San Lorenzo (comprendente la zona di Chiaia e Posillipo) e il 48% nel collegio di San Carlo All'Arena (in cui rientra il quartiere Vomero). Ma i risultati sono ancor più incisivi nei due collegi periferici: nella zona ovest del capoluogo campano, il collegio di Napoli-Fuorigrotta – in cui era candidato l'attuale Presidente della Camera Roberto Fico – il partito ottiene il 57% dei consensi, mentre nella zona est denominata Napoli-Ponticelli (e in cui erano ricompresi anche i quartieri della periferia nord di Secondigliano e Scampia) il Movimento 5 Stelle supera il 62% dei voti.¹²

Per quanto riguarda l'Italia centrale, invece, i risultati nei grandi centri urbani di Bologna, Firenze e Roma rispecchiano solo parzialmente il dato nazionale. Se il capoluogo toscano vede l'affermarsi del centro-sinistra tanto nel collegio centrale di Firenze-Quartiere Vecchio Novoli-Peretola quanto in quello maggiormente periferico di Firenze-Scandicci – in entrambi i casi con percentuali attorno al 43% – seguendo il risultato a livello nazionale che vede la Toscana l'unica regione ancora “rossa”, lo stesso non può dirsi per l'Emilia-Romagna in cui a trionfare è in prevalenza la coalizione di centro-destra. La città di Bologna resta una delle poche realtà emiliane ancora ad appannaggio del centro-sinistra: la coalizione guidata dal Partito Democratico è riuscita, infatti, ad affermarsi tanto nel collegio centrale di Bologna-Zona Urbana Mazzini quanto in quello periferico di Bologna-Casalecchio di Reno, seppur tuttavia con percentuali tra il 35% e il 37%¹³ – in forte diminuzione rispetto al 2013 quando i comuni di Bologna e Casalecchio di Reno facevano registrare un consenso per il centro-sinistra attorno al 47/48%.

Discorso a parte merita la città di Roma che per popolazione e dimensioni territoriali è stata suddivisa in 11 collegi uninominali. Una delle poche città amministrata dal Movimento 5 Stelle – assieme a Torino di cui parleremo successivamente – e in cui l'esito del voto si è articolato in un duopolio quasi perfetto, tra Movimento 5 Stelle e Partito Democratico. In particolare, i collegi uninominali del centro storico della capitale (Roma-Quartiere Trionfale e Roma-Quartiere Montesacro), sono stati vinti dal centro-sinistra con percentuali rispettivamente del 42% e 37% – da precisare che il collegio Roma-Quartiere Trionfale vedeva candidato il premier uscente Paolo Gentiloni da lungo tempo in testa ai sondaggi come politico maggiormente gradito agli italiani. Leggermente più basse sono state le

¹² Ministero dell'Interno: <http://elezioni.interno.gov.it/> (data ultima consultazione 28 marzo 2018).

¹³ *Ivi*.

percentuali ottenute nei collegi della zona sud-ovest della capitale di Roma-Quartiere Ardeatino (33%) e Roma-Quartiere Gianicolense (32%).

Il Movimento 5 Stelle, invece, è riuscito a dimostrare la propria trasversalità anche in termini geografici all'interno di uno stesso comune, affermandosi tanto nella zona est della capitale – con i collegi di Roma-Quartiere Collatino (34%), Roma-Zona Torre Angela (36%), Roma-Quartiere Tuscolano (32%) – quanto in quelli periferici a ovest – Roma-Quartiere Primavalle (34%) e Roma-Fiumicino (oltre 39%) – fino a sud nel collegio di Roma-Pomezia (40%).

Unica vittoria del centro-destra ha riguardato l'enorme collegio a nord della città, denominato Roma-Zona Castel Giubileo ove la coalizione qui trainata da Forza Italia si è imposta con il 34%.

Invero, tanto il partito pentastellato quanto la formazione di centro-destra si sono affermati in tutti quei collegi che in prevalenza comprendono le “zone di Roma”, ovverosia le aree periferiche appartenenti all'Agro Romano e poste all'esterno del Grande Raccordo Anulare – come le zone di Torre Angela, Fiumicino, Ostia e Castel Giubileo. Al contrario, il centro-sinistra è riuscito ad affermarsi solo ed esclusivamente in quei collegi uninominali circoscritti alla zona del centro città e comprendenti i quartieri della ricca borghesia romana – come nei casi di Trastevere, Parioli e Monte Sacro.

Passando, infine, alle realtà cittadine del Nord Italia se i comuni di Milano e Torino presentano una tripartizione dei collegi piuttosto “omogenea”, lo stesso non può dirsi nel caso di Genova.

Difatti, il capoluogo ligure, diviso in tre collegi uninominali, ha visto la contesa elettorale articolarsi tra solo due contendenti: il Movimento 5 Stelle e il centro-destra a trazione Lega. Se il collegio periferico di Genova-Rapallo – comprendente l'entroterra genovese e una parte della riviera di levante – ha visto prevalere al 41% la coalizione di centro-destra (come nel caso di Roma-Zona Castel Giubileo), ma in questo caso a guida Lega, i collegi centrali di Genova-Unità Urbanistica Sestri e Genova-Unità Urbanistica San Fruttuoso hanno incoronato vincitore il partito pentastellato con percentuali rispettivamente di oltre il 35% e oltre il 32%.

Il comune di Milano ha presentato, invece, un pattern totalmente diverso in cui sparisce dalla contesa il Movimento 5 Stelle, e la lotta si articola tra le più classiche delle formazioni: centro-destra e centro-sinistra. Si tratta di un caso molto simile a quello di Roma, in cui se le forze progressiste di centro-sinistra hanno conquistato i tre collegi centrali, Milano-Arco della Pace-Porta Genova, Milano-Centro e Milano-Porta Romana con percentuali in tutti e tre i casi sopra il 40%; le aree periferiche del capoluogo lombardo rappresentate dai collegi di Milano-Boggia e Milano-Rogoredo, hanno visto il netto prevalere del centro-destra a trazione leghista, con risultati tra il 38/39%.

Infine, per quanto riguarda la città di Torino i dati mostrano come si tratti il comune – tra quelli studiati – in cui la dialettica tripolare, a cui siamo stati abituati durante l’ultima legislatura, è riuscita meglio ad articolarsi, con una quasi parità tra le forze in campo. Tra i cinque collegi uninominali messi in palio alla Camera, la coalizione di centro-sinistra è riuscita a imporsi in quelli del centro città, ovvero Torino-Centro-Collina e Torino-Mirafiori con un consenso tra il 32% e il 40% per la compagine guidata dal Partito Democratico. Nei collegi maggiormente periferici, del nord-ovest della città, e quindi quelli di Torino-Barriera di Milano e Torino-San Paolo-Vallette è stato invece il centro-destra a risultare vincitore, con percentuali tra il 33% e il 36%. Unico collegio in cui è riuscito a spuntarla il Movimento 5 Stelle è stato quello di Collegno, comprendente l’intero hinterland torinese a ovest della città.

Dunque, dall’analisi condotta sulle dieci città maggiormente popolate d’Italia ne risulta che il *cleavage* centro-periferia ha avuto un’articolazione nettamente diversa fra Sud e Centro-Nord Italia.

Se al Meridione il successo del Movimento 5 Stelle è stato fin troppo marcato ottenendo consensi straripanti spesso superiori al 40/50%, tanto nelle realtà cittadine quanto in quelle periferiche, al Centro e al Nord Italia la dicotomia centro-periferia è riuscita a manifestarsi meglio. In particolare, nell’Italia centrale è Roma il comune che meglio rappresenta la spartizione territoriale realizzata tra il Partito Democratico – principale attore del centro-sinistra – e il Movimento 5 Stelle. Nella capitale il voto di natura urbana è andato in maniera netta alla coalizione di centro-sinistra, assegnando al partito pentastellato quel voto di protesta e di rottura con l’establishment proveniente dalle realtà periferiche o limitrofe della città. Firenze e Bologna risultano ancora in maniera compatta – tanto nel centro città quanto in periferia – fedeli alla tradizione di sinistra che le contraddistingue, nonostante il voto di sinistra sia in forte diminuzione come dimostrano i risultati a livello regionale dell’Emilia-Romagna.

Per quanto riguarda il Nord Italia, la lotta per i collegi uninominali è risultata maggiormente equilibrata tra i tre poli, soprattutto nel comune di Torino. Invero, mentre Milano e Genova presentano un *cleavage* centro-periferia in cui il centro-destra risulta costantemente relegato nelle realtà periferiche o della provincia, mentre il centro della città è territorio del centro-sinistra – a Milano – e del Movimento 5 Stelle – a Genova – il capoluogo piemontese presenta rapporti di forza maggiormente sfumati. Pur essendo l’anima tipicamente urbana ad appannaggio del centro-sinistra – come dimostrano i collegi di Torino-Centro-Collina e Torino-Mirafiori – le aree periferiche hanno visto una sorta di “equa” spartizione delle zone di influenza: infatti, se dal punto di vista dei collegi il Movimento 5 Stelle ne ha ottenuto uno soltanto, mentre il centro-destra ne ha vinti due, quest’ultimi avevano un totale di abitanti di poco superiore a quelli presenti nell’unico collegio ottenuto dal partito pentastellato.

In sintesi, se la natura del centro-sinistra resta unicamente urbana e rappresentativa dei ceti più agiati della società, mentre il centro-destra spinto dall'ottimo risultato della Lega è riuscito a imporsi nelle realtà periferiche, il Movimento 5 Stelle consolida – ulteriormente – la propria natura di soggetto politico fortemente mutevole e trasversale: da partito pigliatutto al Sud Italia, a realtà politica prettamente periferica – seppur con qualche eccezione come Genova – nel Centro e al Nord Italia.

4. Dal 2013 al 2018: incrementi e perdite di consenso

Ritengo che per meglio comprendere i mutati rapporti di forza dei principali soggetti politici italiani – in una dialettica del tipo centro-periferia – l'analisi non possa prescindere da un confronto con il risultato delle politiche del 2013. Invero, proprio osservando i dati della precedente tornata elettorale è possibile notare alcune fondamentali variazioni da parte del corpo elettorale, soprattutto confrontando le diverse dinamiche elettorali tra Sud, Centro e Nord Italia.

Infatti, se è vero come evidenziavo nel precedente paragrafo, che il Movimento 5 Stelle al Sud Italia è riuscito a ottenere percentuali talmente elevate da renderlo un partito pigliatutto – capace di affermarsi tanto nelle realtà cittadine quanto in quelle periferiche – è parimenti corretto evidenziare come la prima forza politica a pagarne le conseguenze sia stata la coalizione di centro-destra. Difatti, a eccezione del comune di Palermo, ove il Movimento 5 Stelle aveva già ottenuto il primato con quasi il 33% dei voti alle precedenti elezioni, gli altri capoluoghi presi in esame (Catania, Napoli e Bari) vedevano nel 2013 come prima forza politica la compagine di centro-destra, che riscuoteva consensi tra il 30,3% di Napoli e il 37,6% di Catania. Anche a Bari – che alle elezioni 2013 non presentava il collegio di Bari-Bitonto – il centro-destra otteneva consensi superiori al 30% sia nel centro città, che nella maggior parte dei comuni periferici che oggi afferiscono al collegio uninominale Bari-Bitonto.¹⁴

Tuttavia, a mio parere, ritengo che ciò a cui si è assistito nel caso del Meridione è stata non solo la *débâcle* del centro-sinistra, ma anche un netto arretramento del centro-destra, entrambi fattori di un risultato del Movimento 5 Stelle capace non solo di migliorare il proprio risultato, ma soprattutto di superare nettamente quello ottenuto dalla coalizione di centro-destra, allora guidata dal Popolo della Libertà, alle elezioni del 2013.

In particolare, se a Catania, a fronte di un calo nei consensi rispetto alla passata tornata elettorale, tanto per la compagine di centro-destra quanto per quella di centro-sinistra di circa il 5%, il Movimento 5 Stelle è riuscito a incrementare il proprio bacino di voti di oltre il 15%, arrivando al 47,5% e superando del 10% quanto ottenuto cinque anni prima dal centro-destra, a Bari e Napoli il divario risulta ancor più evidente.

¹⁴ <http://www.youtrend.it/mappa-politiche-2013/> (data ultima consultazione 6 aprile 2018).

Nel capoluogo pugliese, l'arretramento della coalizione di centro-destra arrivato a perdere anche il 7% come nel caso del comune di Capurso, assieme alla disfatta del centro-sinistra, superiore alla doppia cifra in termini percentuali tanto nel centro di Bari con una contrazione pari al 15%, quanto nei comuni periferici, dove peggiora i propri risultati tra l'8% e il 18%, hanno garantito al Movimento 5 Stelle la possibilità di incrementare ovunque il proprio elettorato, mediamente del 19%.

Infine, anche nel capoluogo campano a fronte di una perdita di voti per la coalizione di centro-destra dell'8% e per quella di centro-sinistra del 13%, il partito pentastellato è riuscito a ottenere un ancor più considerevole incremento di voti, addirittura del 28%.

Al Centro Italia, invece, la crescita di consenso per il Movimento 5 Stelle, non è stata sufficiente a decretare il primato nei collegi elettorali né del capoluogo della Toscana né dell'Emilia-Romagna rimasti – seppur con percentuali nettamente inferiori rispetto al 2013 – ad appannaggio della coalizione trainata dal Partito Democratico.

In particolare, nel caso di Bologna e dei comuni limitrofi afferenti oggi al collegio di Bologna-Casalecchio di Reno, se la coalizione di centro-sinistra ha visto diminuire il proprio appeal elettorale tra il 7% del comune di Castel d'Aiano e il 16% del comune di Lizzano entrambi appartenenti al collegio periferico emiliano, il partito pentastellato non ha migliorato di molto le precedenti prestazioni ottenendo un aumento del consenso tra l'1,5% e il 6%. Difatti, è stata la coalizione di centro-destra – e soprattutto la Lega – la compagine politica a beneficiare maggiormente della disfatta del centro-sinistra. Se nel 2013 il centro-destra non andava oltre il 24% in alcuni comuni della provincia bolognese, oggi riesce tranquillamente a superare la quota del 30%. In particolare, la coalizione trainata dalla Lega – quest'ultimo un partito che nel 2013 non superava il 2/3%¹⁵ – è riuscita a ottenere un miglioramento nel consenso tra il 9% – fatto registrare nei comuni di Bologna e Casalecchio di Reno – e il 17% del paese appenninico di Gaggio Montano. Tuttavia, il dato maggiormente sorprendente è quello che riguarda nello specifico la Lega di Matteo Salvini: un partito che è passato da poco più del 2% a oltre il 20%, incrementando le proprie prestazioni tra l'11,5% nei comuni di Bologna e Gaggio Montano e il 21,5% di Castel d'Aiano.

Analogamente, in Toscana sia il comune di Firenze che le realtà confinanti – afferenti al collegio di Firenze-Scandicci – pur premiando il Partito Democratico e la coalizione di centro-sinistra, ne hanno ridotto sensibilmente l'appoggio. Se nel 2013 le percentuali raccolte si attestavano tra il 45% e il 51%¹⁶, nell'ultima tornata elettorale la componente del centro-sinistra ha visto ridursi tra il 5% e il 10% il proprio consenso. Anche in questo caso, come per l'Emilia-Romagna, più che il Movimento 5 Stelle – che ha migliorato le proprie prestazioni di soli l'1% o il 2% – è stata la compagine di centro-destra, sempre trainata dalla Lega, a incrementare il proprio elettorato. I risultati mostrano un aumento dei voti tra il 7%, nei

¹⁵ *Ivi.*

¹⁶ *Ivi.*

comuni di Firenze e Impruneta, e il 12%, nel comune di Signa. Ancora una volta la Lega, che alle politiche del 2013 addirittura otteneva al massimo mezzo punto percentuale di preferenze, alle ultime elezioni è riuscita a conquistare una quota di elettorato tra l'11% e il 17%, decuplicando il proprio consenso.

Per quanto riguarda Roma, abbiamo avuto modo di osservare come la città sia stata suddivisa sostanzialmente in due aree di influenza: nei collegi del centro città i cittadini hanno premiato la coalizione del centro-sinistra e il Partito Democratico, in quelli maggiormente periferici la vittoria è andata a beneficio del Movimento 5 Stelle, con l'unica eccezione del collegio di Roma-Zona Castel Giubileo conquistato dal centro-destra – con in testa Forza Italia. Confrontando tali risultati con quelli ottenuti nella precedente votazione ne emerge un quadro particolarmente mutato. Il comune di Roma che nel 2013 aveva votato con oltre il 33% per la compagine di centro-sinistra¹⁷, assegnandola difatti alla coalizione guidata dal Partito Democratico, oggi registra un sensibile calo nei consensi di oltre il 5%. Caso opposto quello che riguarda il Movimento 5 Stelle ma ancor di più la coalizione di centro-destra. Se nel primo caso l'incremento dei consensi è attorno al 3% – passando dal 27% al 30% – per quanto riguarda la compagine di centro-destra, trainata ora da Forza Italia nei collegi del centro città – a eccezione dell'unico collegio vinto di cui abbiamo già discusso in precedenza – e ora dalla Lega in quelli comprendenti le zone periferiche della capitale, l'incremento è di oltre il 7% (nel 2013 il blocco di centro-destra arrivava a poco più del 23%, mentre nel 2018 è riuscito a superare agevolmente il 30%). Anche nel caso dei comuni rientranti nei collegi periferici del capoluogo laziale – ovverosia Fiumicino, Ciampino e Pomezia – si registra un arretramento del centro-sinistra ancor più consistente, con perdite di voti tra il 6% e l'8%. Al contrario, il Movimento 5 Stelle che già nel 2013 era stato vittorioso nei tre comuni, non fa altro che incrementare il proprio consenso, migliorando i risultati della precedente tornata elettorale tra il 5% e il 12%. E così anche lo schieramento di centro-destra, che rafforza il proprio bacino elettorale aumentando le preferenze tra il 4% e l'8% grazie soprattutto alla Lega che si piazza stabilmente come primo partito della coalizione in tutti e tre i comuni.

Per quanto riguarda il Nord Italia, infine, partendo dal capoluogo ligure, è interessante osservare come lì dove alle elezioni politiche del 2013 aveva trionfato il centro-sinistra, come nel centro città di Genova o in svariati comuni limitrofi, adesso ottiene ampio successo il Movimento 5 Stelle, per altro senza la necessità di incrementare il proprio consenso. Se da un lato, infatti, il centro-sinistra arretra in maniera piuttosto decisa – con perdite tra il 7% e il 13% nei comuni rientranti nei collegi di Genova-Unità Urbanistica Sestri e Genova-Unità Urbanistica San Fruttuoso – dall'altro, il partito pentastellato conferma quasi interamente i risultati ottenuti alle elezioni politiche del 2013 con oscillazioni di voto piuttosto contenute, tra il -3,2% e il +1,4. La componente del centro-destra, invece, è riuscita a imporsi come l'unica reale alternativa – nei due collegi sopracitati – piazzandosi stabilmente al secondo

¹⁷ *Ivi*.

posto, e migliorando i risultati della passata tornata elettorale del 13/14% grazie – anche in questa circostanza, come nel Centro Italia – alla forza trainante della Lega che riesce in tutti i comuni a doppiare, se non a triplicare, i risultati – interni alla coalizione – ottenuti da Forza Italia. Gli elevati consensi riscossi dalla Lega sono ulteriormente riscontrabili nel collegio periferico di Genova-Rapallo, vinto dal centro-destra proprio grazie ai numeri ottenuti dal partito di Matteo Salvini. Invero, a eccezione dei comuni di Portofino, Rapallo, Santa Margherita Ligure e Zoagli, in tutte le altre realtà afferenti al sopracitato collegio uninominale, la Lega è risultato stabilmente il primo partito della coalizione – in numerose circostanze riuscendo anche qui a doppiare o triplicare le percentuali ottenute da Forza Italia. Se alle politiche del 2013 la Lega otteneva a malapena il 3/4%, in tali comuni, dopo una sola legislatura, difficilmente è andata sotto il 20%. Invero, nel caso ligure si assiste a un probabile slittamento dei voti dal centro-sinistra verso il Movimento 5 Stelle – nel caso di Genova e dei comuni a esso confinanti – e allo stesso tempo uno spostamento dell'elettorato del partito pentastellato in direzione centro-destra, soprattutto a vantaggio della Lega, in quei comuni dell'entroterra afferenti al collegio Genova-Rapallo.

Anche nel caso di Torino si assiste a un travaso di voti simile al caso ligure. Se nel 2013, i comuni rientranti oggi nel collegio di Collegno votavano soprattutto per il Movimento 5 Stelle, o in alcuni casi per il centro-sinistra, alle ultime elezioni i comuni di Collegno, Grugliasco e Rivoli – che nel 2013 vedevano il centro-sinistra vincitore – hanno preferito votare per il partito pentastellato, mentre i comuni di Bruino, Druento e Pianezza, in cui il Movimento 5 Stelle vinceva cinque anni prima, adesso hanno optato per il voto al centro-destra, in particolare alla Lega la quale riscuote in questi tre territori i consensi più elevati tra tutti i comuni afferenti al collegio plurinominale Piemonte 1-01, assieme al collegio uninominale di Torino-Barriera di Milano, con percentuali tra il 19% e il 22%.

Unica eccezione – tra quelle analizzate – è costituita da Milano in cui il Partito Democratico e la coalizione di centro-sinistra, sull'interno territorio rientrante nei cinque collegi uninominali in cui era divisa, anziché arretrare riesce in maniera compatta ad avanzare, guadagnando il 3%. Tuttavia, se si eccettuano i casi del Sud Italia, Milano costituisce – tra le città prese in esame tra il Centro e il Nord Italia – l'unica a non contenere nessun altro comune all'interno dei collegi uninominali in cui era suddivisa, riuscendo a mio avviso a contenere in tal modo l'arretramento del centro-sinistra avvenuto in maniera consistente in tutte le realtà periferiche o nei comuni poco popolosi. Ciò nonostante, bisogna comunque evidenziare come sia ancora una volta il centro-destra che riesce a far registrare il miglior risultato, incrementando il proprio consenso dell'8,5% rispetto alla tornata elettorale del 2013, con il Movimento 5 Stelle relegato sostanzialmente ai medesimi risultati ottenuti cinque anni prima.

5. Conclusioni

Dall'analisi condotta è possibile notare come, nell'arco di una sola legislatura, l'arretramento dell'elettorato di centro-sinistra abbia finito per favorire l'ascesa del Movimento 5 Stelle, al Sud Italia, e della Lega al Centro-Nord.

Eppure, come ho avuto modo di analizzare nell'articolo, la forza attrattiva del Movimento 5 Stelle, capace di affermarsi al Sud Italia con percentuali tra il 40% e il 50%, ha potuto beneficiare non solo della *débâcle* del centro-sinistra, ma anche di un discreto arretramento del centro-destra capace di perdere fino all'8% dei consensi nella provincia di Bari e nella città di Napoli. Difatti, entrambi questi fattori hanno permesso al partito pentastellato di riscuotere un consenso largamente superiore a quello che otteneva il centro-destra solo cinque anni prima (+10% a Catania, +13% a Bari, +22% a Napoli).

Al Centro Italia, invece, l'esito del voto è stato nettamente differente. Se nelle *regioni rosse* il centro-sinistra pur perdendo voti, è riuscito a resistere nei collegi di Bologna e Firenze – tanto al centro quanto in periferia – qui la Lega è riuscita a far breccia in maniera considerevole in territori ove solo cinque anni prima a malapena otteneva l'1% o il 2%. Difatti, il partito di Matteo Salvini è stato in grado di decuplicare il proprio consenso praticamente in tutte le realtà appenniniche osservate. Anche a Roma, dove seppur la partita si è giocata tra centro-sinistra e Movimento 5 Stelle, la Lega è riuscita ad affermarsi spesso come primo partito del centro-destra, soprattutto nei collegi particolarmente periferici.

Infine, al Nord si registra quasi il medesimo pattern verificatosi nelle regioni dell'Italia centrale: se il centro-sinistra arretra quasi ovunque, a eccezione dei tre collegi centrali di Milano e i due collegi urbani di Torino, il centro-destra ottiene ampi consensi nelle realtà periferiche analizzate – tanto da permetterle di vincere due collegi a Milano, due collegi a Torino, e quello di Genova-Rapallo.

Tuttavia, sono ancora una volta i risultati della Lega e del Movimento 5 Stelle a essere sorprendenti. Il primo riesce a passare da un intervallo di voti tra il 2,5% e il 4% del 2013, a un consenso tra il 16% e il 21% al voto del 4 marzo. Il Movimento 5 Stelle, invece, da partito pigliatutto al Sud Italia, riesce a imporsi come partito fortemente trasversale al Nord, risultando ora un partito periferico, come nel collegio di Collegno, ora un partito da centro città, come nel caso di Genova.

Bibliografia

- Archivio storico delle elezioni: <http://elezionistorico.interno.gov.it/> (data ultima consultazione 13 marzo 2018)
- Biorcio R., Securo A. (2013) *Il paradosso della Lega Nord* in *Un salto nel voto. Ritratto politico dell'Italia di oggi*, di Diamanti I., Roma-Bari, Editori Laterza.
- Bordignon F., Ceccarini L. (2013) "Tsunami" a 5 stelle, in *Un salto nel voto. Ritratto politico dell'Italia di oggi*, di Diamanti I., Roma-Bari, Editori Laterza.
- Emanuele V., Maggini N. (2014) *Il bacino elettorale della Lega: geografia, caratteristiche socio-politiche e atteggiamenti*. <https://cise.luiss.it/cise/2014/12/09/il-bacino-elettorale-della-lega-geografia-caratteristiche-socio-politiche-e-atteggiamenti/>
- Formigoni L., Forni M. (a cura di), *Elezioni Politiche 2018 – L'Analisi del Voto*, Ipsos. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-03/elezioni_politiche_2018_-_analisi_post-voto_ipsos-twig.pdf
- Maraffi M., Pedrazzani A., Pinto L. (2013) *Le basi sociali del voto*, in *Voto amaro. Disincanto e crisi economica nelle elezioni del 2013*, di ITANES, Bologna, il Mulino.
- Ministero dell'Interno: <http://elezioni.interno.gov.it/> (data ultima consultazione 29 marzo 2018)
- Pregliasco L., *Renzi può rottamare un PD fatto di pensionati?*, YouTrend, <http://www.youtrend.it/2013/09/19/pd-pensionati-renzi/>
- YouTrend, *4 marzo 2018 numeri e mappe sulle elezioni politiche*, Torino, 2018. PDF. <http://www.youtrend.it/mappa-politiche-2013/>

Note Iconografiche

- Fig. 1: Variazione % voti Movimento 5 Stelle 2013 - 2018 – YouTrend, 4 marzo 2018 numeri e mappe sulle elezioni politiche*, Torino, 2018. PDF.
- Fig. 2: Variazione % voti Partito Democratico 2013 - 2018 – YouTrend, 4 marzo 2018 numeri e mappe sulle elezioni politiche*, Torino, 2018. PDF.
- Fig. 3: Primo partito per collegio uninominale Camera – YouTrend, 4 marzo 2018 numeri e mappe sulle elezioni politiche*, Torino, 2018. PDF.
- Fig. 4: Variazione % voti Lega 2013 - 2018 – YouTrend, 4 marzo 2018 numeri e mappe sulle elezioni politiche*, Torino, 2018. PDF.
- Fig. 5: Variazione % voti Partito Democratico 2013 - 2018 – YouTrend, 4 marzo 2018 numeri e mappe sulle elezioni politiche*, Torino, 2018. PDF.

Un voto pieno di risentimento. Stato d'animo degli elettori e clima d'opinione diffuso alla vigilia delle elezioni politiche 2018

*Maria Paola Faggiano, Lorenzo Barbanera, Ernesto Dario Calò, Melissa Mongiardo**

1. Lo scenario, gli obiettivi cognitivi, la metodologia di ricerca

In Italia e nel resto del Continente, i partiti di centro-sinistra, eredi della storica tradizione socialdemocratica europea, hanno registrato una consistente perdita di consenso (Baumann 1999). Si può affermare che essi, colpiti da una crisi di carattere globale, a partire dall'inizio del Terzo millennio, lottino per la propria sopravvivenza politica, mentre, di pari passo si assiste all'avanzamento delle destre - anche quelle estreme - e, più in generale, di forze politiche post-ideologiche, da più parti definite populiste. Queste ultime portano avanti un disegno di smantellamento del sistema partitico tradizionale, sulla base dell'idea che le forze politiche *mainstream* costituiscano un'élite di privilegiati e corrotti, di soggetti incapaci di rispondere ai bisogni sociali più diffusi. Si fa così strada l'idea secondo cui l'onesto cittadino comune debba prendere le distanze dalle istituzioni rappresentative, obsolete e al contempo traditrici, affidando l'azione politica a leader del tutto nuovi, essi stessi provenienti dal popolo, in grado di difendere la collettività e di fare gli interessi di una cittadinanza, per così dire, dimenticata (Manin 1995, Della Porta e Diani 1997, Raniolo 2002, Biorcio 2013, Diamanti 2014, Diamanti e Lazar 2018, Revelli 2017). È evidente che la crisi politica e culturale-valoriale che attraversa l'Europa intera e ne travalica i suoi confini - si pensi all'America di Trump - affondi le proprie radici in una crisi di ordine economico anch'essa di proporzioni globali. Tra i Paesi Ocse classificati come sviluppati, tra i primi anni '90 e il 2007 la curva del Pil ha assunto un andamento sostanzialmente piatto, con redditi medi familiari in calo e salari in stallo. Inoltre, come è noto, a partire dal 2008, la crisi economica si è profondamente acuita e, da allora, il disagio sociale non ha accennato a ridursi (Censis 2016, Eurispes 2018).

La sinistra di questa fase storica, in ogni Stato europeo, pur essendosi dimostrata assai attiva sul fronte dei diritti civili, si è dovuta attenere sul versante delle politiche economiche alla linea dettata dalle esigenze di bilancio, accettando in diversi casi alleanze di governo - in passato inimmaginabili - in nome della stabilità, privilegiando politiche economiche di

* Maria Paola Faggiano, Dottore di ricerca in Metodologia delle Scienze sociali, è Responsabile tecnico-scientifico del Laboratorio di Comunicazione e Ricerca sociale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale (CoRiS) della Sapienza di Roma (mariapaola.faggiano@uniroma1.it); è autrice dei parr. 1 e 4. Lorenzo Barbanera, Ernesto Dario Calò e Melissa Mongiardo frequentano il Dottorato in Comunicazione, Ricerca sociale e Marketing presso il medesimo Dipartimento; sono autori, rispettivamente, dei parr. 2, 3 e 5. Il paragrafo conclusivo è frutto di un lavoro collettivo.

austerity piuttosto che di tipo espansivo, incentivando la flessibilità nel mondo del lavoro nel rispetto di principi e accordi di carattere sovranazionale. Inevitabilmente, si è contemporaneamente assistito alla crescita delle disuguaglianze economiche e dei conflitti sociali, così come, di pari passo, alla diffusione di molteplici forme di dissenso politico, dall'indifferenza verso la politica (quando non il disgusto) alla sfiducia verso le istituzioni, fino al risentimento, alla rabbia, perfino alla violenza. In particolare, la classe operaia, i cui confini sono andati notevolmente ridimensionandosi con l'avanzare del progresso tecnologico, è in parte stata rimpiazzata da una generazione di precari (i cosiddetti "sconfitti dalla globalizzazione") cui la sinistra non ha evidentemente saputo fornire segnali convincenti e di cui, conseguentemente, non è riuscita ad intercettare il consenso (Morlino e Raniolo 2017).

Questo significativo cambio di scenario ha favorito la nascita e l'espansione di movimenti antisistema in tutto l'Occidente, alcuni dei quali fortemente spostati a destra sull'asse politico; essi, spesso concentrati sulle *issues* della crisi migratoria e della lotta al terrorismo islamico, si caratterizzano trasversalmente per una matrice sovranista ed euroscettica, alle volte anche spiccatamente razzista e xenofoba.

In linea con il quadro politico europeo, come è noto, nelle ultime elezioni politiche italiane si è assistito al sostanziale crollo del Partito Democratico, passato ad un consenso del 18,7%, un risultato evidentemente assai modesto se paragonato al 40% raggiunto dal medesimo partito alle europee del 2014. Un'emorragia di voti, stando all'analisi dei flussi elettorali, che ha rafforzato anzi tutto il Movimento 5 Stelle ed in seconda battuta la Lega, anche nelle cosiddette zone rosse. Il bacino elettorale di queste due forze politiche, solo in parte rappresentato dai soggetti più marginali e a rischio di esclusione sociale, risulta essere assai ampio ed eterogeneo, contemplando al proprio interno gran parte di quei soggetti che, pur avendo raggiunto una certa soglia di benessere, si sentono toccati dalla crisi, ritenendo di non beneficiare di particolari forme di protezione sociale e vedendo erose le proprie aspettative e certezze. L'idea è che, una volta emersi, i sentimenti negativi di quella parte della società che si considera ingiustamente esclusa dal sistema di opportunità di avanzamento sociale e di benessere coinvolgano "per contagio" anche individui e gruppi non direttamente colpiti dagli effetti della crisi, secondo un meccanismo di espansione progressiva della conflittualità e del dissenso.

D'altra parte, non può escludersi che il *mood* negativo che pervade la nostra società sia strumentalizzato e, almeno in parte, acuito (soprattutto in fase di campagna elettorale) dai nuovi soggetti politici, coadiuvati, nell'iter di costruzione del consenso dai nuovi media, *in*

primis dai *Social Network* (Mazzoleni 1998; Mosca e Vaccari 2011). Nel corso dell'ultima campagna elettorale, quasi completamente *digital*, hanno prevalso da parte degli elettori *motivazioni di segno negativo* (il voto utile, il voto di protesta, il voto reattivo dettato dalla delusione, ecc.), un'inclinazione verso prospettive di cambiamento radicale, di rottura rispetto al passato politico. Lega e M5S si sono contesi il terreno dell'insicurezza e della sfiducia rivolgendosi prevalentemente alla pancia degli elettori e sfruttando il risentimento diffuso, figlio della crisi, per vincere le elezioni; ora resta da capire quanto dovremo attendere per la ricomposizione delle basi sociali del consenso, per il ripristino di forme di appartenenza solide e durature, per l'emergere di nuovi valori e di figure di riferimento stabili.

Il contributo mira a studiare l'elettorato italiano focalizzandosi sulla componente affettiva dell'atteggiamento politico; l'approfondimento dei dati relativi allo stato d'animo degli elettori al voto viene svolto tenendo conto della strategia comunicativa (in particolare dei toni utilizzati) messa a punto dai partiti durante la campagna per le elezioni politiche 2018. Più analiticamente, da un lato, si approfondiscono sentimenti, motivazioni, urgenze percepite dagli elettori alla vigilia del voto; dall'altro, si illustrano i dati relativi agli elementi comunicativi finalizzati a generare un legame affettivo tra elettorato e partito/movimento, nel tentativo di comprendere se e in quale misura le principali forze politiche, nell'agone della campagna, abbiano, oltre che sfruttato, saputo interpretare – traducendo ciò in “promesse coerenti” con i bisogni sociali registrati - le esigenze più profonde provenienti dai differenti target elettorali¹.

In concreto, è stato operato un confronto tra specifici risultati di due indagini concomitanti, una *web survey*² (Boccia Artieri 2015; Callegaro *et al.* 2015; Lombi 2015) sulle intenzioni di voto di un campione di elettori italiani e l'analisi dei contenuti della campagna elettorale condotta su *Facebook* dai principali partiti.

Partendo dall'inchiesta, il campione degli intervistati è rappresentato da 1.371 casi, raggiunti con questionario online attraverso *Facebook* ed altri *Social Network* durante le 4 settimane che vanno dal 5 febbraio al 2 marzo 2018³. La rilevazione è avvenuta in seguito alla

¹ In questa sede viene sviscerato il dato sul risentimento sociale, rispetto al quale è stata predisposta una batteria di *item* volta a registrare per ciascun intervistato, con una scala da 0 a 5, il grado di responsabilità attribuito ad una serie di categorie sociali (17) rispetto ai principali problemi del Paese (politici, criminalità organizzata, evasori fiscali, speculatori finanziari, banchieri, ecc.). Si darà conto anche delle urgenze sociali percepite, con un accento particolare sul bisogno di contrastare il fenomeno migratorio.

² Le ricerche, di cui in questa sede si presentano alcuni risultati, fanno parte di un vasto programma di studi dell'Osservatorio di Sociologia elettorale (coordinatore: Carmelo Lombardo). Il gruppo di ricerca sta lavorando ad alcune pubblicazioni (in particolare, un volume a cura di C. Lombardo e M.P. Faggiano ed uno a cura di C. Lombardo, E. Novelli, C. Ruggiero, entrambi editi da Franco Angeli).

³ Per quanto il campione raggiunto non sia statisticamente rappresentativo, le sue proporzioni danno modo di descrivere in profondità opinioni, atteggiamenti, valori, pratiche sociali connessi con i più significativi target elettorali italiani (sinistra,

pubblicazione di un post contenente il *link* al questionario sulla pagina istituzionale *Facebook* del Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale della Sapienza di Roma; il post, previamente sponsorizzato allo scopo di coinvolgere soggetti quanto più eterogenei possibile per provenienza geografica, estrazione sociale, ambito di attività professionale, livello di istruzione, interessi e orientamento politico, è stato condiviso anche su altre piattaforme e canali online. La scelta di *Facebook* – con il suo vastissimo bacino di utenti in tutto il mondo e contesto virtuale di mobilitazione politica – ha soprattutto a che fare con lo svolgimento prevalente su questo *Social* (per tutte le forze politiche scese in campo) della campagna elettorale 2018 (Boccia Artieri 2015; 2016; De Rosa 2015).

Rispetto all'analisi della campagna elettorale condotta su *Facebook*, la base dati si compone di 1.811 record. Si tratta della totalità dei post pubblicati sulle pagine ufficiali dei principali partiti durante la campagna (Lega, Forza Italia, Fratelli d'Italia, M5S, PD, LeU). I dati qui presentati hanno a che vedere con Lega, M5S e PD, che insieme totalizzano 1.384 post, pari al 76,4% del totale (peraltro, si può già anticipare che alla Lega si riferisce oltre la metà dei post considerati). Il singolo post è stato indagato nella sua interezza (testo, link, video, immagine, ecc.) attraverso una scheda d'analisi del contenuto semi-strutturata (Faggiano 2016). In questa sede ci si concentra sui toni della campagna (specie nei confronti degli avversari politici) e sul modo di trattare alcuni temi sensibili (normalizzando di frequente un atteggiamento ed un linguaggio ostili, utilizzando una comunicazione stereotipata, ecc.) (Norris 2000; Cepernich 2017; Novelli 2018).

2. Tutti colpevoli! Per un'interpretazione del risentimento in chiave valoriale

Il 24 ottobre del 1929 è un giorno tristemente ricordato come il “giovedì nero” che segnò l'inizio di una gravissima crisi economica su scala mondiale. Per suo effetto, milioni di lavoratori persero il lavoro e furono ridotti alla fame, molti altri dovettero far fronte a un drastico taglio dei salari ridimensionando il proprio tenore di vita. In generale, la fiducia nei confronti del futuro venne meno e assieme alle deprivazioni crebbero sentimenti di inquietudine, rabbia e ingiustizia. Fra i Paesi che subirono il contraccolpo maggiore in termini di costi sociali vi fu senz'altro la Germania, dove il Partito Nazionalsocialista comprese che avrebbe potuto incanalare quella frustrazione per ottenere consensi e salire al potere. Così

destra, M5S, area del Non Voto, area dell'indecisione), anche sulla base delle classiche variabili socio-demografiche ed economiche. I target notoriamente difficili da raggiungere con uno strumento di rilevazione online - anziani, non internauti, elettori di destra, persone con basso titolo di studio, stranieri - sono stati coinvolti nell'indagine attraverso la somministrazione offline del questionario (Amaturo e Punziano 2016). Per maggiori dettagli sui limiti ed i vantaggi della *web survey* in tale occasione di ricerca empirica, cfr. Faggiano 2018.

accadde nel 1933, mentre nel 1939, ossia dieci anni dopo l'inizio della Grande Depressione, l'invasione della Polonia da parte delle truppe tedesche sancì l'inizio del secondo conflitto mondiale.

Oggi come allora sono trascorsi circa dieci anni dall'ultima grande crisi economica, e sebbene una nuova guerra globale non sembri imminente, molte persone esprimono analoghe forme di risentimento pervasivo, spesso alimentate sia dai media sia dal discorso politico, con i suoi toni esacerbati e il suo linguaggio semplificatorio utilizzato per veicolare concetti d'immediata comprensione. Pertanto, poiché la storia insegna che il risentimento può costituire un tratto caratteristico dell'elettorato capace di orientare le scelte di voto, questo contributo intende focalizzarsi su di esso, offrendone un'interpretazione di matrice sociologica con particolare attenzione agli aspetti valoriali che lo determinano.

L'indagine è stata condotta attraverso un questionario che comprendeva una sezione in cui gli intervistati dovevano indicare il grado di responsabilità di alcune categorie sociali rispetto ai principali problemi del Paese. In sede di analisi dei dati, si è deciso di procedere con un'Analisi delle Componenti Principali (ACP) a scopo esplorativo, con l'obiettivo di individuare e studiare le diverse dimensioni del risentimento. Nello specifico, è emersa l'esistenza di due fattori distinti: il primo si configura come espressione di un risentimento diffuso trasversalmente e pervasivo, probabile conseguenza di una condizione di incertezza e precarietà; il secondo, per converso, ha come oggetto mirato pochi gruppi sociali che si contraddistinguono per la loro alterità rispetto alla cultura dominante. Tuttavia, questa parte iniziale del lavoro sarà incentrata sull'analisi del primo fattore.

Anzitutto, si ritiene utile osservare il valore medio ottenuto dagli attori sociali considerati maggiormente colpevoli. In testa alla classifica si trovano i politici (4,02), la criminalità organizzata (3,98), gli evasori fiscali (3,91), gli speculatori finanziari (3,89) e i banchieri (3,45). Pensandoci bene, si tratta di figure che a vario titolo sono riconducibili alla crisi economica, o perché considerate direttamente responsabili, come i banchieri e gli speculatori finanziari, o perché non sono state capaci di trovare le giuste contromisure per difendere i cittadini dagli effetti più nefasti della congiuntura negativa; è il caso dei politici.

Infine, l'eccezionale intensità del giudizio di colpevolezza si può rilevare anche dal fatto che questi attori istituzionali sono considerati responsabili tanto quanto le associazioni criminali e gli evasori fiscali, le cui attività, inoppugnabilmente, si esercitano a discapito del bene comune.

Tornando ora ai risultati dell'ACP, osservando la Tabella 1, è possibile comprendere il motivo per cui si è pensato che il primo fattore estratto (varianza riprodotta: 41%) potesse

rappresentare un tipo di risentimento pervasivo. Infatti, alla formazione del fattore concorrono sostanzialmente tutti gli *item* (in particolare 12 di 18); 6 di essi contribuiscono con *factor loading* superiori allo 0,7. A dimostrazione dell'eterogeneità del malcontento espresso, si sottolinea la presenza di categorie tra loro molto diverse: alle istituzioni pubbliche si affiancano organizzazioni private, gruppi ecclesiastici, associazioni di categoria, nonché malavitosi ed evasori fiscali.

Tab.1 - Il risentimento "pervasivo": prima componente estratta e pesi fattoriali per ogni item

Item	1° Fattore
Intellettuali	,573
Imprenditori	,605
Immigrati	,476
Politici	,733
Speculatori finanziari	,716
Criminalità organizzata	,675
Impiegati pubblici	,597
Magistrati	,692
Giornalisti	,720
Sindacalisti	,755
Evasori fiscali	,691
Banchieri	,746
Rom	,529
Dirigenti pubblici	,757
Clero	,607
Omosessuali	,288
Tutti i cittadini	,519

Ragionando in termini sociologici, si è ipotizzata l'esistenza di alcune variabili che avrebbero permesso di indagare più in profondità la natura di un simile atteggiamento di colpevolizzazione, tanto indiscriminato da porre addirittura qualche dubbio sull'opportunità di riferirsi alla nozione di "risentimento", la cui definizione non sembra contemplare forme pregiudiziali di ostilità (Cartocci 2008).

Poiché i sentimenti negativi costituiscono spesso un indispensabile sfiatatoio emotivo per chi affronta condizioni di vita incerte e precarie, il risentimento potrebbe essere letto come esito di tali condizioni. In altre parole, individui che vivono una situazione di *insicurezza esistenziale* sarebbero più inclini ad attribuire colpe e responsabilità a tutti quei soggetti che in qualche modo rappresentano un ordine sociale percepito come vessatorio e ingiusto.

Al fine di controllare l'ipotesi, si è deciso di costruire un indice di sicurezza esistenziale⁴ per confermare o meno l'eventuale presenza di una relazione con il risentimento pervasivo. Come si evince dalla Tabella 2, che mostra i risultati di un confronto tra medie su sottogruppi del campione (ANOVA), vi è un rapporto di proporzionalità inversa tra le due variabili: più diminuisce il livello di sicurezza, più aumenta il risentimento, e viceversa. Dunque, un giudizio così radicale e generalizzato, lungi dal basarsi esclusivamente sull'effettivo operato delle categorie sociali coinvolte, si sostanzia anche a partire dalla deprivazione, che attraverso una più irrazionale volontà di rivalsa tende ad assottigliare le differenze e a colpire in modo indiscriminato.

Tab.2 - Risentimento pervasivo e indice di sicurezza esistenziale ($p = ,010$)

Indice di sicurezza esistenziale	Media	Deviazione std.
Basso	,1286	1,0572
Medio	,0404	,9951
Alto	-,0827	,9668
<i>Totale</i>	-,0057	,9950

Altre analisi suggeriscono che questa forma diffusa di risentimento trovi terreno fertile laddove siano prevalenti istanze di chiusura e protezione, declinate soprattutto in chiave identitaria. In primo luogo, esso tende ad aumentare col passare del tempo, segnando una netta frattura tra le coorti che vanno dai 18 ai 45 anni e quelle d'età più avanzata ($p = ,001$). In secondo luogo, se in genere le persone anziane tendono ad assumere posizioni più rigide e conservatrici, il nostro campione non fa eccezione: le coorti che superano i 61 anni risultano maggiormente tradizionaliste da un punto di vista culturale ($p = ,000$), religioso ($p = ,000$) e familiare ($p = ,000$).

Da ciò è possibile ricavare un primo indizio sul tipo di relazione che lega le disposizioni valoriali e il risentimento; in effetti, non sorprende che la sua incidenza sia superiore alla media campionaria tra coloro che manifestano la prevalenza del tradizionalismo sul pluralismo culturale ($p = ,000$), della confessione cattolica sulle altre religioni ($p = ,000$) e della famiglia intesa in senso tradizionale piuttosto che secondo un'accezione estesa ($p = ,000$)⁵.

⁴ È un indice composto da variabili considerate come indicatori oggettivi della situazione economico-familiare dell'intervistato; si tratta infatti dello *stato civile*, del *numero di figli*, della *fascia di reddito* e del *tipo di lavoro svolto*. L'autore si rende disponibile a fornire chiarimenti sulle modalità di costruzione dell'indice (lorenzo.barbanera@uniroma1.it).

⁵ Il riferimento è ad alcune domande del questionario presentate come coppie di affermazioni alternative fra cui i rispondenti dovevano scegliere quella che più si avvicinava al loro modo di pensare. A titolo d'esempio, relativamente alla contrapposizione fra tradizionalismo e pluralismo culturale, il testo si presentava come segue: "Le istituzioni dovrebbero

Infine, per approfondire ulteriormente il ruolo giocato dai valori, si intende studiare le variazioni dei livelli di risentimento all'interno di gruppi ottenuti mediante una *cluster analysis* progettata con l'obiettivo di enucleare i diversi orientamenti valoriali degli intervistati. Per motivi di brevità non è opportuno soffermarsi sulla descrizione puntuale di ogni singolo *cluster*⁶; in questa sede, è sufficiente osservare come un atteggiamento progressista, sia in ambito politico sia in ambito culturale, favorisca una riduzione del risentimento diffuso, il quale, per converso, caratterizza fortemente i tre sotto-campioni che in senso lato possono essere ricondotti a un'ideologia conservatrice.

Tab.3 - Risentimento pervasivo e cluster su base valoriale ($p = ,000$)

Gruppi	Risentimento pervasivo	
Progressisti politici	Media	-,1893
	Deviazione std.	,9849
Progressisti culturali	Media	-,0990
	Deviazione std.	,9771
Particolaristi	Media	,0998
	Deviazione std.	,9837
Universalisti	Media	-,0818
	Deviazione std.	,8725
Disorientati (conservatori moderati)	Media	,1658
	Deviazione std.	,9958
Conservatori politici e religiosi	Media	,2739
	Deviazione std.	,9875
Conservatori politici e identitari	Media	,2412
	Deviazione std.	1,0829
Totale	Media	,0000
	Deviazione std.	1,0000

A questo punto occorre forse spendere qualche parola in più per i due gruppi residui: particolaristi e universalisti. Il tratto distintivo dei primi è l'assenza di una struttura identitaria ben definita che si accompagna alla necessità di trovare dei punti di riferimento. In quest'ottica, un solido appiglio è costituito dall'assidua partecipazione alle funzioni religiose, che tuttavia non si riflette in un'incrollabile fede (ritualismo). Ciò rivela la funzione strumentale del rito, che diviene un mezzo per costruire o riaffermare un'identità incompleta, frammentaria, incerta, e quindi debole laddove minacciata. A tal proposito, la ricerca di sicurezza – che già di per sé implica una condizione di precarietà – si esprime attraverso la difesa della proprietà privata e il giustizialismo. In estrema sintesi, l'insicurezza e la tensione

garantire l'espressione dei diversi valori, costumi e culture oggi presenti" o "Le istituzioni dovrebbero prima di tutto salvaguardare e rafforzare le nostre radici storico-culturali.

⁶ Per maggiori informazioni sulle modalità con cui si è proceduto alla clusterizzazione dei casi si rinvia a Lombardo, Faggiano (a cura di), in corso di pubblicazione.

verso un'identità univoca giustificano il maggior risentimento espresso dai particolaristi. Gli universalisti, invece, rappresentano un gruppo più ambiguo: da un lato, infatti, l'elevata percentuale di credenti praticanti (81%) e la prevalenza di individui ultrasessantenni dovrebbero favorire livelli di risentimento superiori alla media; dall'altro, il pluralismo culturale unito all'orientamento politico progressista farebbe pensare a una situazione contraria. Questi ultimi fattori sembrerebbero comunque avere un peso maggiore, giacché gli universalisti risultano meno inclini al risentimento. Forse, la connotazione di matrice cattolica che caratterizza questo tipo di universalismo può spiegare, almeno in parte, un simile risultato, ma si tratta di un'ipotesi da approfondire (cfr. Tab. 3).

Notoriamente, i valori a cui ogni elettore aderisce esercitano un'influenza fondamentale sull'orientamento politico (Schwartz *et al.* 2010). Pertanto, alla luce di quanto detto finora, non sorprende che l'ideologia progressista (sinistra e centro-sinistra) contribuisca a diminuire l'entità del risentimento, mentre quella conservatrice (destra e centro-destra) lo intensifichi. Più interessante è la situazione di coloro che dichiarano di non riconoscersi nella distinzione fra destra e sinistra: dalla tabella emerge una certa propensione di questo gruppo a colpevolizzare gran parte degli attori sociali analogamente a quanto accade per i conservatori, seppur in misura di poco inferiore (cfr. Tab. 4).

Tab.4 - Risentimento pervasivo e orientamento politico (p = ,000)

Orientamento politico	Media	Deviazione std.
Progressista	-,0968	,9579
Conservatore	,1675	,9845
Disinteresse/assenza distinzione destra-sinistra	,1122	1,0863
<i>Totale</i>	<i>-,0009</i>	<i>1,0015</i>

A giudizio di chi scrive si tratta di un dato importante poiché consente di individuare nel risentimento un fattore capace di tenere insieme due delle tre anime che caratterizzano il Paese: la destra e il Movimento 5 Stelle, partito, quest'ultimo, che da sempre si batte per azzerare la distinzione fra destra e sinistra.

Il suo attuale successo, assieme a quello della Lega, può essere letto come il risultato della capacità di trasformare il risentimento “verso tutto e tutti” in un formidabile strumento di consenso. Nondimeno, occorre fare attenzione, perché l'abuso incontrollato di questa abilità può condurre verso sentieri indesiderati.

3. Rabbia e delusione come espressione del fallimento della democrazia rappresentativa

Il risentimento pervasivo, fin qui analizzato in chiave sociologica, non manca di registrare variazioni significative mano a mano che si procede ad indagare altri aspetti. Uno di questi è senza dubbio quello politologico, osservabile in prima battuta tramite le intenzioni di voto dichiarate dal campione di intervistati. Alla base di questa riflessione vi è l'ipotesi secondo la quale gli elettori, in un contesto caratterizzato da una profonda disaffezione verso la rappresentanza partitica (Manin 1995; Dalton e Wattenberg 2000; Biorcio 2003; Zola 2003; Kriesi *et al.* 2013; Dalton 2014), reagiscono diversamente alle sollecitazioni, dirette e indirette, del quadro politico italiano, poiché si avvalgono di punti di vista dissimili e sistemi di credenze spesso in netto contrasto (Converse 1964; 1990), così come osservato nel paragrafo precedente. D'altro canto, le formazioni che hanno costituito l'offerta politica delle elezioni 2018 si sono dotate di diverse strategie per il raggiungimento del consenso. All'interno di questo inedito scenario tripolare è possibile individuare in sintesi due impulsi contrapposti rivolti all'elettorato, l'uno di origine centripeta, l'altro di tipo centrifugo. Mentre il primo si è tradotto in un appello all'esigenza di assicurare continuità al governo del Paese, il secondo si è dimostrato particolarmente efficace nel proclamare un'inversione di rotta che fungesse da frattura con il passato, con l'intento di rinnovare l'intero sistema politico in virtù di una nuova direzione. Le riflessioni di Cartocci sulle peculiarità del passaggio dalla *Prima Repubblica* alla *Seconda Repubblica* risultano particolarmente significative per ripercorrere un cammino che arriva ai giorni nostri quasi senza soluzione di continuità, o, più cautamente, esse si dimostrano idonee all'individuazione di un parallelismo storico utile ad evidenziare alcune analogie fra gli aspetti critici di allora e quelli che caratterizzano l'Italia delle elezioni del 4 marzo.

Alla fine degli anni Ottanta il degrado della politica e le vaste dimensioni raggiunte dalla corruzione non erano ignote ai cittadini, parte dei quali peraltro ne traeva diretto giovamento attraverso una pluralità di canali: appalti truccati, pensioni indebitamente percepite, fitte reti di interessi clientelari. L'espansione del debito pubblico, cresciuto dal 65% al 125% del Pil nel decennio 1982-1992, costituisce la misura della diffusione capillare di quei modelli culturali. E infatti nel 1992, quando la crisi finanziaria è emersa in tutta la sua gravità e i vecchi equilibri strategici erano saltati, le risorse di moralità pubblica si sono rivelate insufficienti a sanzionare con l'arma del voto le colpe della classe politica. [...] In un quadro politico che si era così rimesso in movimento su scala planetaria, [...] i più larghi consensi elettorali hanno premiato nel 1994 proprio i fautori di opzioni populiste, che cioè

hanno fondato la loro proposta politica sulla faglia che divide i cittadini dalle istituzioni, predicando soluzioni palinogenetiche (Cartocci 2002, pp. 20-21).

All'alba dei risultati elettorali è stato evidente come la maggioranza degli aventi diritto al voto, in linea con analoghe tendenze nazionali presenti in altri Paesi occidentali⁷, abbiano propeso per quegli schieramenti politici che oggi rappresentano la spinta populista e l'anti-politica. Tali movimenti e partiti, proprio cavalcando l'onda del diffuso risentimento, hanno decretato la loro vittoria dichiarandosi portatori dei valori della rinascita e della riorganizzazione, denunciando l'inadeguatezza del sistema politico-istituzionale e proponendone una *tabula rasa*. Prendendo in considerazione i dati sull'orientamento politico degli intervistati (cfr. Tab. 5), utilizzato in una versione più analitica rispetto a quanto visto in precedenza (cfr. par. 2), è evidente che soltanto coloro che si collocano nel centro-sinistra presentano un livello di risentimento inferiore alla media dell'intero campione, mentre le altre posizioni (compresi quei casi di assenza di una chiara identificazione lungo l'asse ideologico) sono caratterizzate da valori più elevati.

Tab.5 - Risentimento pervasivo e orientamento politico ($p = ,001$)

Orientamento politico	Risentimento pervasivo			
	1° Fattore ACP		Valore medio su scala (0-5)	
	Media	Dev. Std.	Media	Dev. Std.
Centro Sinistra	-,0968	,9579	2,5087	,8778
Centro	,1004	,8008	2,7218	,7389
Centro Destra	,1860	1,0305	2,8319	,9536
Non so, la politica non mi interessa particolarmente	,1105	1,1834	2,7636	1,0909
Non so, la distinzione destra-sinistra non esiste più	,1126	1,0612	2,7254	,9883
<i>Totale</i>	-,0009	<i>1,0015</i>	<i>2,6143</i>	<i>,9253</i>

Le differenze di una tale disposizione al risentimento da parte degli elettori si acquiscono ulteriormente se si considerano in maniera più analitica le scelte di voto che ricadono sui principali schieramenti politici (cfr. Tab. 6). Nello specifico, i valori più elevati sono stati registrati dai sostenitori della Lega e del M5S, seguiti dagli altri partiti di destra; mentre a fare da contraltare vi è l'universo del centro-sinistra, il quale è contraddistinto da livelli medi significativamente inferiori. Resta da chiedersi, alla luce di questi risultati, quanto avrà inciso sul grado di risentimento generalizzato l'indulgenza degli elettori di sinistra – con particolare riferimento a chi ha dichiarato di riconoscersi nel PD – “dovuta” all'identità della formazione

⁷ Probabilmente, è il caso di parlare di un'unica corrente sovranazionale, alimentata *in primis* dall'instabilità del sistema economico-finanziario mondiale, che ha indotto popoli e governi a limitare la cooperazione a favore di un assetto prioritario di natura particolaristica e protezionistica.

politica uscente. Similmente, gran parte di coloro che si sono collocati a destra, così come gli elettori del M5S, avranno manifestato il loro disappunto in maniera spiccatamente emotiva, alimentando spinte che originano nella “pancia” e sfociano talvolta nell’anti-politica, talaltra nella storica contesa ideologica.

Tab.6 - Risentimento pervasivo e intenzioni di voto ($p = ,000$)

Intenzioni di voto (principali partiti)	Risentimento pervasivo			
	1° Fattore ACP		Valore medio su scala (0-5)	
	Media	Dev. Std.	Media	Dev. Std.
Partito Democratico	-,1929	1,0154	2,4319	,9325
+Europa	-,2866	,9108	2,3527	,8320
Liberi e Uguali	-,2619	,8629	2,3466	,7835
Altri partiti Sinistra	-,1552	,7287	2,4197	,6475
Movimento 5 Stelle	,1559	1,0200	2,7555	,9444
Lega	,3105	,8767	2,9771	,8222
Forza Italia	,1316	1,1009	2,7772	1,0285
Fratelli d’Italia	,0767	1,0140	2,7463	,9268
Altri partiti Destra	,0980	1,1449	2,7946	1,0624
<i>Totale</i>	-,0001	<i>1,0026</i>	<i>2,6156</i>	<i>,9263</i>

Tuttavia, se si circoscrive il risentimento alle sole categorie strettamente afferenti alla dimensione politico-economica, vale a dire a *politici, dirigenti pubblici, speculatori finanziari e banchieri*⁸, riemerge con più chiarezza un indiscriminato atteggiamento di colpevolizzazione che trascende le identità politiche dichiarate (cfr. Tab. 7). A tal proposito, si potrebbe avanzare l’ipotesi secondo la quale un tale raggruppamento di categorie possa essere indicativo di quei *poteri forti* tacciati di non rappresentare adeguatamente le istanze dei cittadini, poiché attraverso le loro decisioni si orienterebbe l’operato del Paese e si definirebbero le sue priorità da un punto di vista politico-economico complessivo. L’obiettivo ultimo di una tale prospettiva d’analisi sarebbe, dunque, quello di verificare se il risentimento diffuso abbia origine dal disagio sociale provocato dal fallimento del principio di delega. In altre parole, in una democrazia rappresentativa, il susseguirsi di formazioni di governo che hanno disatteso costantemente le aspettative dell’opinione pubblica potrebbe aver creato un clima di astio verso la classe politica, la sua inadeguatezza e corruzione, di sofferenza verso le disuguaglianze che persistono e si percepiscono specialmente fra i non garantiti; al punto da ricercare, in alcuni casi, una soluzione nella corrente anti-politica e populista (cfr. par. 1).

⁸ Si è scelto di escludere dall’analisi le categorie *magistrati e chiesa* poiché queste sono spesso associate a specifici universi valoriali e sistemi di credenze, pertanto, l’inserimento di tali categorie avrebbe potuto modificare significativamente i risultati. Inoltre, l’esclusione dei *giornalisti*, che nell’insieme di *item* corrisponderebbe al “quarto (e quinto) potere” dell’ordine costituito, è stata effettuata per restringere più efficacemente il campo d’osservazione, ritenendo l’informazione principalmente uno strumento di *mediazione* fra rappresentanti e rappresentati.

Tab.7 - Risentimento verso le principali categorie del sistema politico-economico e intenzioni di voto ($p = ,000$)

Intenzioni di voto (principali partiti)	Risentimento verso i "poteri forti" (sfera politico-economica, valore medio su scala 0-5)	
	Media	Dev. Std.
Partito Democratico	3,2718	1,4293
+Europa	3,0840	1,4059
Liberi e Uguali	3,4420	1,3185
Altri partiti Sinistra	3,8111	1,2389
Movimento 5 Stelle	3,8099	1,3526
Lega	3,5627	1,4168
Forza Italia	3,5557	1,5274
Fratelli d'Italia	3,4522	1,3697
Altri partiti Destra	3,4554	1,5191
<i>Totale</i>	3,4938	<i>1,0026</i>

Ancora una volta, le evidenze empiriche hanno confermato che il risentimento, seppur diffuso significativamente su tutto il campione d'indagine, si concentra fra gli elettori di destra, centro e centro-destra. Tuttavia, un elemento di discontinuità rispetto a quanto osservato finora riguarda il dato registrato dai partiti "residuali" di centro-sinistra. Ciò è dovuto probabilmente al fatto che questi partiti minori (*Potere al Popolo* su tutti) occupano una posizione più vicina ad una delle due estremità dell'asse ideologico destra-sinistra. In altre parole, è possibile che una sinistra radicale, evidentemente decentrata, si mostri particolarmente incline al rifiuto di atteggiamenti di compromesso concordati con altre forze politiche di orientamento dissimile (finanche opposto). Nello specifico, ci si riferisce alle posizioni moderate assunte dal Partito Democratico sotto la guida di Matteo Renzi. Le politiche del premier uscente, infatti, nel tentativo di stabilizzare un largo consenso (fra elettori, parlamentari e pressioni comunitarie e sovranazionali), funzionale al governo del Paese, se da un lato hanno rappresentato un'apertura verso un elettorato centrista, dall'altro hanno minacciato l'identità di una sinistra progressista ed egualitaria⁹.

Particolarmente interessante risulta il confronto fra il livello di *sofisticazione politica*¹⁰ degli intervistati ed il grado di risentimento pervasivo registrato (cfr. Tab. 8). Esso restituisce una distribuzione campanulare rovesciata, tale per cui, ad una scarsa o nulla sofisticazione si

⁹ A tal proposito, risulta particolarmente emblematico il frequente appello al "voto utile" ad opera del Partito Democratico durante i fatidici giorni di una campagna elettorale giocata perlopiù in difesa.

¹⁰ Alcune varianti del presente concetto si riferiscono al "coinvolgimento politico", alla "competenza politica" (Almond e Verba 1963), alla "*political expertise*" (Fiske, Lau e Smith 1990; Lawrence 2003) o alla "consapevolezza politica" (Zaller 1991, 1992). Il presente indice di sofisticazione politica è stato costruito prendendo in considerazione le seguenti variabili: *livello di istruzione, informazione politica, interesse per la politica, impegno per la politica, frequenza d'esposizione all'informazione* – anche con particolare riferimento alla campagna elettorale – e *varietà della dieta mediale* (canali tradizionali e canali digitali). Per eventuali richieste di approfondimento sulle modalità di costruzione dell'indice, scrivere ad ernesto.calo@uniroma1.it.

associa un valore di risentimento al di sopra della media. Lo stesso valore tende a diminuire in corrispondenza dell'area di media sofisticazione, per poi ricrescere fra i maggiormente sofisticati. A partire da tali evidenze empiriche, è possibile considerare alcune congetture relative ad una duplice natura del risentimento acuto. Nello specifico, il grado elevato riscontrato nei “non sofisticati” è presumibilmente riconducibile al risultato di un'esposizione mediatica costante¹¹ – oltreché all'influenza dei contesti micro-sociali dell'interazione interindividuale che contribuiscono a plasmare l'atteggiamento verso il discorso politico – associata ad un'interpretazione, spesso superficiale ed incauta, di una propaganda volutamente aggressiva. Invece, il dato registrato dai maggiormente sofisticati incarna appieno la delusione “consapevole” di quegli elettori, soprattutto orientati a centro-sinistra, che potrebbero aver utilizzato le loro dichiarazioni alla stregua di un atto di protesta, volto a smuovere le coscienze in funzione di una pressione che origina e si consolida nell'opinione pubblica.

Tab.8 - Risentimento pervasivo e sofisticazione politica ($p = ,005$)

Indice di sofisticazione politica	Risentimento pervasivo			
	1° Fattore ACP		Valore medio su scala (0-5)	
	Media	Dev. Std.	Media	Dev. Std.
Scarsa/nulla sofisticazione politica	,0506	,9903	2,6612	,9132
Media sofisticazione politica	-,0786	,9923	2,5411	,9146
Alta sofisticazione politica	,0399	,9298	2,6361	,8650
<i>Totale</i>	-,0021	,9878	2,5940	,9113

Per ciò che concerne gli elettori che si iscrivono nei fenomeni dell'astensionismo e dell'indecisione di voto, il risentimento generalizzato di questi risulta essere più elevato in confronto a quei votanti che hanno dichiarato di avere un riferimento (più o meno solido) fra le alternative dell'offerta politica (cfr. Tab. 9). Si tratta di uno scostamento dal valore medio che si mostra ancor più marcato se si considerano i soli astensionisti, gran parte dei quali individua nella scelta ultima del non voto (o dell'annullamento della scheda elettorale) la concretizzazione di un atto simbolico espressivo dello stesso risentimento.

Infine, l'analisi del comportamento di voto nel tempo¹² in riferimento al risentimento, fornisce preziose indicazioni circa il successo degli “outsider” M5S e Lega¹³.

¹¹ In tal senso, si considerino gli effetti di una campagna elettorale *permanente*, ospitata, tra l'altro, dai principali *Social Network* e caratterizzata da toni aggressivi e da messaggi di allarmismo generale.

¹² Il riferimento temporale considerato in questa sede osserva il comportamento elettorale delle tornate 2008 e 2013 in aggiunta alle intenzioni di voto 2018. Sono stati esclusi dalla presente analisi il voto coerente, l'astensionismo costante, le prime esperienze di voto (dovute alla mera questione anagrafica dei neo-elettori), e coloro che hanno dichiarato di essere

Tab.9 - Risentimento pervasivo e comportamento di voto preventivato ($p = ,005$)

Voto/Astensione/Indecisione	Risentimento pervasivo			
	1° Fattore ACP		Valore medio su scala (0-5)	
	Media	Dev. Std.	Media	Dev. Std.
Voto definito	-,0471	,9974	2,5733	,9218
Astensione/Annullamento	,1296	1,0504	2,7392	,9791
Indecisione	,0594	,9857	2,6655	,9078
<i>Totale</i>	-,0000	<i>1,0000</i>	<i>2,6152</i>	<i>,9239</i>

A partire da tali risultati (cfr. Tab. 10), infatti, si può assumere che la volatilità (e volubilità) del voto in direzione di queste forze politiche emergenti possa rappresentare il tentativo di questi *elettori fluttuanti* di rimediare alle scelte passate (o quantomeno di prenderne le distanze a posteriori), scalzando i presunti artefici del risentimento e riponendo la fiducia (quel che ne resta) verso inedite formazioni. Questi flussi elettorali verso tali opzioni populiste risultano comprensivi di casi di ritorno alle urne, in cui un forte risentimento (fra i più alti registrati in tabella) pare aver funzionato da stimolo per una rinnovata partecipazione elettorale.

Tab.10 - Risentimento pervasivo e transizione verso le nuove forze politiche emergenti ($p = ,000$)

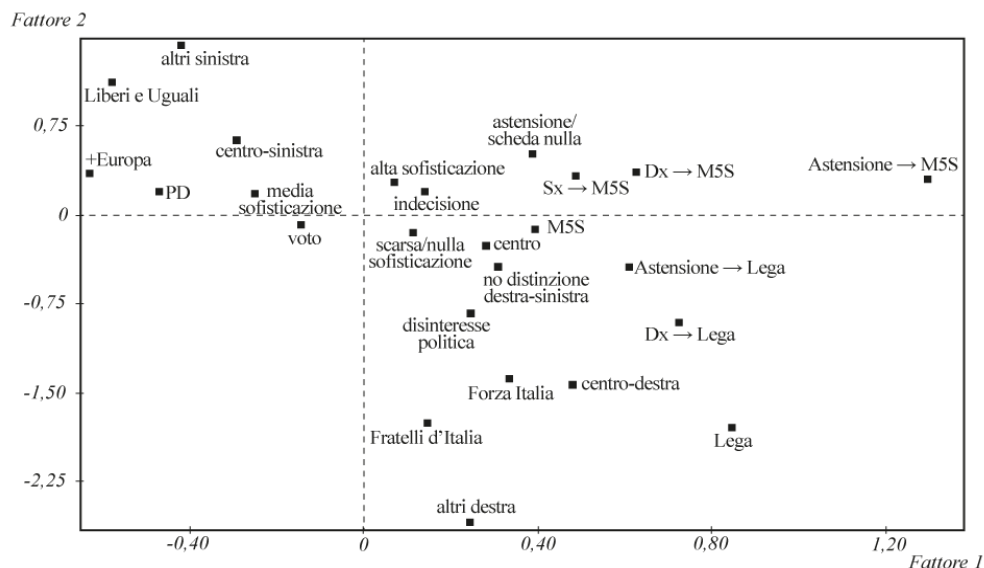
Passaggi verso le forze politiche emergenti	Risentimento pervasivo			
	1° Fattore ACP		Valore medio su scala (0-5)	
	Media	Dev. Std.	Media	Dev. Std.
Dal centro-destra al M5S	,2420	,9539	2,8253	,8804
Dal centro-sinistra al M5S	,1809	1,0057	2,7612	,9175
Dall'astensione al M5S	,5288	,5112	3,1010	,5122
Dall'astensione alla Lega	,1527	1,1206	2,8068	1,0409
Dal centro-destra alla Lega	,1838	,9751	2,7780	,8947
<i>Totale</i>	-,0014	<i>1,0013</i>	<i>2,6138</i>	<i>,9250</i>

Per concludere, prima di soffermarsi sugli aspetti principali connessi alla “seconda anima” del risentimento (cfr. par. 4), la rappresentazione grafica riportata in Figura 1, esito dell’analisi multivariata, fornisce un raccordo sintetico fra ciò che è stato finora esaminato rispetto ad entrambi i fattori del risentimento.

indecisi. Ad ogni modo, per garantire la validità del raffronto fra medie, sono stati presi in considerazione i valori medi (della prima componente e dell’indice di risentimento su scala) relativi all’intero campione.

¹³ Ovviamente, una tale posizione comporta un notevole vantaggio. Difatti, entrambi i suddetti schieramenti sono alla prima esperienza in ambito politico nazionale, pertanto non possono essere accusati di un passato che, in sostanza, non esiste. Un ulteriore vantaggio è costituito dall’opportunità di mostrarsi come “opposizione”, rimarcando l’inefficienza della linea uscente e proponendo un nuovo indirizzo atto a rappresentare una svolta.

Fig.1 - Proiezione sugli assi fattoriali delle variabili considerate



4. Il risentimento mirato: quando l'Altro è una minoranza

Una caratteristica trasversale dei movimenti di matrice populista è l'insistenza su una o più categorie di *altri*, di *diversi da sé* da osteggiare e sconfiggere, quale presupposto di unitarietà interna, stante anche l'inesistenza per ciascuna delle forze politiche di più recente istituzione di un'ideologia più complessa ed articolata di riferimento (Revelli 2017, Diamanti e Lazar 2018). Oltre alle classi dirigenti e ai partiti tradizionali (le élite), descritti come invischiati in logiche di potere ed esclusivamente concentrati su interessi di natura particolaristica¹⁴, non di rado l'altro da sé è rappresentato dagli ebrei, dai musulmani, dagli immigrati in generale, dai rom (l'atteggiamento di chiusura verso le altre etnie – che talvolta assume il volto del razzismo - andrebbe, almeno a parole, a difesa delle radici culturali e religiose). Quando si combinano con fenomeni di allarmismo sociale e fobia l'insicurezza ed il risentimento sfociano nel concreto in un atteggiamento di aperto e radicale contrasto verso il fenomeno migratorio.

Anche i dati a nostra disposizione, come altre ricerche sul tema, confermano che, oltre ad un atteggiamento di demonizzazione verso gran parte delle istituzioni tradizionalmente intese, esiste un risentimento “mirato”, diretto verso le categorie sociali più vulnerabili; oltre

¹⁴ L'orientamento più diffuso fra le forze politiche post-ideologiche pare essere di natura spiccatamente antieuropeista e sovranista.

alle minoranze etnico-religiose (viste come minaccia su più fronti: economico-lavorativo, politico, culturale-valoriale – cfr. Campelli 2004a, Agnoli, a cura di, 2004, Cipollini, a cura di, 2002), sono considerati devianti e *outsider* in determinate frange dell’elettorato anche gli omosessuali, spesso incolpati di corrompere il tradizionale concetto di famiglia e il sistema etico-valoriale consolidato.

L’Analisi delle Componenti Principali (ACP), applicata alla batteria di domande sul risentimento sociale, ha permesso di individuare un secondo fattore, che spiega il 12% della varianza totale e richiama nella sua struttura la sopra citata attribuzione di colpe e responsabilità per i problemi del Paese ad alcune categorie marginali (cfr. Tab. 11, in cui spiccano gli elevati *component loading* rispetto agli item *immigrati*, *rom* e *omosessuali*). Tale forma di risentimento è più spiccata tra gli uomini, tra le persone con titolo di studio più basso, tra lavoratori autonomi e quanti svolgono professioni poco qualificate; tra soggetti, più in generale, caratterizzati da un basso livello di sicurezza esistenziale.

Tab.11 - Il risentimento “mirato”: seconda componente estratta ($p \leq .005$)

Item	2° Fattore
Intellettuali	,087
Imprenditori	-,321
Immigrati	,635
Politici	-,251
Speculatori finanziari	-,350
Criminalità organizzata	-,347
Impiegati pubblici	,144
Magistrati	,330
Giornalisti	,109
Sindacalisti	,196
Evasori fiscali	-,358
Banchieri	-,231
Rom	,605
Dirigenti pubblici	-,008
Clero	,013
Omosessuali	,618
Tutti i cittadini	-,210

Se ci spostiamo sulla dimensione valoriale, le forme di ostilità più dure si registrano (in tutti i casi con $p = ,000$) entro i profili che attribuiscono una centralità alla religione cattolica, fortemente tradizionalisti, votati alla difesa della proprietà privata e degli interessi individuali, con atteggiamento giustizialista, con posizioni dichiaratamente anti-europeiste.

Rispetto agli indicatori afferenti alla dimensione politica, infine, coerentemente con quanto delineato sul piano dell’offerta elettorale (per l’Italia possiamo riferirci in particolare

alle proposte della Lega di Salvini), si prospetta il seguente tipo di elettore ($p \leq ,005$): egli ha un orientamento di destra (oltre che, in particolare, dell'elettore della Lega, si tratta in senso lato di tutti gli intervistati afferenti al polo conservatore – cfr. Tabb. 12, 13), non spicca per particolari forme di associazionismo di tipo politico o sociale, ha una dieta mediale poco variegata e tendenzialmente si informa poco, è un soggetto in linea di massima ricettivo-passivo rispetto ai contenuti politici (sia che gli stimoli siano formulati offline, siano essi proposti dalla Rete), mostra un generale disinteresse verso la politica e, conseguentemente, si dichiara disimpegnato.

Tab.12 - Risentimento “mirato” e intenzioni di voto ($p \leq ,005$)

Intenzioni di voto	2° Fattore	
	Media	Dev. Std.
Polo conservatore	1,2924	1,1590
Polo progressista	-,3328	,7980
Movimento 5 Stelle	,0430	,8381
Scheda Bianca/Non Voto	,1283	1,0278
Indecisi	-,0891	,8961
<i>Totale</i>	,0039	,9997

Tab.13 - Risentimento “mirato” e intenzione di voto per i tre partiti più votati ($p = ,000$)

Intenzioni di voto	2° Fattore	
	Media	Dev. Std.
Lega	1,3339	1,2617
Movimento 5 Stelle	,0430	,8381
PD	-,0883	,7816
<i>Totale (532)</i>	,0054	,8989

Venendo al dato sui problemi del Paese percepiti come urgenti (cfr. Tab. 14) e concentrandoci in particolare sull'opzione “contrastare il fenomeno dell'immigrazione”, di nuovo è l'elettore del polo conservatore ed in particolare quello della Lega ad esprimere più fortemente questa urgenza (in tal senso l'elettore del M5S mostra una posizione più vicina a quella dell'elettore PD, esprimendo una particolare sensibilità verso le disuguaglianze sociali e, pur condividendo con l'area di centro-destra un atteggiamento latamente giustizialista in tema di sicurezza, non sembra osteggiare apertamente gli immigrati).

Se per semplicità raggruppiamo in un'unica modalità definita *sicurezza* le originarie opzioni *contrastare il fenomeno dell'immigrazione*, *contrastare il terrorismo*, *contrastare la criminalità*, *risolvere i conflitti internazionali* il quadro delle associazioni significative ($p \leq ,005$) si mostra del tutto coerente con quanto sopra descritto a proposito del risentimento verso le categorie sociali vulnerabili.

Tab.14 - Intervento principale che la politica dovrebbe realizzare prioritariamente per il bene del Paese: % sulle risposte (Lega, M5S, PD)

	Elettore Lega	Elettore Coalizione CD	Elettore Destra in generale	Elettore M5S	Elettore PD
Rafforzare le politiche ambientali	3,4	2,9	2,7	6,9	8,0
Contrastare il fenomeno dell'immigrazione	26,5	20,8	23,5	6,0	1,4
Migliorare le condizioni dei lavoratori	11,5	12,9	14,9	14,8	14,3
Risolvere i conflitti internazionali		1,1	1,1	0,7	1,4
Tassare in proporzione al reddito	3,4	2,2	2,1	7,5	5,5
Abbassare le tasse a tutti	13,9	16,1	16,2	4,8	3,3
Agevolare le imprese	11,5	10,0	9,3	10,4	6,8
Contrastare il terrorismo	4,6	3,2	2,9	1,2	1,9
Contrastare l'evasione fiscale	8,0	7,9	6,4	12,1	19,6
Rendere efficiente la PA	1,1	3,2	2,9	6,4	7,6
Investire nella sanità pubblica	2,3	5,0	4,0	5,2	3,3
Investire nelle politiche sociali		0,7	1,3	3,7	4,8
Investire in istruzione e ricerca	4,6	4,3	4,5	11,1	14,5
Contrastare la criminalità	9,2	9,7	8,2	9,2	7,6
<i>Totale</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Focalizzando l'attenzione sui tre principali partiti italiani del momento (Lega, M5S e PD), l'analisi della campagna elettorale online restituisce un quadro chiaro e coerente che connette un certo tipo di elettore, quello risentito o ostile verso le minoranze, con determinati contenuti comunicativi e messaggi politici. Pensando alla diade elettore-partito (o movimento politico) - mediata dalla Rete ed in particolare dai *Social*¹⁵ - sembra emergere, da un lato, un elettore che "orienta la comunicazione politica" oltre ad "esserne condizionato", dall'altro, attori politici che "sfruttano l'ondata di risentimento" (di fatto alimentandolo e contribuendo ad acuirlo) oltre, per così dire, a "tenerne conto", esprimendo idee e promesse in campagna elettorale volte a soddisfare i bisogni più stringenti del proprio target elettorale (Boccia Artieri 2016, Cepernich 2017). La Lega, grazie anche ad una spiccata presenza sui *Social* in fase di campagna elettorale, ha sostanzialmente cavalcato l'onda dell'insicurezza, facendo del contrasto all'immigrazione il proprio cavallo di battaglia e "normalizzando" un atteggiamento e un linguaggio ostili. Un tema complesso come quello del risentimento sociale è stato sovente interpretato e ridotto alla contrapposizione tra italiani e non, facendo leva su un elettore convinto – o portato a convincersi – che la chiusura nei confronti degli immigrati, vero e proprio capro espiatorio, costituisca una soluzione ai diversi problemi del Paese. La Lega concepisce gran parte dei contenuti politici che esprime a partire dai fatti di cronaca (si

¹⁵ Come è noto, i *Social Network* consentono l'attivazione di interazioni di carattere simmetrico e asimmetrico (elettore-leader ed elettore-elettore) e favoriscono le influenze reciproche, compreso, a nostro avviso, l'alimentarsi di fenomeni di rabbia e risentimento sociale (basti pensare al tenore dei commenti riportati sotto i post delle pagine ufficiali di leader e partiti, il cui tratto predominante è quello della violenza verbale e dell'invettiva).

pensi al peso massiccio della cronaca nera nell'ultima campagna e, a titolo esemplificativo, ai fatti di Macerata), entro i quali, non di rado, i protagonisti sono rappresentati da immigrati e clandestini (sorpresi a rubare, violentare, uccidere, delinquere in senso lato). I suoi bersagli sono la sinistra e l'Europa, da una parte, l'immigrazione intesa come minaccia per la sicurezza dell'Italia e degli italiani, dall'altra. I riferimenti di carattere xenofobo, nazionalista ed antieuropeista si rintracciano nella scarna e ridondante aggettivazione¹⁶ utilizzata nella messa a punto dei propri messaggi politici (*clandestino, immigrato, egiziano, africano, criminale, islamico, irregolare, pericoloso*, giusto per citarne qualcuno), negli *hashtag* impiegati più di frequente (*#primagliitaliani, #stopimmigrazione*), in una molteplicità di espressioni-chiave registrate in fase di classificazione e analisi dei post (*finti profughi, business dell'immigrazione, pusher marocchino, aumento degli stranieri, ridurre gli sbarchi, stranieri denunciati, violenza sulle donne, espellere clandestini, stop invasione, basta con l'ipocrisia, rapporto shock immigrazione, sinistra buonista*, ecc.). Per la Lega come per gli altri partiti è risultato che i temi in campagna siano stati generalmente accennati, quasi mai approfonditi, ultra-semplificati. Poco si è investito circa l'approfondimento e il dibattito, molto sul marketing e sul potere attrattivo dell'immagine, altrettanto sulla denigrazione di avversari politici e sociali, passando, nel caso specifico del problema dell'immigrazione, dalla necessità di governo del fenomeno alla rivitalizzazione di vecchi stereotipi, conditi di risentimento e violenza verbale serrata (per la Lega il problema della sicurezza del Paese è completamente schiacciato sulla figura dell'immigrato, tant'è che ben il 48% dei post pubblicati nel corso della prima settimana di *digital campaign* riguarda l'*issue* della *giustizia-sicurezza della nazione*).

Per chiudere rispetto ad una sorta di *circolo vizioso del risentimento*, che coinvolge elettori, media e specifiche forze politiche attualmente forti più che mai, è possibile richiamare un ultimo dato: mentre M5S e PD – laddove l'attività di *posting* sia più articolata, mirata e meno generica – contemplanò nel proprio messaggio politico il riferimento alle categorie sociali che meritano maggiore attenzione e protezione (donne, bambini, anziani, disabili e omosessuali nel 22,2% dei post del PD, giovani e lavoratori nel 17,1% dei post del M5S¹⁷), la Lega semplicemente ha a cuore il destino di una massa apparentemente uniforme costituita dagli *italiani*, laddove invece il pericolo è rappresentato dalla presenza straniera (indicata nel 20,8% dei post).

¹⁶ È emerso che un'aggettivazione che faccia riferimento al concetto di razza e, più in generale, presenti elementi discorsivi di tipo discriminatorio abbia a che fare con circa il 17% dei post della Lega (tale percentuale si azzera di fatto nei post di M5S e PD).

¹⁷ Circa il 70% dei post trasversalmente intesi non si esprime su specifiche categorie sociali.

5. La politica contro la politica: la costruzione del consenso a partire dal risentimento

La campagna elettorale per le politiche 2018, in linea con la definizione di campagna elettorale postmoderna permanente (Bimber 2003), è stata caratterizzata dai toni esclusivamente propagandistici della politica, dal marketing politico applicato alla promozione di nuove forme di leadership, dalla sovrabbondanza dell'informazione e dal prevalere dell'opinione pubblica sulla politica, nonché dall'uso della Rete agito da un elettorato più fluido e volatile (Norris 2000). Scenario intimamente connesso al venir meno del protagonismo dei partiti politici tradizionalmente intesi "vittime di processi di disallineamento ideologico" (Sorice 2011) e minati da una consistente crisi della rappresentanza politica, che ha comportato il progressivo indebolimento dell'identificazione partitica intesa come vicinanza affettiva elettore/partito. In relazione a ciò, osservando da una prospettiva diacronica il rapporto fiduciario elettori/partiti, secondo Itanes nel 1968 il 77,8% degli elettori italiani si considerava *molto o abbastanza vicino ad un partito politico*, mentre nel 2008 l'identificazione partitica degli italiani precipita al 23,3% (Bellucci e Segatti 2011). In aggiunta a ciò, stando a quanto stabilito dal Censis (2016), soltanto l'1,6% dei cittadini italiani riponeva fiducia in un partito politico. Trend evidentemente negativo che trova conferma nei risultati della nostra analisi. Infatti, come già argomentato in precedenza, sono i politici ad essere indicati come i principali responsabili della attuale condizione italiana, con un grado di risentimento medio pari a 4,02 (scala 0-5). Andando a considerare il dato rispetto alle intenzioni di voto circa i tre principali partiti italiani, notiamo come questo descriva, in relazione alle specificità dei partiti stessi, diverse tendenze. Il grado di risentimento nei confronti della classe politica degli elettori che dichiarano di votare per la Lega è in linea con la media generale del campione (4,1), quello del Movimento 5 Stelle è al di sopra del valore campionario (4,3), mentre al contrario quello afferente agli elettori del Partito Democratico risulta essere ben al di sotto di esso (3,4). La stessa differenza percettiva la si riscontra andando a focalizzare la nostra attenzione sul grado di fiducia del campione in relazione ai partiti politici. In linea con i dati Censis sopracitati, il grado di fiducia dei nostri intervistati nei confronti dei partiti politici è pari all'1,17 (scala 0-5). Andando ad indagare il livello medio di fiducia nei confronti dei tre partiti considerati emerge come gli elettori meno sfiduciati siano quelli del PD (2,02), al contrario di quelli della Lega (0,9) e del M5S (0,6) che rasentano l'assenza di fiducia.

A partire dallo scenario prospettato in introduzione ed in linea con quanto fino ad ora descritto si fa largo l'ipotesi che la nuova scena politica mediatizzata oggetto di consistenti stravolgimenti, sia la sede privilegiata di strategie comunicative *negative* e di attacco degli

avversari tese ad ottenere il consenso puntando all'elaborazione di messaggi fortemente emotivi capaci di intercettare la sfiducia del corpo elettorale. Guardando all'analisi dei contenuti della campagna, notiamo come risentimento e sfiducia, elaborati nei toni di una strategia di *negative campaign*, siano stati tra gli ingredienti principali della campagna elettorale. Alla luce dei dati lavorati e della performance comunicativa dei tre partiti, in relazione alla natura stessa delle forze politiche considerate, la Lega ed il M5S, pur per fattori diversi, sono da considerarsi come i casi di studio più interessanti dal punto di vista della triade *propaganda/risentimento/elettore*. Il PD, invece, erede ultimo dei partiti del centro-sinistra e minato al suo interno da una profonda scissione, articola la sua campagna elettorale lungo l'asse valoriale e di identità politica tipico di una campagna elettorale tradizionale. La strategia adottata dai partiti politici nel periodo di campagna elettorale è stata monitorata attraverso la variabile *Funzione del Post* (cfr. Tab. 15).

Tab.15 - Funzione del post (stile prevalente registrato)

Funzione	%
Negative	8,4
Negative Comparing	2,9
Dichiarazioni fondate su dati	9,4
Ironia/Parodia/Sarcasmo	1,9
Paura/preoccupazione	8,8
Cronaca	17,5
Successi politici (passato)	1,0
Programma	12,3
Political Issues	3,1
Identità, appartenenza, valori	1,5
Feeling good	3,6
Agenda mediale	5,0
Agenda sul territorio	11,9
Mobilizzazione online	11,7
Fundraising	1,0
<i>Totale</i>	<i>100,0</i>

Sono state, quindi, elaborate tre macro-categorie di classificazione delle strategie principali: *negative campaign*, che racchiude le funzioni di attacco e denigrazione dell'avversario; *proposta politica*, che illustra i punti di programma e le azioni svolte dai partiti facendo anche leva su un aspetto ideologico e valoriale; *engagement*, che punta a coinvolgere l'elettore in attività di mobilitazione online.

Osservando la tabella, è confermata l'ipotesi per cui i partiti politici propendano per l'adozione di una strategia dai toni complessivamente negativi. Infatti, circa il 48,8%¹⁸ dei

¹⁸ Si tratta della percentuale cumulata riferita all'area della tabella evidenziata in grigio scuro (cfr. Tab. 15).

post pubblicati mira a persuadere l'elettore: 1) denigrando l'avversario politico (l'11% circa dei post – modalità *negative* e *negative comparing*); 2) denunciando circostanze di rilevanza politica attraverso l'uso di dati statistici (il 9,4% dei post – modalità *dichiarazioni fondate su dati*); 3) generando paura e preoccupazione tra gli elettori rispetto agli eventi denunciati (l'8,8% dei post – modalità *paura/preoccupazione*); 4) richiamando specifici fatti di cronaca particolarmente evocativi/drammatici (il 17,4% dei post – modalità *cronaca*). Indagando il dato in relazione all'attività dei singoli partiti emerge come la Lega sia il partito maggiormente orientato alla *negative campaign*, pubblicando prevalentemente post che richiamano fatti di cronaca nera o di illegalità (il 19%), capaci di scuotere emotivamente l'elettore, così indotto a provare paura e preoccupazione (l'11%). Anche il M5S adotta la strategia *negative* attaccando direttamente i partiti avversari in uno scontro diretto sulla proposta politica (il 10%) e servendosi di dati statistici per mettere in risalto ciò che lo differenzia dagli altri (13%). Il PD, partito di governo uscente, è l'unico a non prediligere la strategia *negative*; concentra, infatti, la sua comunicazione sulla produzione di materiali esplicativi della propria proposta politica, puntando ad argomentare ed illustrare le azioni compiute e i punti di programma, a costruire l'immagine di una forza responsabile (il 37%).

La Lega ed il M5S sono i due partiti che più degli altri rappresentano una novità nel panorama politico italiano. Infatti, se la Lega, partito di lungo corso, si afferma con le politiche 2018 spostando in maniera definitiva il suo asse da una dimensione territoriale ad una nazionale (in linea con quello che era già avvenuto in occasione delle elezioni regionali siciliane del 2017), il M5S è la forza politica post-ideologica che ha definitivamente scardinato l'asse bipolare di alternanza destra/sinistra. Queste due affermazioni di identità e di costruzione del consenso, pur secondo logiche dissimili, sono entrambe basate sull'inclinazione a marcare la differenza con l'Altro e legate alla retorica dell'antipolitica. Infatti, in una dimensione di politica spettacolarizzata ed indissolubilmente legata al sistema dei media (Mazzoleni e Sfardini 2009), i toni della *hate politics* sembrano essere i richiami più efficaci per l'attenzione del pubblico (Westen 2008). Come direbbe Sorice (2012), “le nuove identità politiche possono svilupparsi solo evidenziando la loro peculiare “alterità” rispetto alle forze politiche già attive”. La costruzione di identità dei due partiti è quindi basata sull'alterità, che, da un lato, non può prescindere da una semplificazione del linguaggio in grado di delineare in maniera chiara i contorni della nuova proposta politica; dall'altro, è tesa a prediligere quelle narrazioni antitetiche in grado di definire il soggetto in relazione allo scontro.

Se per semplificazione del linguaggio assumiamo il paradigma del *dumbing down* (Temple 2006) – che rimanda ad un’assimilazione delle vicende politiche narrate attraverso le lenti della cultura di massa, con un conseguente abbassamento del livello di complessità e di tono del discorso politico – per retorica antipolitica consideriamo la classificazione articolata in tre strategie discorsive: *retorica antisistema*, *retorica antipartitica*, *retorica antipolitica* (Campus 2006). Lega e M5S, avversi ai “politici di professione” e alla “casta”, protagonisti del “nuovismo”, diversi dalla “vecchia politica” organizzano il consenso lungo l’asse *noi/loro* pur facendo riferimento ad elettorati profondamente diversi.

La Lega incentra la sua *negative campaign* sulla violenza verbale e simbolica senza particolari proposte politico-programmatiche. I bersagli della sua propaganda *negative* sono la sinistra, l’Europa e, come già ampiamente argomentato, l’immigrazione. La tendenza *negative* del M5S è in linea con la sua natura di movimento politico post-ideologico che punta a costruire la propria immagine secondo una strategia di denuncia e contrasto verso l’avversario politico, conducendo una propaganda elettorale perlopiù orientata contro la sinistra ed il PD.

Sorprende come entrambi i partiti *si definiscano non definendosi* e attraggano il consenso degli elettori costruendo una mappa di ciò che non sono: *la politica (si nutre) dell’antipolitica*. Se, come appare evidente, i due partiti considerati cavalcano il risentimento pervasivo tra gli elettori contro la politica intercettando gli umori prevalenti della società, è anche vero che questo atteggiamento non argina la sfiducia, ma tende ad incrementarla, con il rischio – effettivo – di nuocere al futuro della Politica, nel cui campo sono immersi anche loro.

6. Riflessioni conclusive

Dai risultati empirici del presente lavoro emerge, anzitutto, l’affermazione di una forma di risentimento che, strutturandosi in una tendenza ad attribuire le responsabilità dei problemi del Paese ad un cospicuo insieme di categorie sociali tra loro molto diverse, si distingue per la sua pervasività. Questo risentimento diffuso e trasversale costituisce una vera e propria molla affettiva in grado di condizionare il comportamento elettorale. Ciò non sorprende se si osserva come esso tenda a svilupparsi in funzione di alcuni fattori sociologicamente determinati. Nello specifico, la dimensione valoriale acquisisce un ruolo di primo piano laddove si evince una relazione sostanziale con disposizioni conservatrici e tradizionaliste orientate alla difesa della cultura e dell’etica dominante. Un altro aspetto fondamentale chiama in causa il nesso con le condizioni materiali di vita degli intervistati: incertezza, precarietà e assenza di lavoro generano una situazione di insicurezza esistenziale che può sublimare nella colpevolizzazione

di qualsiasi attore sociale, percepito come espressione di uno *status quo* totalizzante e oppressivo.

Come analiticamente espresso nelle pagine precedenti, sono emerse, quindi, *due anime del risentimento*, l'una diffusa e generalizzata, l'altra emotivamente più circoscritta e mirata. Nel primo caso, in buona sostanza, è possibile interpretare tale orientamento nei termini di una volontà punitiva collettiva nei confronti delle élite, concretizzatasi in un'istanza maggioritaria di cambiamento e frattura col passato. La sensazione fortemente provata, analizzando i dati di ricerca, è che gli elettori abbiano espresso la disponibilità ad operare un vero e proprio *salto nel buio* pur di cambiare rotta, evidentemente ritenendo di non poter comunque peggiorare le cose con la propria dirompente scelta di voto. Nel secondo caso può affermarsi che si stiano riproponendo e rafforzando vecchi stereotipi e nuove insidiose forme di pregiudizio nei confronti delle minoranze etniche (e, più in generale, verso chi, esponente di una qualsivoglia minoranza culturale, sia più fragile socialmente). All'interno di una visione iper-semplificata della realtà e dei suoi aspetti problematici, lo straniero, in virtù della propria diversità – rappresentato da una parte dei media e dell'offerta politica (*in primis* la Lega) come una minaccia più che come una opportunità e una risorsa per il Paese, ovvero come un “inquietante portatore di un altrove sconosciuto e carico di pericoli” (Campelli 2004b) più che come un veicolo di una sana innovazione – sembra essere per alcuni rappresentanti e per una consistente fetta di rappresentati, un soggetto da escludere.

Lo scenario descritto evidenzia come la politica proponga agli elettori soluzioni innovative facendo soprattutto leva sull'insicurezza sociale e sul senso di minaccia per il benessere personale e la propria incolumità. Ciò che emerge è una proposta politica che alimenta la sfiducia nel futuro e nel Paese, un modello di adesione che punta a ribaltare il malcontento cavalcando il malessere ed il risentimento della popolazione. Così, la speranza per un domani migliore sembra dover passare attraverso i toni di un registro politico esasperato, il quale amplifica gli umori della cittadinanza e diviene *istituzionalizzazione della paura* e *legittimazione di posizioni protezionistiche* ed emotivamente sollecitate. L'impoverimento e la banalizzazione del linguaggio politico sono quindi caratteristiche di una politica che intacca umori, orientamenti e registri della popolazione. Al contrario di quello che ci sarebbe aspettati in un'altra stagione politica, è l'élite ad aver assimilato la lingua del popolo, normalizzandone percezioni distorte, comportamenti ed atteggiamenti negativi. Per di più, quando la dimensione di precarietà e disagio non è fattivamente esperita in prima persona dagli stessi cittadini-elettori, essa viene comunque percepita indirettamente e “trasferita” *per contagio sociale*, attraverso un ampio circuito comunicazionale che non si esaurisce nella

suddetta politica aggressiva e furente, bensì si avvale di un sistema mediale tipicamente “complice” e dei classici flussi micro-sociali di influenza interindividuale attorno ai quali si costituisce la leadership (*le leadership*) d’opinione¹⁹.

Lega e Movimento 5 Stelle incarnano ora le due anime del *risentimento al potere* e, più che adottare strategie di riduzione dello stesso, sembrano incrementarlo per mantenere alto il proprio consenso, portando avanti una logica politica divisiva che, a lungo andare, non può che infrangere definitivamente la coesione e la solidarietà sociale. È evidente, infine, che in questo contesto caratterizzato dall’alimentazione della sfiducia e dalla delegittimazione delle istituzioni sia giunto il tempo di passare al *governo* del risentimento sociale, inteso come gestione rigorosa e contenimento di una profonda frattura sociale.

¹⁹ Queste due ulteriori casse di risonanza in grado di diffondere ulteriormente il risentimento – nella sua duplice dimensione osservata, pervasiva e mirata – si costituiscono, rispettivamente, attorno alle classiche riflessioni teoriche sull’*agenda setting* ed il *saliency transfer* (McCombs e Shaw 1972), e sul *multi-step flow of communication* (Lazarsfeld *et al.* 1944).

Bibliografia

- Almond G.A., Verba S. (1963) *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, New York, Sage.
- Agnoli M.S. (a cura di) (2004) *Lo straniero in immagine. Rappresentazione degli immigrati e pregiudizio etnico tra gli studenti del Lazio*, Milano, FrancoAngeli.
- Amaturo E., Punziano G. (2016) *I "Mixed-Methods" nella ricerca sociale*, Roma, Carocci.
- Bauman Z. (1999) *In search of politics*, Polity Press, Oxford, trad. it. 2000; *La solitudine del cittadino globale*, Milano, Feltrinelli.
- Bellucci P., Segatti P. (2011) *Votare in Italia: 1968-2008. Dall'appartenenza alla scelta*, Bologna, Il Mulino.
- Bimber B. (2003) *Information and American Democracy. Technology in the Evolution of Political Power*, New York, Cambridge University Press.
- Biorcio R. (2003) *Sociologia politica. Partiti, movimenti sociali e partecipazione*, Bologna, Il Mulino.
- Biorcio R. (2013) *Le tre ragioni del successo del Movimento 5 Stelle*, in *Comunicazione politica*, 13(1), 43-62.
- Boccia Artieri G. (a cura di) (2015) *Gli effetti sociali del web. Forme della comunicazione e metodologie della ricerca online*, Milano, FrancoAngeli.
- Boccia Artieri G. (2016) *Stati di connessione. Pubblici, cittadini consumatori nella (Social) Network Society*, Milano, FrancoAngeli.
- Callegaro M., Lozar Manfreda K., Vehovar V. (2015), *Web Survey Methodology*, Londra, Sage.
- Campelli E. (2004a) *Figli di un dio locale. Giovani e differenze culturali in Italia*, Milano, FrancoAngeli.
- Campelli E. (2004b) *Prefazione*, in Agnoli M.S. (a cura di), *Lo straniero in immagine. Rappresentazione degli immigrati e pregiudizio etnico tra gli studenti del Lazio*, Milano, FrancoAngeli.
- Campus D. (2006) *L'antipolitica al governo. De Gaulle, Regan e Berlusconi*, Bologna, Il Mulino.
- Cartocci R. (2002) *Diventare grandi in tempi di cinismo*, Bologna, Il Mulino.
- Cartocci R. (2008) *La costruzione politica del risentimento*, in *Rivista bimestrale di cultura e di politica*, 1/2008, 104-109, Bologna, Il Mulino.
- Cepernich C. (2017) *Le campagne elettorali al tempo della networked politics*, Roma-Bari, Laterza.

- Censis (2016) *Rapporto sulla situazione sociale del Paese*, Milano, FrancoAngeli.
- Cipollini R. (a cura di) (2002) *Stranieri. Percezione dello straniero e pregiudizio etnico*, Milano, FrancoAngeli.
- Converse P. (1964) *The Nature of Beliefs Systems in Mass Publics*, in Apter, D.E. (a cura di), *Ideology and Discontent*, Free Press, New York.
- Converse P. (1990) *Popular Representation and the Distribution of Information*, in Ferejohn J.A., Kuklinski J.H. (a cura di) *Information and Democratic Processes*, Urbana, University of Illinois Press.
- Dalton R.J., Wattenberg M.P. (2000) *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, New York, Oxford University Press.
- Dalton R.J. (2014) *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*, Thousand Oaks, CQ Press-Sage.
- Della Porta D., Diani M. (1997), *I movimenti sociali*, Roma, NIS.
- De Rosa R. (2015) *Partecipazione politica e nuovi media*, Roma, Nuova Cultura.
- Diamanti I. (2014) *Democrazia ibrida*, Roma-Bari, Laterza.
- Diamanti I., Lazar M. (2018) *Popolocrazia. La metamorfosi delle nostre democrazie*, Roma-Bari, Laterza.
- Eurispes (2018) *30° Rapporto Italia*.
- Faggiano M.P. (2016) *L'analisi del contenuto di oggi e di ieri. Testi e contesti on e offline*, FrancoAngeli, Milano.
- Faggiano M.P. (2018) *Limits and virtues of a web survey on political participation and voting intentions. Reflections on a mixed-method search path*, Valencia, Universitat Politècnica de Valencia.
- Fiske S.T., Lau R.R., Smith R.A. (1990), *On the Varieties and Utilities of Political Expertise*, in *Social Cognition*, 8, 31-48, New York, McGraw-Hill.
- Kriesi H. et al. (2013) *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization*, Basingstoke, Macmillan.
- Lawrence C.N. (2003) *The impact of Political Sophistication on the Decision-Making Processes of Voters*, Tesi di dottorato, The University of Mississippi.
- Lazarsfeld P.F. et al. (1944) *The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, New York, Columbia University Press.
- Lombi L. (2015) *Le web survey*, Milano, FrancoAngeli.
- Manin B. (1995) *Principes du gouvernement représentatif*, Calmann-Lévy, Parigi, trad. it. 2010, *Principi del governo rappresentativo*, Bologna, Il Mulino.

- Mazzoleni G. (1998) *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino.
- Mazzoleni G., Sfardini A. (2009) *Politica Pop. Da "Porta a Porta" a "L'isola dei famosi"*, Bologna, Il Mulino.
- McCombs M., Shaw D. (1972) *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*, in *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Morlino L., Raniolo F. (2017) *The Impact of the Economic Crisis on South European Democracies*, Londra, Palgrave MacMillan.
- Mosca L., Vaccari C. (2011) *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione online da MoveOn al Movimento 5 stelle*, Milano, FrancoAngeli.
- Norris, P., (2000) *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*, New York, Cambridge University Press.
- Novelli, E. (2018) *Le campagne elettorali in Italia, Protagonisti, strumenti, teorie*, Roma-Bari, Laterza.
- Raniolo, F., (2002) *La partecipazione politica*, Bologna, Il Mulino.
- Revelli, M. (2017) *Populismo 2.0.*, Torino, Einaudi.
- Schwartz S.H., Caprara G.V., Vecchione M. (2010) *Basic Personal Values, Core Political Values, and Voting: a longitudinal analysis*, in *Political Psychology*, 31-3, 421-452, (DOI: 10.1111/j. 1467-9221.2010.00764.x).
- Sorice M. (2011) *La comunicazione politica*, Roma, Editori Riuniti.
- Sorice M. (2012) *La Leadership politica. Media e costruzione del consenso*, Roma, Carocci.
- Temple M. (2006) *Dumbing Down Is Good for You*, in *British Politics*, 1, 257-73.
- Westen D. (2008) *La mente politica. Il ruolo delle emozioni nel destino di una nazione*, Milano, Il Saggiatore.
- Zaller J. (1991) *Information, Values and Opinion*, in *American Political Science Review*, 85, 1215-1237.
- Zaller J. (1992), *The Nature and the Origins of Mass Opinion*, Cambridge University Press, New York.
- Zola D. (a cura di) (2003), *Dopo la politica. Democrazia, società civile e crisi dei partiti*, Edizioni dell'asino, Roma.

*Dalla cronaca nera alle issues politiche: il “caso Macerata” nella campagna elettorale del 2018**

*Giuseppina Bonerba, Matteo Gerli, Rolando Marini, Sofia Verza***

1. Introduzione

Da molto tempo gli studi sulle campagne elettorali mostrano come i significati e i frame della competizione politica attraversino fasi di ridefinizione generate da eventi che irrompono nel sistema dell'informazione, mostrano la capacità di attrarre un enorme potenziale di attenzione e hanno un impatto significativo nell'agenda delle campagne. I mezzi d'informazione, sempre molto reattivi rispetto agli eventi straordinari, finiscono così per “imporre” nel dibattito di campagna le questioni che quegli eventi richiamano, al punto da portare gli attori politici in un campo di opportunità, o vincoli discorsivi, che diviene terreno del confronto elettorale per periodi più o meno lunghi, a seconda della tenuta delle *storylines*.

Dal punto di vista teorico e della prospettiva metodologica, si possono proficuamente utilizzare tre aree di studio. In primo luogo, i contributi dell'agenda building che hanno concentrato l'osservazione sul ruolo degli eventi scatenanti (o *trigger events*) nella ridefinizione delle *issues* (Baumgartner e Jones 1993; Dearing e Rogers 1996; Boydston 2013), recuperando e sviluppando l'antica idea di Downs sui cicli di attenzione e in particolare quella della *alarmed discovery* (1972). Boydston (2013) sottolinea il ruolo di tali eventi straordinari, e non controllabili da parte delle élite politiche, come *focusing events* capaci di aprire fasi nuove nello sviluppo dei temi in quanto fattori di re-framing e di nuovo conflitto di agenda. Naturalmente, nel novero degli accadimenti straordinari vi sono anche quelli che avvengono al di fuori del perimetro della politica convenzionale, spaziando dagli scandali sessuali a eventi criminosi.

In secondo luogo, si deve recuperare la letteratura sul rapporto tra intrattenimento e politica (Baum 2002 e 2003; Baum e Groeling 2008; van Zoonen 2005), fino a quella in cui si concettualizza lo slittamento dall'intrattenimento tipico del post-giornalismo televisivo alla cosiddetta “politica della paura”, intesa come congiunzione delle politiche simboliche dei media commerciali e quelle dei leader e delle istituzioni politiche, basate appunto sull'alimentazione e il mantenimento dei sentimenti di paura-insicurezza (Altheide 2006 e 2009).

In terzo luogo, occorre fare riferimento a dinamiche e strategie di costruzione dell'agenda mediale durante le campagne elettorali, che sembrano ripetersi da almeno venticinque anni in

* Il presente contributo è stato in parte realizzato con l'utilizzo dei fondi del PRIN "Media e terrorismi. L'impatto della comunicazione e delle reti digitali sull'insicurezza percepita" (Codice: 20159NJ7YK_004), nel quale Rolando Marini è coordinatore dell'unità di ricerca dell'Università per Stranieri di Perugia.

**Giuseppina Bonerba, Università degli studi di Perugia; Matteo Gerli, Università per Stranieri di Perugia; Rolando Marini, Università per Stranieri di Perugia; Sofia Verza, Università degli studi di Perugia.

Italia. Tale schema vede una sorta di espropriazione dei temi programmatici dal campo della discussione della competizione elettorale, per fare spazio – come a trincerarsi dietro la barriera difensiva di una improbabile neutralità tematica – al racconto degli eventi, ai quali non si può negare notiziabilità e che quindi servono al giornalismo come giustificazione strategica per mostrarsi in linea con gli imperativi deontologici dell'imparzialità. Questo spostamento del baricentro tematico delle fasi di campagna elettorale verso gli eventi che “irrompono” nella scena pubblica (Mancini 2003; Marini 2003; Mancini e Marini 2006) si evidenzia come uno dei principali segnali di un processo di autonomizzazione dei mezzi d'informazione, che tuttavia si lega e si coniuga con l'antica matrice del rapporto quasi simbiotico con la politica e con le sue logiche (Marini e Roncarolo 2003), dando vita a un'indefinibile miscela di giornalismo spettacolare, parallelo e anche vagamente *watchdog*. Ne sono esempi, seppure tipologicamente diversi, gli episodi di cronaca criminale e di devianza con protagonisti gli immigrati nel 2001 e il caso Alitalia nel 2008.

Tale dinamica di “eventizzazione” sembra essersi verificata anche nella campagna elettorale italiana del 2018, nel corso della quale si verificano due scioccanti fatti di cronaca nera, che a cascata producono altri fatti in campo politico, invadendo in modo massiccio il dibattito elettorale. Parliamo del “caso Macerata”, ossia della sequenza costituita dall'omicidio di Pamela Mastropietro e dalla successiva sparatoria per le strade di Macerata in cui sono state ferite sei persone di origine africana. Alcuni elementi di quadro suggeriscono che il caso Macerata abbia provocato un cambiamento nel “clima” della campagna. In considerazione di ciò, le nostre ipotesi di ricerca sono che: (a) ci sia stata un'esplosione dell'attenzione mediale a seguito della quale si produce una concentrazione dell'attenzione sul tema immigrazione; (b) tutto questo produca un riorientamento del dibattito elettorale, non solo aprendo un nuovo spazio di discussione sul tema dell'immigrazione, ma anche ridefinendo il clima di opinione della campagna stessa.

2. Le coordinate metodologiche della ricerca

La presente ricerca è stata condotta su un corpus di 1171 articoli giornalistici, scaricati dal database online *Volopress*. Sono stati scaricati gli articoli contenenti le parole “Pamela” e/o “Macerata”, nel periodo tra il 30 Gennaio 2018 (omicidio di Pamela Mastropietro) e il 5 Marzo 2018 (giorno successive alle elezioni politiche italiane), per i dieci principali quotidiani nazionali in formato cartaceo (*la Repubblica, il Fatto Quotidiano, Il Messaggero, Corriere della Sera, Libero, Il Giornale, La Stampa, il Resto del Carlino, Avvenire, Il Sole 24 Ore*). Da tale corpus sono stati esclusi i cosiddetti “falsi positivi”, ovvero gli articoli contenenti i termini “Pamela” e

“Macerata” ma riferiti a persone o eventi diversi da quelli oggetto di studio nella presente ricerca¹.

Come espone la Tab. 1, è interessante notare che il quotidiano che ha pubblicato il maggior numero di articoli relativi al “caso Macerata” tra l’1 Febbraio e il 4 Marzo 2018 sia stato *il Resto del Carlino*. Si tratta di un giornale locale, con prevalente diffusione in Emilia-Romagna e nelle Marche. Nonostante l’interesse geografico degli eventi in considerazione, che hanno per l’appunto avuto luogo nel maceratese, la rilevanza di un giornale prevalentemente locale rispetto a quotidiani di respiro nazionale, induce a considerare importante, anche per future ricerche, includere i quotidiani locali nell’analisi della narrazione di fatti di cronaca. Peraltro, questo conferma quanto emerge da analisi precedenti che evidenziano il dislocarsi del tema dell’immigrazione in misura significativa negli scenari e nelle arene informative locali (Marini e Gerli 2017), venendo a controbilanciare in modo non trascurabile la dislocazione negli scenari nazionale e internazionale.

Tab.1 - Numero di articoli pubblicati sul “caso Macerata” per quotidiano

Quotidiano	n.	%
il Resto del Carlino	160	13,7
Corriere della Sera	154	13,2
la Repubblica	149	12,7
Libero	143	12,2
Il Messaggero	140	12,0
Il Giornale	105	9,0
La Stampa	103	8,8
il Fatto Quotidiano	92	7,9
Avvenire	91	7,8
Il Sole 24 Ore	34	2,9
Totale	1171	100,0

L’indagine si è avvalsa di una metodologia composita volta a evitare risultati parziali: l’analisi automatica dei testi e l’analisi “tradizionale” del contenuto (Losito 2002; Tipaldo 2014).

Per quanto riguarda l’analisi automatica dei testi, nel presente studio sono state realizzate sia analisi semplici che multivariate. Inizialmente, il corpus è stato esplorato analizzando la distribuzione di frequenza delle parole sopra o sotto-rappresentate nei testi in esame. Successivamente, è stata realizzata una classificazione gerarchica discendente (*Descending*

¹ Per l’analisi quantitativa dei dati di questa ricerca, è stata realizzata un’analisi automatica del discorso (*computer assisted content analysis*) tramite il software open-source chiamato IRaMuTeQ. Tale software offre un ventaglio di strumenti per descrivere e analizzare corpora testuali, includendo in particolare cinque tipi di analisi: la classica analisi testuale statistica, la realizzazione di *cloud* di parole, la classificazione gerarchica discendente, l’analisi delle specificità o delle corrispondenze e la realizzazione di diversi tipi di visualizzazioni di ampi corpora. Ad ogni modo, l’interpretazione dei risultati ottenuti con il software è essenziale: il software è più efficace quando il testo viene contestualizzato applicando una conoscenza sostanziale dell’oggetto di studio (Lahlou 2012).

Hierarchical Analysis – DHA): si tratta di un metodo il cui obiettivo è individuare dei cluster con un vocabolario simile, all'interno dei segmenti di testo, e diverso da altri segmenti. Nello specifico, la classificazione gerarchica si basa sulla prossimità lessicale: dunque, non è rilevante il conteggio delle frequenze, ma ciò che conta sono le relazioni tra le parole (Ratinaud e Marchand 2012). Secondo Reinert (1987) e Schonhardt-Bailey (2013), il “mondo lessicale” è uno specifico vocabolario, che eredita le sue proprietà dal discorso dell'attore. La clusterizzazione del corpus ci ha permesso dunque di dividere e riorganizzare il corpus secondo alcuni gruppi semantici principali, che potrebbero rilevare e suggerire alcune caratteristiche narrative, e potrebbero coincidere con le categorizzazioni realizzate in maniera qualitativa tramite la lettura dei testi.

Inoltre, utilizzando il software IRaMuTeQ, sono stati anche realizzati dei grafici del piano fattoriale, che sintetizzano l'associazione tra le forme (parole) all'interno del testo in analisi, cercandone la migliore rappresentazione simultanea, in modo da studiare l'interdipendenza tra gli elementi in analisi e alcune variabili supplementari (o di contesto) quali il nome (e le caratteristiche) della testata e la settimana di rilevazione.

Per quanto riguarda l'analisi del contenuto dei testi in esame, è stata realizzata un'analisi finalizzata all'individuazione dei frame presenti nel campo discorsivo e alle sottostanti strategie discorsive o “modi dell'argomentazione” (Lakoff 1996 e 2004; Tiplado 2014), sugli articoli pubblicati dalle dieci testate oggetto d'analisi tra l'1 e il 7 febbraio 2018. L'obiettivo di quest'analisi è stato capire quando, e attraverso quali modalità retoriche, i due fatti di cronaca in considerazione sono diventati delle *issues* politiche. Si è cercato inoltre di individuare i frame principali e secondari che hanno caratterizzato la tematizzazione di detti eventi. Con il concetto di tematizzazione, intendiamo lo sviluppo di un apprendimento conoscitivo e la formazione di un giudizio riflessivo sopra un evento o un problema (Marletti 1985), mentre adottiamo l'interpretazione offerta da Lakoff di cosa sia l'attività di *framing*: si tratta dell'inserimento di un fatto in una cornice esplicativa coerente con una determinata visione del mondo (Lakoff 1996 e 2004), visione accettabile dal pubblico di riferimento in quanto compatibile con le sue esperienze, credenze e aspettative. Una parte importante della competizione politica consisterebbe dunque nella capacità di elaborare e diffondere frame in cui gli elettori possano identificarsi.

3. Il “caso Macerata”

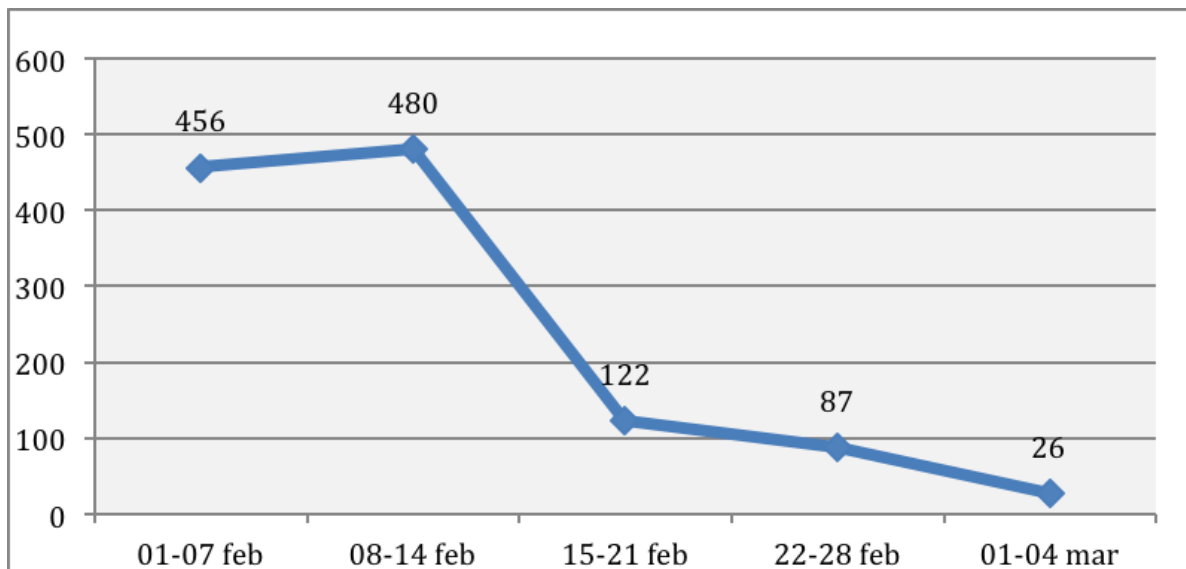
Tra la fine di Gennaio e l'inizio di Febbraio 2018, nel corso della campagna elettorale per le elezioni politiche italiane del 4 Marzo, hanno avuto luogo due rilevanti eventi di cronaca nera. Si tratta di quello che in questa ricerca definiremo “caso Macerata”, ovvero della sequenza costituita dall'omicidio di Pamela Mastropietro e dalla successiva sparatoria per le strade di Macerata in cui sono state ferite sei persone di origine africana; vi sono incluse anche le notizie

relative alle indagini giudiziarie su entrambi i casi. In particolare, l’omicidio ha luogo il 30 Gennaio 2018, il giorno successivo alla segnalazione della fuga di Pamela Mastropietro dalla comunità di cura per tossicodipendenze in cui si trovava. Il 31 Gennaio avviene il ritrovamento del cadavere della ragazza, a Pollenza. Dal giorno successivo, i dieci quotidiani nazionali da noi analizzati riportano l’evento e l’evoluzione delle indagini, che portano all’imputazione di tre persone di origine nigeriana residenti a Macerata: Innocent Oshegale, Lucky Desmond e Awelima Lucky.

Pochi giorni dopo, il 3 Febbraio 2018, Luca Traini spara dalla sua auto in corsa per le vie di Macerata, mirando alle persone di colore sulla sua traiettoria e ferendone sei, prima di fermarsi davanti al monumento ai Caduti della città, fare il saluto romano e urlare “Viva l’Italia!”. Nel corso dei successivi interrogatori, Traini affermerà di aver agito per vendicare l’omicidio di Pamela Mastropietro.

Analizzando lo sviluppo della copertura giornalistica per periodi di tempo di sette giorni consecutivi, si osserva che: nel corso della prima settimana in analisi, dall’1 al 7 Febbraio 2018, le dieci testate considerate in questa ricerca pubblicano in totale 456 articoli contenenti le parole “Pamela” e/o “Macerata” (Fig. 1). A seguire, nei giorni successivi ai due eventi di cronaca nera fino alla seconda settimana di articoli da noi analizzata, ovvero fino al 14 Febbraio 2018, l’attenzione prestata dai quotidiani al “caso Macerata” continua a crescere.

Fig.1 - Numero di articoli pubblicati (10 testate) per settimana di rilevazione



Tra l’8 e il 14 Febbraio 2018 vengono pubblicati 480 articoli, selezionati con il criterio sopracitato. Nello stesso lasso di tempo, hanno luogo numerose manifestazioni – “fasciste” ed “antifasciste”, seguendo la narrazione dei media – a Macerata (10 Febbraio 2018), Pavia, Milano,

Bologna, Torino ed altre città italiane. L'attenzione sul caso diminuisce notevolmente a partire dalla terza settimana in analisi, tra il 15 e il 21 Febbraio, in cui i quotidiani pubblicano 122 articoli. Lo stesso trend sarà confermato nel corso della terza settimana in analisi, tra il 22 e il 28 Febbraio, con la pubblicazione di 87 articoli, nonostante l'aggressione al segretario di Forza Nuova a Palermo (20 Febbraio), l'accoltellamento ai danni di un militante di Potere al Popolo a Perugia (21 Febbraio) e la manifestazione antifascista a Roma (24 Febbraio). Il 28 Febbraio aveva luogo una manifestazione a Torino, dopo la quale una maestra è stata perseguita penalmente per via delle affermazioni rivolte ai poliziotti in loco. Infine, una significativa diminuzione di notizie legate al "caso Macerata" ha luogo nella settimana immediatamente precedente alle elezioni, tra l'1 e il 4 Marzo, con la pubblicazione di 26 articoli.

4. I risultati della ricerca. Analisi delle "parole tema" e dei principali gruppi semantici.

In questa sezione proponiamo una prima esplorazione dei documenti oggetto di indagine attraverso l'analisi delle cosiddette "parole tema", vale a dire quelle parole *piene* (nomi, aggettivi e verbi) che, in considerazione dell'elevata frequenza con cui ricorrono negli articoli, sono indicative degli argomenti principali trattati.

Tab.2 - Le sessanta parole più usate nel corpus

Parola	Frequenza	Parola	Frequenza	Parola	Frequenza
Macerata	2739	Oseghale	498	corpo	363
Pamela	1574	italiani	486	fascismo	354
Italia	1211	immigrati	480	corteo	331
Traini	966	presidente	476	Milano	323
Salvini	965	Minniti	467	paura	311
PD	903	manifestazione	466	razzismo	308
città	729	comunità	459	centrodestra	303
Roma	697	paese	458	strada	297
sinistra	693	governo	451	storia	297
Lega	640	omicidio	444	Europa	294
ragazza	615	sicurezza	414	cadavere	290
Renzi	594	migranti	412	problema	288
politica	560	ministro	405	razzista	284
piazza	543	odio	391	nigeriani	279
violenza	536	campagna elettorale	385	Boldrini	276
nigeriano	521	morte	381	candidato	273
destra	520	carabinieri	377	carcere	271
leader	519	pezzi	376	voto	260
Berlusconi	519	partito	372	polizia	256
immigrazione	507	sindaco	368	raid	246

Legenda: luoghi; politica; immigrazione; sentimenti; altro.

La Tab. 2 contiene la distribuzione di frequenza delle prime 60 parole piene (in forma grafica) più utilizzate nel corpus, elencate gerarchicamente in base a un ordinamento di frequenza

decescente. Per agevolare la lettura, abbiamo evidenziato le singole celle con colori differenti a seconda che la parola in esse contenuta si riferisse a luoghi (verde), politica (giallo), immigrazione (celeste) e sentimenti (rosso). In particolare, per quanto riguarda i luoghi principali, ossia gli scenari entro i quali vengono trattati gli eventi, si può facilmente osservare la netta prevalenza di termini che rimandano a contesti locali e cittadini (Macerata, città, Roma, piazza e Milano), a eccezione di “Italia”, “paese” ed “Europa”. L’ambito spaziale cui si fa prevalentemente riferimento nelle notizie è quindi quello locale, e ciò sembra comprensibile in ragione della specifica collocazione territoriale dei principali eventi trattati. Ciò, tuttavia, non ha impedito che tali episodi di cronaca, nello sviluppo della narrazione giornalistica, potessero assumere un significato anche all’interno di quadri spaziali più ampi, quello nazionale e quello europeo.

Le parole che rimandano alla sfera della politica sono numericamente preponderanti. In particolare, a fronte della netta prevalenza di termini afferenti a un lessico politico-elettorale generico (sinistra, destra, partito, governo, etc.), si distinguono i nomi dei principali leader politici (Salvini, Renzi e Berlusconi), del ministro dell’interno Marco Minniti e della Presidente della Camera dei deputati Laura Boldrini. I partiti più citati, invece, sono il PD e la Lega, mentre il M5S e il suo leader Di Maio compaiono in posizioni più basse – rispettivamente con una frequenza d’uso pari a 159 e 177 –, molto probabilmente in ragione della scelta, si ipotizza, di defilarsi rispetto al clima generale di conflitto politico scaturito a seguito dei fatti di Macerata. Da segnalare, inoltre, l’uso frequente della parola “fascismo” che, insieme ad “antifascismo” (non presente in tabella perché ha una frequenza pari a 148), costituisce una delle principali categorie politiche, come vedremo in seguito, attraverso cui sono stati “inquadri” gli eventi in oggetto.

L’immigrazione, dal suo canto, occupa una posizione tutt’altro che marginale, a dimostrazione della rilevanza che essa ha avuto nella stesura dei contenuti giornalistici. In effetti, se si aggregano le frequenze delle parole che attengono alla categoria “immigrazione” (nigeriano, immigrazione, immigrati, migranti e nigeriani), si raggiunge una frequenza d’uso pari a 2199 e seconda solo alla parola Macerata. Se poi si considerano anche “razzismo” e “razzista”, che molto hanno a che vedere con il fenomeno migratorio e con le problematiche a esso legate, l’immigrazione, intesa come categoria concettuale unitaria, raggiunge il primo posto nella graduatoria dei termini più utilizzati. Infine, per quanto concerne le parole che esprimono sentimenti, “odio” e “paura” risultano quelle più frequentemente utilizzate, a conferma del clima di pericolo e di ostilità che si è venuto a creare intorno ai fatti di Macerata.

Rimangono, poi, tutta una serie di termini residuali, ma non per questo marginali, che rinviano alla semplice cronaca degli eventi. Tra questi, si segnalano “morte”, “pezzi”, “corpo” e “cadavere” che, insieme, attengono a un tipo di narrazione dai toni macabri e quindi più sensazionalistici e spettacolarizzati dell’uccisione di Pamela Mastropietro e “sicurezza” che,

invece, si colloca a metà strada tra le categorie “politica” e “immigrazione”, trattandosi di una delle principali proposte di *policy* avanzate dai partiti in campagna elettorale.

La Tab. 3, invece, ci permette di approfondire gli attori individuali più frequentemente menzionati negli articoli di giornale. Come osservato in precedenza, Matteo Salvini è il leader politico più citato con una frequenza d’uso pari a 965, secondo solamente a Pamela, la sfortunata protagonista della vicenda, con una frequenza d’uso pari a 1574. Seguono Renzi e Berlusconi, con uno scarto rispettivamente di 371 e 446 occorrenze, e, a maggiore distanza, Marco Minniti, Laura Boldrini, Giorgia Meloni, Paolo Gentiloni, Luigi Di Maio, Pietro Grasso, Romano Carancini (Sindaco di Macerata), Sergio Mattarella ed Emma Bonino. Sorprende la presenza del Presidente turco Tayyip Erdogan che, con 95 occorrenze, precede molti politici nazionali quali, per esempio, Simone di Stefano (53 occorrenze), leader di CasaPound, Roberto Fiore (49), leader di Forza Nuova, Andrea Orlando (39) e Beppe Grillo (33). Si deve in proposito ricordare che, il 5 febbraio scorso, proprio Erdogan, poco prima di recarsi in Italia per una visita al Pontefice, riferendosi alla sparatoria di Macerata, aveva dichiarato che: “L’attacco di ieri in Italia, che ha preso di mira degli stranieri, mostra quanto grande sia diventata la minaccia della xenofobia. Non c’è differenza tra gli attacchi di un’organizzazione terroristica e attacchi razzisti di questo genere”. Una dichiarazione che ha suscitato la reazione di molti politici italiani, conquistando altresì l’attenzione dei media nazionali.

Sul fronte della cronaca, invece, i nomi di persona più citati sono quelli dei protagonisti dei fatti di Macerata, vale a dire Pamela Mastropietro, vittima dell’omicidio di Macerata, Luca Traini, autore della sparatoria, Innocent Osegale, Lucky Desmond e Lucky Awelima, i tre nigeriani accusati di aver ucciso Pamela. Seguono Alessandra e Marco Valerio Verni, rispettivamente mamma e zio della vittima, e Giovanni Giorgio, procuratore di Macerata.

Tab.3 - I venti nomi di persona più usati nel corpus

Nome	Frequenza	Nome	Frequenza
Pamela	1574	Di Maio	177
Traini	966	Desmond	175
Salvini	965	Awelima	159
Renzi	594	Grasso	141
Berlusconi	519	Carancini	127
Osegale	498	Mattarella	124
Minniti	467	Erdogan	95
Boldrini	276	Bonino	73
Meloni	225	Verni (Alessandra e Marco Valerio)	70
Gentiloni	224	Giorgio (Giovanni)	66

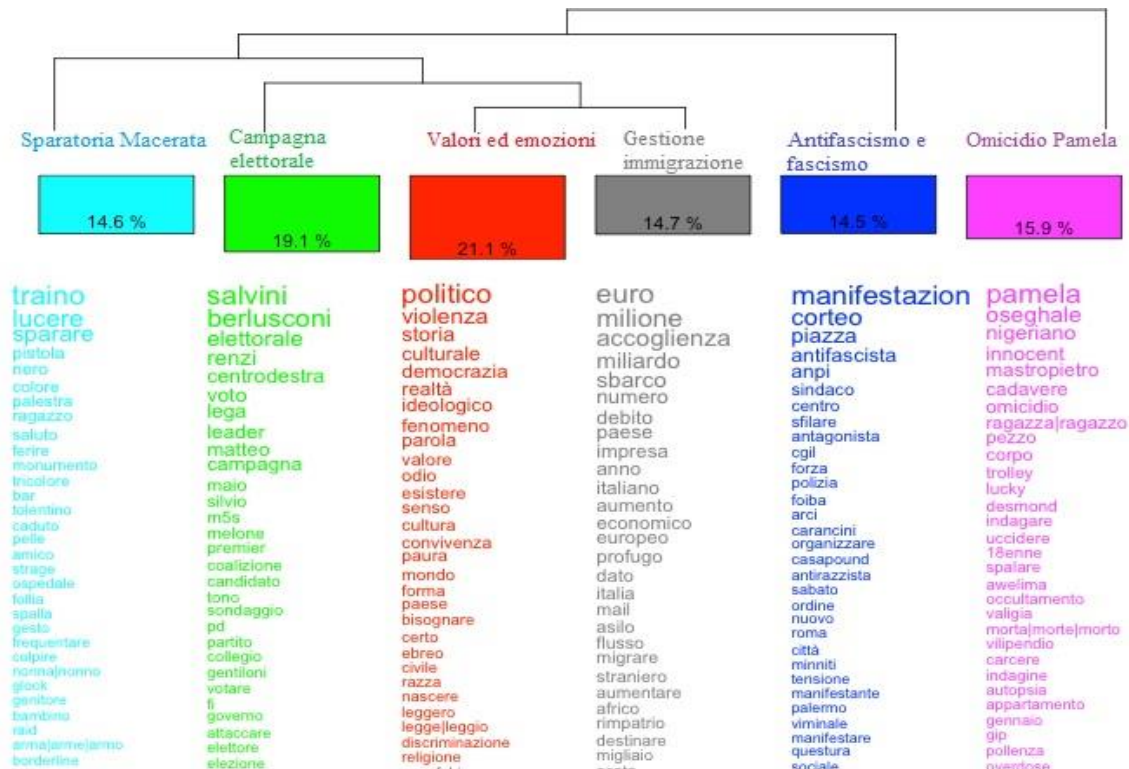
Legenda: politica; cronaca.

Nell’insieme, quindi, se si prova ad andare oltre la mera cronaca degli accadimenti, è la politica ad aver avuto la meglio sul processo di tematizzazione del “caso Macerata”. Per quanto

non sia ancora chiaro quale tipo di costruzioni simboliche siano state prodotte e veicolate dagli attori politici, è di tutta evidenza come questi abbiano occupato una posizione dominante nella produzione di discorsi pubblici. Va tuttavia segnalato come, a fronte di questa superiorità numerica della sfera politica, si registra un altrettanto importante protagonismo “dal basso”, come dimostra la presenza, tutt’altro che marginale, di attori collettivi appartenenti alla società civile quali l’ANPI (234 occorrenze), la CGIL (104), Libera (99), l’ARCI (86) ed Emergency (23), oltre a Forza Nuova (272) e CasaPound (207) che, nonostante la loro presenza nell’agone politico-elettorale nazionale, continuano ad avere una marcata componente movimentista.

Fino a ora ci siamo posizionati su un livello di analisi che potremmo definire “di superficie”, nella misura in cui ci siamo limitati a individuare le parole più “significative” sulla base della loro frequenza d’uso. Nella pagine seguenti, cercheremo di analizzare il corpus alla luce delle principali strutture semantiche che lo caratterizzano, per poi esaminare la loro relazione con alcune variabili di “contesto” relative alle testate giornalistiche analizzate e alla settimana di produzione delle notizie.

Fig.2 - Clusterizzazione del corpus “Pamela-Macerata” (metodo di Reinert)



A questo scopo, il primo strumento che andremo a applicare permette di scomporre e riorganizzare gli articoli nel minor numero possibile di cluster, ognuno dei quali si caratterizza per l’elevato grado di *affinità* tra le parole al suo interno. In estrema sintesi, l’algoritmo statistico

sottostante si fonda su un criterio di classificazione di tipo gerarchico (*metodo di Reinert*), tale per cui le unità di contesto (segmenti di testo di lunghezza omogenea) più simili vengono raggruppati in base al grado di associazione misurato con un test di Chi².

L'output della procedura (Fig. 2 e Tab. 4) si esplica quindi mediante una mappatura dei principali gruppi semantici presenti nel corpus, ognuno dei quali è composto da un insieme di parole che condividono il medesimo contesto di riferimento. Si tratta, in altre parole, di “mondi lessicali” (*lexical words*) (Reinert 1987) capaci di esprimere differenti e persino contrastanti discorsi intorno a un determinato argomento, a cui si possono ricondurre altrettanto differenti e contrastanti modalità di rappresentazione di un determinato fenomeno sociale (Matteucci e Tomasetto 2002).

Tab.4 - Le trenta parole più “rappresentative” dei cluster³

Sparatoria Macerata	Campagna elettorale	Valori ed emozioni	Gestione immigraz.	Antifascismo e fascismo	Omicidio Pamela
Traini	Salvini	politico/a	euro	manifestazione	Pamela
Luca	Berlusconi	violenza	milione	corteo	Oseghale
sparare	elettorale	storia	accoglienza	piazza	nigeriano
pistola	Renzi	culturale	miliardo	antifascista	Innocent
nero	centrodestra	democrazia	sbarco	ANPI	Mastropietro
colore	voto	realtà	numero	sindaco	cadavere
palestra	Lega	ideologico	debito	centro	omicidio
ragazzo	leader	fenomeno	paese	sfilare	ragazza ragazzo
saluto	Matteo	parola	impresa	antagonista	pezzo
ferire	campagna	valore	anno	CGIL	corpo
monumento	Di Maio	odio	italiano	forza	trolley
tricolore	Silvio	esistere	aumento	polizia	Lucky
bar	M5S	senso	economico	foiba	Desmond
Tolentino	Meloni	cultura	europeo	ARCI	indagare
amico	premier	convivenza	profugo	Carancini	uccidere
strage	coalizione	paura	dato	organizzare	18enne
ospedale	candidato	mondo	Italia	Casapound	spalare
folia	tono	forma	asilo	antirazzista	Awelima
spalla	sondaggio	paese	flusso	sabato	occultamento
gesto	PD	ebreo	migrare	ordine	valigia
frequentare	partito	civile	straniero	Roma	morto morte
colpire	collegio	razza	aumentare	città	vilipendio
nonna nonno	Gentiloni	nascere	Africa	Minniti	carcere
glock	votare	legge	rimpatrio	tensione	indagine
genitore	FI	discriminazione	destinare	manifestante	autopsia
bambino	governo	religione	migliaio	Palermo	appartamento
raid	attaccare	xenofobia	costa	viminale	gip
arma	elettore	sentimento	espulsione	manifestare	essere stare
folle	elezione	comportamento	Libia	questura	Pollenza
tatuaggio	vincere	intolleranza	spesa	sociale	overdose

² B. V. Camargo, A. M. Justo, *R Interface for Multidimensional Analysis of Texts and Questionnaires*, IraMuTeQ tutorial, disponibile su: <http://www.iramuteq.org>.

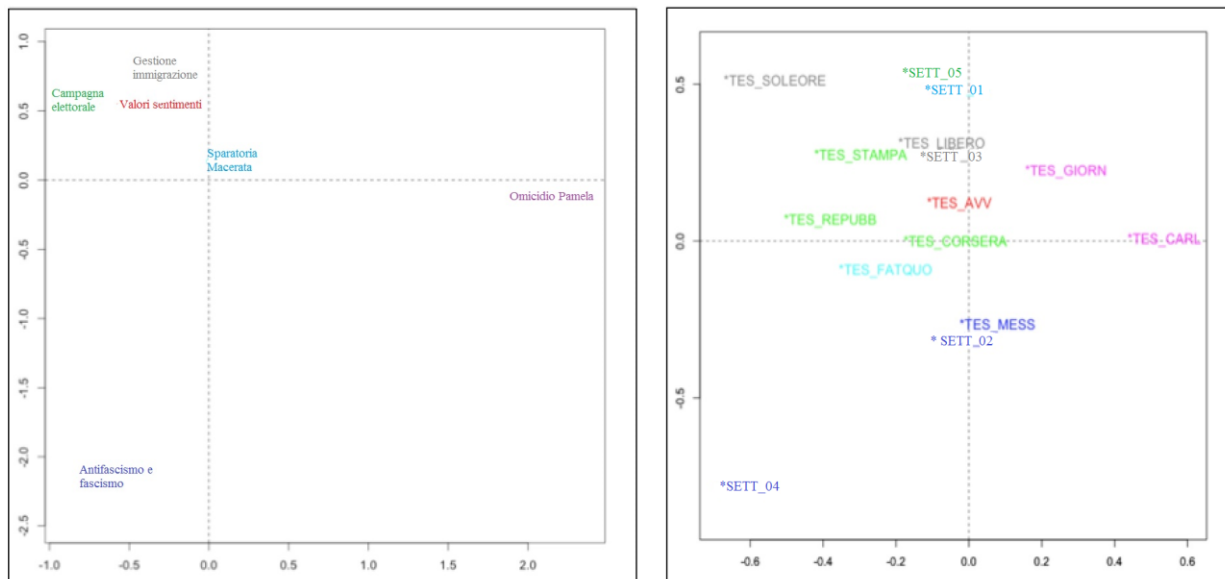
³ La “rappresentatività” è definita sulla base del livello di associazione misurato con indice di Chi².

La clusterizzazione ottenuta risulta composta di sei cluster principali. Il primo cluster, che copre una percentuale del corpus pari al 21,1%, individua un'area semantica che ha come riferimento soprattutto i valori e le emozioni. Tra le parole più caratteristiche (Tab. 4), possiamo osservare la presenza di “democrazia”, “valore”, “odio”, “convivenza”, “paura”, “xenofobia”, “sentimento”, “intolleranza” etc. Il secondo cluster, che copre una percentuale del corpus pari al 14,7%, corrisponde a un discorso prevalentemente sulla gestione dell'immigrazione. Tra le parole più rappresentative, si possono notare numerosi riferimenti a tale problematica (accoglienza, sbarco, numero, aumento, profugo, asilo, flusso, migrare, rimpatrio, espulsione, etc.), oltre che a questioni di natura più economica (euro, milione, debito, impresa, economico, spesa, etc.), molto spesso legate al problema della gestione dei flussi (i “migranti economici”, “l'immigrazione per ragioni economiche”, le “spese dello stato” per gli immigrati, etc.). Il terzo cluster (19,1% del corpus) ha invece a che vedere con la campagna elettorale, come si può facilmente dedurre dalle parole più caratteristiche e dai numerosi riferimenti ai leader politici impegnati nella contesa elettorale (Salvini, Berlusconi, elettorale, Renzi, centrodestra, voto, etc.). Il quarto cluster (14,6% del corpus) tratta direttamente la sparatoria di Macerata a opera di Luca Traini. Il quinto cluster (15,5% del corpus) individua un'area semantica riconducibile a un discorso di cronaca delle manifestazioni di piazza, ma con una marcata connotazione ideologica che si sviluppa lungo l'asse antifascismo e fascismo. Infine, il sesto cluster (15,9% del corpus) circoscrive un'area semantica riconducibile all'omicidio di Pamela.

La trasposizione delle informazioni su un piano fattoriale (Fig. 3) ci permette inoltre di esplorare le relazioni tra i sei cluster e tra i cluster e le nostre variabili di contesto (o illustrative) sulla base della prossimità/lontananza delle singole modalità (tra di loro e rispetto al baricentro degli assi). In breve, i primi due fattori selezionati riproducono insieme il 58,2% dell'inerzia totale. Il primo fattore (36,6%) esprime un'opposizione tra un discorso focalizzato esclusivamente sull'omicidio di Pamela (cluster 6 – semipiano positivo) e un discorso che combina la campagna elettorale (cluster 3 – semipiano negativo) con l'antifascismo e il fascismo (cluster 5 – semipiano negativo) e, in misura minore, con i valori e le emozioni (cluster 1 – semipiano negativo). Si tratta quindi di un fattore che esprime una polarizzazione tra cronaca e politica. Il secondo fattore (21,6%), invece, individua un'opposizione tra un discorso focalizzato esclusivamente su antifascismo e fascismo (cluster 5 – semipiano negativo) e un discorso che combina gestione dell'immigrazione (cluster 2 – semipiano positivo) con campagna elettorale (cluster 3 – semipiano positivo) e con valori ed emozioni (cluster 1 – semipiano positivo). Data però la prevalenza della narrativa sulla gestione dell'immigrazione (il cluster 2 è quello che contribuisce di più alla formazione del semipiano positivo), tale fattore può essere ricondotto all'antitesi tra *issues* tecnico-gestionali e *issues* ideologiche nel contesto del fenomeno

migratorio. La sparatoria di Macerata (cluster 4) si trova in prossimità del baricentro degli assi (sebbene con una certa “inclinazione” verso i due semipiani positivi) e, come tale, risulta meno determinante alla formazione delle dimensioni semantiche appena descritte.

Fig.3 - Relazioni tra i sei cluster e le variabili illustrative



Quanto all’associazione le quattro dimensioni semantiche individuate e le variabili illustrative, la Fig. 3 (grafico di destra) permette di evidenziare i seguenti aspetti salienti:

- riguardo alla variabile “settimana”, possiamo notare come la SETT_01 (01-07 febbraio) sia quella più associata con il discorso relativo alla sparatoria di macerata ($\text{Chi}^2=351,3$; $p\text{-value}<0,0001$) e, in misura inferiore, con quello relativo a gestione dell’immigrazione ($\text{Chi}^2=15,1$; $p\text{-value}<0,001$);

- la SETT_02 (08-14 febbraio) risulta associata al discorso sull’omicidio di Pamela ($\text{Chi}^2=33,5$; $p\text{-value}<0,0001$) e fortemente associata quello che contrappone antifascismo e fascismo ($\text{Chi}^2=335,2$; $p\text{-value}<0,0001$);

- la SETT_03 (15-21 febbraio) esprime una debole associazione con la gestione dell’immigrazione ($\text{Chi}^2=18,5$; $p\text{-value}<0,0001$) e con valori ed emozioni ($\text{Chi}^2=5,7$; $p\text{-value}<0,05$);

- la SETT_04 (22-28 febbraio) presenta una marcata associazione con il discorso su antifascismo e fascismo ($\text{Chi}^2=360,9$; $p\text{-value}<0,0001$) e una più debole associazione con quello che richiama i valori e le emozioni ($\text{Chi}^2=6,9$; $p\text{-value}<0,01$);

- la SETT_05 (01-04 marzo) manifesta un’associazione con il discorso sulla campagna elettorale ($\text{Chi}^2=28,3$; $p\text{-value}<0,0001$) e, sebbene meno marcata, con quello sulla gestione dell’immigrazione ($\text{Chi}^2=5,9$; $p\text{-value}<0,05$);

- riguardo alla collocazione delle testate, possiamo notare come *il Resto del Carlino* (Chi2=184; p-value<0,001), *Il Giornale* (Chi2=49,3; p-value<0,001) e *il Messaggero* (Chi2=17,8; p-value<0,001) siano quelli che hanno dato più spazio al racconto dell'omicidio di Pamela;

- *il Fatto Quotidiano* (Chi2=18,7; p-value<0,0001), *la Stampa* (Chi2=6,4; p-value<0,05) e *la Repubblica* (Chi2=4,8; p-value<0,05) hanno dato più spazio degli altri al raid di Macerata;

- *la Repubblica* (Chi2=21,1; p-value<0,0001) e *l'Avvenire* (Chi2=8,4; p-value<0,01) sono quelli che hanno prestato maggiore attenzione a valori ed emozioni;

- *il Sole 24 Ore* (Chi2=102,9; p-value<0,0001), *Libero* (Chi2=63,5; p-value<0,0001) e, in misura minore, *il Giornale* (Chi2=13,6; p-value<0,001) hanno concesso più spazio alla questione relativa alla gestione dell'immigrazione;

- il discorso su antifascismo e fascismo, invece, è stato sovrarappresentato da *il Messaggero* (Chi2= 36,2; p-value<0,0001); *il Fatto Quotidiano* (Chi2=14,5; p-value<0,001) e *la Repubblica* (Chi2=4,6; p-value<0,05);

- infine, il discorso sulla campagna elettorale è risultato prevalente su *la Repubblica* (Chi2=39,0; p-value<0,0001) e, in misura minore, su *la Stampa* (Chi2=9,1; p-value<0,01), *il Corriere della Sera* (Chi2=4,2; p-value<0,05) e *il Sole 24 Ore* (Chi2=2,5; p-value<0,05).

Riassumendo: le settimane che evidenziano i profili più “definiti” sono la SETT_05 (01-07 febbraio) rispetto alla narrazione relativa alla sparatoria di Macerata, la SETT_06 (08-14 febbraio) e la SETT_08 (22-28 febbraio) rispetto alla narrazione su antifascismo e fascismo, sullo sfondo delle manifestazioni verificatesi in varie città italiane. Rispetto ai quotidiani analizzati, invece, *il Resto del Carlino* e *Il Giornale* si caratterizzano soprattutto in relazione alla cronaca dell'omicidio di Pamela, *il Sole 24 Ore* e *Libero* in relazione al problema della gestione dell'immigrazione, *la Repubblica* in relazione al tema della campagna elettorale e *Il Messaggero* in riferimento ad antifascismo e fascismo. Il *Corriere della Sera*, dal canto suo, evidenzia il profilo più equilibrato in rapporto alle sei tematiche emerse dell'analisi dei cluster semantici.

In sintesi, si possono evidenziare i seguenti risultati principali:

- rispetto agli attori che hanno la maggiore visibilità, si osserva un marcato protagonismo degli attori politici nazionali impegnati in campagna elettorale (tra questi il più citato è Matteo Salvini);

- rispetto a questo predominio della sfera politica, emerge tuttavia anche il protagonismo della società civile;

- riguardo all'evoluzione temporale, nella prima settimana della nostra analisi prevale l'attenzione per una descrizione dei fatti strettamente legati alla sparatoria di Macerata. Tuttavia, come si vedrà successivamente con l'analisi dei frame, si assiste fin da subito a una politicizzazione dei due eventi dominanti del “caso Macerata”;

- la tematizzazione politicizzata dei due eventi appare evidente anche nella seconda e nella quarta settimana di rilevazione e si gioca prevalentemente sulla contrapposizione tra antifascismo e fascismo, tema imposto dalla scesa in campo di diversi attori della società civile;

- riguardo alle specificità tematiche delle singole testate, *il Resto del Carlino* e *Il Giornale* si contraddistinguono per una maggiore attenzione alla cronaca dell'omicidio di Pamela; *Libero* e, in misura minore, *Il Giornale* sembrano spostare il baricentro tematico verso la lettura degli eventi di cronaca in termini di gestione dell'immigrazione, ovviamente marcandone la problematicità; *la Repubblica* e *l'Avvenire* sono i due quotidiani più sensibili a una lettura impostata su valori ed emozioni, anche se *la Repubblica*, in modo lucido, collega gli eventi di cronaca alle vicende della campagna elettorale; il *Corriere della Sera* conferma di possedere l'approccio più orientato alla *multiperspectiveness*.

5. Analisi del contenuto: il framing sul “caso Macerata”

L'analisi del contenuto è stata svolta tramite una ricognizione dei frame che compaiono negli articoli pubblicati dalle dieci testate oggetto d'analisi nella settimana che va dal 1 al 7 febbraio 2018, e si è posta l'obiettivo di cercare di capire quando, e attraverso quali strategie discorsive, i due fatti di cronaca – ovvero l'omicidio di Pamela Mastropietro e la sparatoria di Traini – sono diventati delle *issues* politiche. Si è cercato inoltre di individuare i frame che hanno caratterizzato la tematizzazione di detti eventi, i soggetti che li hanno elaborati e diffusi, e la dialettica prodotta dalle diverse posizioni nel campo discorsivo relativo ai fatti di Macerata.

Come accennato sopra l'attività di tematizzazione presiede allo sviluppo di un apprendimento conoscitivo e alla formazione di un giudizio riflessivo sopra un evento o un problema (Marletti 1985). Quando un evento per le sue caratteristiche colpisce particolarmente l'opinione pubblica, e viene messo a tema, da un giornalismo di cronaca si passa a un giornalismo di attualità che cerca di ridefinire ciò che accade attraverso un'attività di framing, cioè raccontando gli eventi attraverso parole e frasi che riflettono la propria visione del mondo. In questo modo si costruisce un campo discorsivo che assume le connotazioni di uno scenario in cui ciò di cui si parla è delineato da un preciso punto di vista allo scopo di coinvolgere il pubblico e conquistarne l'adesione (Lakoff 1996 e 2004). Una parte importante della competizione politica consiste proprio nell'elaborare argomentazioni e costruire scenari capaci di imporsi nello spazio pubblico e conquistare l'adesione degli elettori.

Inoltre giova qui ricordare che un altro fattore importante nell'attività di framing è l'attribuzione di responsabilità. Iyengar (1991), a seguito dei suoi studi sull'informazione televisiva, ha mostrato come le notizie vengano proposte in modo da suggerire una spiegazione dei fatti che si focalizza principalmente sull'individuazione del fattore, o del soggetto, responsabile di quanto accaduto. Il focus non è posto sull'analisi dello specifico fatto, ma sugli

elementi di contesto che l'hanno provocato. La formazione dell'opinione del pubblico viene dunque orientata sulla ricerca di un responsabile, che poi facilmente assume le connotazioni di un colpevole, piuttosto che sull'analisi oggettiva di quanto accaduto e sulla riflessione in merito alle azioni più opportune da mettere in campo per far fronte al problema.

L'analisi degli articoli ha permesso di rilevare che anche nel caso Macerata l'attribuzione di responsabilità ha giocato un ruolo fondamentale. Di fronte alla scioccante catena di fatti che va dall'omicidio cruento alla sparatoria su persone di origine africana, la domanda, seppur spesso implicita, che ispira gli articoli esaminati è: "Perché è successo? Cosa pensare, quale lettura elaborare?". Domanda comprensibile se si pensa alla necessità di poter ristabilire la rassicurante routine cognitiva sconvolta da questi eventi eccezionali. Le tempestive dichiarazioni di Salvini forniscono immediatamente le categorie interpretative coerenti con la visione del mondo che intende promuovere, e focalizzano immediatamente il discorso sull'individuazione dei responsabili, prontamente indicati non in coloro che hanno commesso i reati ma nei suoi avversari politici.

Infatti, se il primo febbraio 2018 vengono pubblicati gli articoli di cronaca con la notizia dell'omicidio di Pamela Mastropietro e del fermo di Innocent Oshedale, già il 2 febbraio i giornali riportano le parole di Matteo Salvini: "Immigrato nigeriano, permesso di soggiorno scaduto, spacciatore di droga. È questa la 'risorsa' fermata per l'omicidio di una povera ragazza di 18 anni, tagliata a pezzi e abbandonata per strada [...] La sinistra ha le mani sporche di sangue. È un'altra morte di Stato". A queste affermazioni ribatte immediatamente Laura Boldrini che lo accusa di diffondere odio e di praticare sciacallaggio politico su dolorose tragedie umane: "Purtroppo c'è chi, come Salvini, invece di rispettare il dolore che provoca una notizia del genere coglie l'occasione per diffondere odio e pensa a lucrare voti con un cinico sciacallaggio, accusando e puntando il dito sulla sinistra".

Fin dal 2 febbraio dunque – cioè prima della sparatoria che avrà luogo il 3 febbraio e che darà origine a un infervorato dibattito e a un gran numero di articoli – compaiono nel campo discorsivo i due frame che saranno dominanti nel corso di tutta la settimana analizzata. Il primo, lanciato da Matteo Salvini e costantemente ribadito anche da altri, si può denominare "Immigrazione come minaccia", frame già ampiamente diffuso nell'informazione relativa all'immigrazione (Benson 2013; Figenshou e Thorbjørnsrud 2015); il secondo, lanciato da Laura Boldrini e ribadito da Roberto Saviano, da una parte del Pd, da religiosi e da molti altri, è il frame che chiameremo "Imprenditori dell'odio" ed è specularmente opposto al primo.

Utilizzato dunque per orientare l'opinione del pubblico a proposito dell'omicidio il frame "Immigrazione come minaccia" viene ribadito tal quale anche per tematizzare la sparatoria di Traini grazie all'uso di espedienti retorici costantemente praticati da Matteo Salvini. Infatti il leader della Lega aveva individuato come colpevole dell'omicidio "la sinistra", presentata come

favorevole all'immigrazione incontrollata, sulla base di uno slittamento semantico fondato su un'indebita generalizzazione: il (presunto) colpevole è un immigrato, dunque l'immigrazione, e coloro che ne sono responsabili, vanno contrastati. Qui l'artificio retorico utilizzato è il passaggio da un caso concreto, cioè l'omicidio, a una categoria astratta, l'immigrazione, che proprio perché astratta si presta molto bene a essere riempita e specificata di immagini e contenuti che il segretario della Lega non manca di provvedere attraverso aneddoti, battute, slogan, che puntualmente nulla hanno a che fare con l'evento di cui si parla, ma mirano a costruire un universo simbolico e una visione del mondo che il pubblico a cui mira può facilmente condividere sulla base di pregiudizi e stereotipi⁴. Così, attraverso lo spostamento dell'attenzione dal fatto di cronaca concreto a tematiche generali e astratte, lo sdegno per l'omicidio viene trasformato in una condanna per l'immigrazione e per "la sinistra" che ne sarebbe responsabile.

Leggermente diversa ma tutto sommato analoga la strategia retorica nel framing della sparatoria su persone di origine africana. Salvini apre puntualmente le sue dichiarazioni affermando brevemente che la violenza⁵ è da condannare sempre, *però* l'immigrazione incontrollata produce disordine ed esaspera gli animi, e focalizza ancora una volta il suo discorso sul *vero* colpevole della sparatoria, individuato di nuovo nella "sinistra" amica dei clandestini. È in quel *però* che si esplica l'efficace – per quanto semplice - regia del Salvini oratore, che tramite questo *shift* discorsivo riesce a cambiare scena e a portare l'interlocutore sul suo terreno e ad affermare ancora una volta la sua visione dell'immigrazione come minaccia.

Sul suo terreno discorsivo finiscono non soltanto i suoi sostenitori, ma anche chi non lo condivide. Infatti, come in una sorta di strategia dello specchio, da un lato Salvini accusa i suoi avversari politici di produrre disagio, paura e disordine sociale favorendo l'invasione da parte dei clandestini per i propri interessi elettorali ed economici. Dall'altra parte si risponde accusando gli "Impreditori dell'odio" di generare disagio, paura e disordine sociale attraverso l'incitamento all'ostilità e al razzismo per acquisire consenso. Il risultato è la diffusione di un coacervo di emozioni negative e di scenari foschi che sembrano andare a vantaggio del leader leghista in quanto, pur negandola, contribuiscono a diffondere la sua visione del mondo invece di provvederne una alternativa. Peraltro a distanza di un paio di giorni della sparatoria, già i giornali parlano di sondaggi che registrano una crescita della Lega⁶ contribuendo a rafforzare la sua posizione.

⁴ Il ricorso a stereotipi e pregiudizi e lo slittamento semantico sono delle costanti nel discorso politico di Salvini. Per l'analisi di altri casi che vedono protagonista il leader leghista cfr. Bonerba G. (2016a e 2016b).

⁵ Da notare che la condanna è per la "violenza" non per il violento Traini. Anche in questo caso il continuo spostamento discorsivo tra fatti concreti e generalizzazioni astratte è fondamentale nell'attività di *framing*.

⁶ La presunta crescita delle intenzioni di voto favorevoli alla Lega, riportata dalle testate in analisi, non sembra tuttavia essere particolarmente significativa quando la confrontiamo con le risultanze del questionario ITANES (*Italian National Election Studies*), realizzato tra il 15 Gennaio e il 4 Marzo su un campione di 11061 intervistati. Le variazioni nelle intenzioni di voto nei giorni immediatamente successivi alla sparatoria di Macerata, infatti, sono piuttosto altalenanti, passando da un 6,4% degli intervistati il 4 Febbraio, giorno successivo alla sparatoria, al 10, 5% del 7 Febbraio, per tornare al 6,3% del 10 Febbraio. Tale

Anche se nettamente dominanti i due frame analizzati non sono i soli a occupare il campo discorsivo generato dagli articoli sul “caso Macerata”. Infatti sull’omicidio di Pamela la famiglia – per bocca dell’avvocato Marco Valerio Verni – fin dal 2 febbraio lancia un altro frame relativo all’inadeguatezza della struttura in cui la ragazza era ricoverata. È un argomento che compare in diversi articoli, e che la famiglia ribadisce con forza in diverse occasioni, accompagnato ad altre osservazioni su eventuali ulteriori responsabilità individuali e istituzionali che la mamma, riferendo dell’incontro che ha avuto con il procuratore di Macerata, espone in quest’ordine: a) inadeguatezza della comunità; b) incontro con persone che invece di aiutarla hanno pensato solo ai loro “sporchi vizi sessuali”⁷; c) come mai i nigeriani stavano ancora in Italia, chi doveva controllarli, chi doveva provvedere al loro rimpatrio? È un frame che chiameremo “Responsabilità concorrenti di soggetti specifici”.

A differenza dei primi due, quest’ultimo frame non si basa su un’estensione e generalizzazione di quanto accaduto, e di eventuali responsabilità, ma sull’approfondimento conoscitivo e dettagliato della singola vicenda. È evidente che questo frame corrisponde all’interesse della famiglia a individuare responsabilità precise relative alla singola circostanza. È lo stesso rifiuto della generalizzazione che la mamma di Pamela vuole esprimere quando il rappresentante della comunità nigeriana di Macerata le chiede scusa, e lei risponde: “Accetto le scuse, ma non sei stato tu!”. Tuttavia questo frame, pur presente nel campo discorsivo immediatamente dopo l’omicidio, ha avuto poco spazio negli articoli analizzati.

Oltre a quelli discussi sopra, altri frame hanno popolato il campo discorsivo relativo ai fatti di Macerata nella settimana analizzata. Si tratta di narrazioni sia politiche che non e che hanno avuto uno spazio minore sulle pagine dei giornali rispetto ai frame che trattano di migrazioni:

- il frame “Follia”. Proposto o semplicemente ventilato da diverse fonti, spesso compare in apertura degli articoli ma sembra poi non essere soddisfacente come cornice esplicativa della sparatoria e viene solitamente associato ad altre considerazioni, come a esempio il *frame* “Sicurezza” di cui si dice nelle righe successive;

- il frame “Sicurezza”. La posizione di Berlusconi: “Atto di un folle, ma le nostre città non sono sicure” ne costituisce un esempio e il fatto di cronaca si trasforma immediatamente in una *issue* politica che strizza l’occhio al suo elettorato di riferimento;

- il frame “Abbassiamo i toni, lo Stato c’è”, lanciato da Renzi e sostenuto da Gentiloni e Minniti, ha gelato le prime dichiarazioni di Debora Serracchiani, dai toni piuttosto polemici, e ha segnato il basso profilo del Pd sulla questione, scelta giudicata da alcuni uno degli errori della

dato ci permette di ipotizzare che solo la sedimentazione nel clima di opinione di una determinata narrativa attorno al fenomeno migratorio e alla questione sicurezza abbiano condotto a un risultato molto positivo per la Lega, superiore alle aspettative dei sondaggi stessi.

⁷ Il riferimento è all’uomo che ha dato un passaggio alla ragazza per andare dalla comunità di recupero fino a Macerata e l’ha pagata per una prestazione sessuale.

campagna elettorale del partito. Si veda in proposito Dino Amenduni che ritiene il “caso Macerata” un’occasione sprecata nella campagna elettorale del PD, il quale avrebbe dovuto esprimere “una condanna più decisa e una partecipazione più convinta”, mentre Sara Bentivegna osserva un eccesso di razionalità in questa posizione, che parla alla testa e non alla pancia degli elettori⁸;

- il frame “Silenzio, non si fa campagna elettorale su vicende come questa” lanciato da Di Maio ha costituito la linea seguita coerentemente dal M5S che, in effetti, appare poco presente nel campo discorsivo relativo al caso Macerata;

- il frame “Delitto ideologico”, riconducibile a una destra fascista e xenofoba, e talvolta qualificato come terrorismo, è l’interpretazione della sparatoria in cui si riconoscono associazioni come ANPI CGIL, Libera, ARCI, Emergency. Intorno a questa narrazione ruoterà anche il dibattito antifascismo/fascismo, che occuperà le pagine dei giornali soprattutto nella settimana dall’8 al 15 febbraio, in concomitanza con le manifestazioni organizzate in diverse città, ma che resta minoritario nella settimana presa in esame;

- il frame “Delitto comune”, è un’altra narrazione estremamente marginale, lanciata da alcuni criminologi che ritengono che l’omicidio di Pamela sia un delitto consumato in un contesto di droga e di aggressione sessuale, simile ad altri che si verificano in contesti analoghi, spesso difficili e degradati, e non legati alle migrazioni. Si tratta di un frame focalizzato sugli specifici eventi e costruito da esperti che, per quanto riguarda l’omicidio, mettono l’accento sul confronto con casi che, pur non coinvolgendo persone immigrate, presentano caratteristiche molto simili. Per quanto riguarda la sparatoria poi ritengono che si tratterebbe di un gesto criminale originato da emarginazione sociale, in cui eventuali implicazioni di tipo ideologico sarebbero puramente accessorie.

In estrema sintesi l’analisi condotta evidenzia che:

- la *politicizzazione* degli eventi di cronaca è immediata;

- nella settimana analizzata, i frame più presenti e più immediati sono quello della “Immigrazione come minaccia”, a cui si contrappone in chiave di risposta il frame degli “Imprenditori dell’odio”;

- contemporaneamente emergono alcuni frame di natura non politica, quali il frame delle “Responsabilità concorrenti”, proposto dalla famiglia di Pamela, quello della “Follia” e quello del “Delitto comune”, che rimangono assolutamente minoritari nel racconto giornalistico.

È evidente dunque che nel complesso i frame basati su letture che trasformano l’evento di cronaca in *issues* politiche prevalgono largamente sugli altri, focalizzandosi sulla ricerca delle responsabilità a scapito della riflessione sulle soluzioni e contribuendo a un riorientamento della

⁸ Cfr. <https://comescusa.wordpress.com/2018/04/22/spin-diamanti-cacciotto/> (consultato il 30 aprile 2018).

campagna elettorale in cui si amplifica il dibattito sul tema dell'immigrazione con toni fortemente divisivi e polarizzanti.

6. Conclusioni

In via di conclusione, possiamo dire che le ipotesi di lavoro appaiono confermate nel senso che:

- la politicizzazione del caso di cronaca (attraverso il frame dell'immigrazione come minaccia e il frame speculare degli "Imprenditori dell'odio") è praticamente immediata e ne è principale protagonista il leader della Lega, in qualche modo assecondato dalle strategie narrative di quotidiani come *Libero* e *Il Giornale* incentrate sulla lettura della difficoltà di gestione dell'immigrazione;

- relativamente alla prima settimana di rilevazione, i frame che potrebbero introdurre una lettura non politicizzata degli eventi rimangono decisamente minoritari;

- la politicizzazione si articola successivamente nel frame degli attori della società civile, in chiave prevalentemente ideologica, attraverso la contrapposizione tra antifascismo e fascismo;

- dall'analisi delle strategie narrative dei quotidiani risulta evidente che anche le testate maggiormente orientate all'*advocacy* dei valori democratici ed antirazzisti, contestualizzano i due gravi episodi di cronaca all'interno del frame delle difficoltà di gestione dell'immigrazione in termini di policy;

- si conferma la peculiarità del tema immigrazione di dislocarsi in scenari locali e a partire da questi di transitare al livello nazionale e in parte in quello Europeo;

- infine, sembra interessante sottolineare come questi due episodi di cronaca esercitino un effetto catalizzatore rispetto a episodi minori di violenza politica che si determinano nelle settimane seguenti a tal punto da costruire dei nessi che portano alla luce due altri temi, uno relativo alla violenza politica e l'altro relativo al sentimento di tensione e di paura.

Bibliografia

- Altheide D.L. (2006) *Terrorism and the Politics of Fear*, Lanham, AltaMira Press.
- Altheide D.L. (2009) *Terror Post 9/11 and the Media*, New York, Peter Lang.
- Baum M.A. (2002) *Sex, Lies and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public*, in “American Political Science Review”, 96 (1), pp. 91-109.
- Baum M.A. (2003) *Soft News Goes to War: Public Opinion and American Foreign Policy in the New Media Age*, Princeton, Princeton University Press.
- Baum M.A. & Groeling T. (2008) *New Media and the Polarization of American Political Discourse*, in “Political Communication”, 25 (4), pp. 345-65.
- Baumgartner F.R., Jones B.D. (1993) *Agendas and Instability in American Politics*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Benson R. (2013) *Shaping Immigration News. A French American Comparison*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Bonerba G. (2016a) *Il discorso razzista nei media. Analisi del linguaggio politico nei talk show*, in “Voci. Rivista di Scienze Umane”, XI, pp. 29-43.
- Bonerba G. (2016b) *Il caso della costruzione della moschea a Umbertide* in Greco P. (a cura di) *Addio alla razza. Una parola pericolosa che per la scienza non ha senso*, Milano, Egea, pp. 115-123.
- Boydston A. E. (2013), *Making the News: Politics, the Media, and Agenda Setting*, Chicago and London, the University of Chicago Press.
- Dearing G.W., Rogers E.M. (1996) *Agenda-Setting*, Thousand Oaks, Sage.
- Downs A. (1972), *Up and Down with Ecology: The Issue-Attention Cycle*, in “Public Interest”, 28, pp. 38-50.
- Figenshou, T. U. e Thorbjørnsrud K. (2015) “Faces of an Invisible Population: Human Interest Framing of Irregular Immigration News in the United States, France, and Norway”, *American Behavioral Scientist*, 59 (7), 783–801.
- Iyengar S. (1991) *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*, Chicago, Chicago University Press.
- Lakoff G. (1996) *Moral Politics: What Conservatives Know That liberals Don't*, Chicago, Chicago University Press.
- Lakoff G. (2004) *Don't Think of an Elephant: Know Your Values and Frame the Debate*, Chelsea, Green Publishing.
- Lahlou S. (2012) *Text Mining Methods: an Answer to Chartier and Meunier, Papers on Social Representations*, disponibile su: http://www.psych.lse.ac.uk/psr/PSR2011/20_39.pdf
- Losito G. (2002) *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*, FrancoAngeli, Milano.

- Mancini P. (a cura di) (2003) *La posta in gioco. Temi, personaggi e satira nella campagna elettorale del 2001*, Roma, Carocci.
- Mancini P. e Marini R. (2006) *Agenda setting, personalizzazione e clima di opinione nella campagna 2004-2006*, in “Comunicazione Politica”, vol. VII, 2, pp. 259-286.
- Marini R. (2003) *Tra cronaca e politica: l'agenda dei media in campagna elettorale*, in P. Mancini (a cura di) *La posta in gioco. Temi, personaggi e satira nella campagna elettorale del 2001*, Roma, Carocci
- Marini R. e Gerli M. (2017) *Le forme di un tema. L'immigrazione nell'arena dei quality papers italiani*, in “Comunicazione Politica”, 3, pp. 479-504.
- Marini R. e Roncarolo F. (2003) *Informazione e campagne elettorali: antiche sfide e nuove tendenze*, in C. Sorrentino (a cura di), *Il giornalismo in Italia. Aspetti, processi produttivi, tendenze*, Roma, Carocci, pp. 189-206.
- Marletti C. (1985) *Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione politica*, Roma, RAI-ERI.
- Matteucci M.C. e Tomasetto C. (2002) *Alceste: un software per l'analisi dei dati testuali*, in B. Mazzara (a cura di), *Metodi qualitativi in Psicologia Sociale. Prospettive teoriche e strumenti operativi*, pp. 305-327, Roma, Carocci.
- Ratinaud P. & Marchand P. (2012) *Application de la méthode ALCESTE à de “gros” corpus et stabilité des “mondes lexicaux”: analyse du “CableGate” avec IraMuTeQ*. Em: Actes des 11eme Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles, pp. 835-844.
- Reinert M. (1987), *Classification descendante hiérarchique et analyse lexicale par contexte: application au corpus des poésies d'Arthur Rimbaud (Descending Hierarchical Classification and context-based lexical analysis: Application to the corpus of poems by A. Rimbaud)*, Bulletin de Méthodologie Sociologique, 13, pp. 53-90.
- Schonhardt-Bailey C. (2013) *Deliberating American Monetary Policy: a Textual Analysis*, Massachusetts, MIT Press.
- Tipaldo G. (2014) *L'analisi del contenuto e i mass media. Oggetti, metodi e strumenti*, Bologna, Il Mulino.
- van Zoonen L. (2005) *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*, Boulder, Rowman and Littlefield.

Quali sono state le strategie di comunicazione politica messe in atto dal Movimento 5 Stelle?

*Marco Improta**

1. Introduzione

Le elezioni politiche del 4 marzo 2018 hanno consegnato al Movimento 5 Stelle un risultato molto ampio in termini di voti¹. Un risultato anche maggiore rispetto a quello ottenuto nella tornata elettorale del 2013 che fu definita, alla luce del sorprendente risultato dei pentastellati, un terremoto elettorale (Chiaromonte e De Sio 2014). L'aumento dei consensi rappresenta, ormai chiaramente, un'affermazione completa di questa forza politica all'interno del sistema politico italiano. Tali consensi elettorali, ma anche la particolarità e la singolarità di essere la prima forza politica nata sul web, hanno richiamato l'attenzione di molti studiosi. In un recente passato sono stati condotti, infatti, molti studi con l'obiettivo di esplorare e spiegare il modello organizzativo e comunicativo del Movimento 5 Stelle e il suo progressivo sviluppo.

Alla luce del risultato ottenuto alle ultime tornate elettorali appare interessante studiare e cercare di comprendere quali sono state le strategie di comunicazione politica messe in atto dal Movimento 5 Stelle e come hanno influito nella costruzione del consenso elettorale. Nella campagna che ha preceduto il giorno delle elezioni abbiamo assistito ad un processo evolutivo nello stile comunicativo e nella sua organizzazione interna. Per la prima volta, infatti, si è potuta osservare la esplicita indicazione di un capo politico², nella figura di Luigi Di Maio, rispetto alla passata volontà di rifiutare una rappresentanza in termini di leadership (Corbetta e Gualmini 2013).

È stata una campagna elettorale organizzata e diretta dal responsabile per la comunicazione Rocco Casalino, improntata verso una narrazione governista e interessata in particolar modo a contrastare le accuse di incompetenza mosse dalle altre forze politiche. Quest'ultimo aspetto ha spinto il Movimento 5 Stelle a presentare una squadra di governo prima del 4 marzo, proponendo nei vari dicasteri nove professori universitari³ su un totale di diciassette ipotetici ministri. Tale strategia, tuttavia, ha dovuto anche far fronte al rischio di creare un distacco con la parte movimentista dell'elettorato e alle notizie trapelate sui singoli ministri proposti sui giornali e nelle televisioni. Nei paragrafi successivi affronteremo in maniera più approfondita questo aspetto. Ma, come vedremo, pare essere stata tuttavia una strategia fruttuosa in termini di consenso.

L'obiettivo di questo contributo è quello di analizzare le strategie di comunicazione

*Studente del corso di laurea magistrale in Governo e Politiche della LUISS Guido Carli Indirizzo email: marco.improta@studenti.luiss.it

¹ Il Movimento 5 stelle ha ottenuto il 32,66% dei voti alla Camera dei Deputati e il 32,21% dei voti al Senato.

² Luigi Di Maio ha vinto la competizione telematica interna per la candidatura a premier con 30.936 voti su 37.442 votanti.

³ Conte, Maggino, Giannetakakis, Del Re, Roventini, Fioramonti, Coltorti, Tridico, Bartolazzi.

politica del Movimento 5 Stelle. In particolar modo appare interessante concentrarsi sulle due competizioni elettorali nazionali alle quali tale forza politica ha preso parte. Può essere utile dunque comprendere se le strategie messe in atto durante la campagna elettorale del 2013 si differenziano, e se sì in che modo, da quelle messe in atto durante la campagna elettorale del 2018. In questo senso una comparazione di questo tipo può aiutare a comprendere alcuni tratti di questa complessa forza politica. Il lavoro verrà suddiviso seguendo il seguente schema: in primo luogo verranno analizzate le strategie di comunicazione politica messe in atto sul web e nelle piattaforme social (*Facebook, Twitter, Instagram*). Successivamente l'attenzione si sposterà sulle strategie messe in atto nelle televisioni. Infine, verrà affrontata la questione delle agorà, le tradizionali adunate in piazza, che hanno visto come protagonista principale l'ormai ex parlamentare Alessandro Di Battista.

2. Internet

Il Movimento 5 Stelle è nato ufficialmente il 4 ottobre 2009 a Milano⁴⁶. Tuttavia, prima ancora di quella data, l'attività di un movimento embrionale denominato 'Amici di Beppe Grillo' si andava già sviluppando in pianta stabile, usufruendo di piattaforme web ai più sconosciute, come la piattaforma MeetUp⁵⁷. Il Movimento 5 Stelle è dunque una forza politica nata e sviluppatasi sul web e ciò rappresenta un unicum nel panorama politico italiano: in passato non si era mai osservata la nascita e lo sviluppo di una forza politica tramite internet, superando gli strumenti tradizionali di organizzazione partitica e dell'elettorato tipici di un passato modo di fare politica (Diamanti 2009).

La struttura organizzativa telematica del Movimento 5 Stelle ha conosciuto una progressiva evoluzione riguardo gli strumenti proposti per garantire uno degli elementi cardine del programma pentastellato concernente la democrazia diretta e la conseguente partecipazione attiva degli iscritti. Tale evoluzione ha recentemente conosciuto il suo apice con la piattaforma Rousseau, ispirata ai principi del filosofo politico francese, che mira a coinvolgere gli utenti alla scrittura delle leggi da presentare in Parlamento, contribuendo a fornire un indirizzo politico ai singoli parlamentari. L'importanza di internet per il Movimento 5 Stelle è confermata anche visivamente dall'inserimento del sito web all'interno del simbolo elettorale, altro elemento che la differenzia dalle altre forze politiche del panorama nazionale. Tutta questa serie di componenti ha contribuito a creare un elettorato maggiormente attivo sul web rispetto ai tradizionali circoli partitici. Questo aspetto ha contribuito a comprendere e spiegare, tra le altre cose, il maggior successo elettorale a livello nazionale dei pentastellati rispetto alle elezioni cosiddette di second'ordine (Chiamante e De Sio 2014).

Nonostante il radicamento sul web del Movimento 5 Stelle alcuni studi recenti hanno

⁴ Cfr. Grillo presenta il suo Movimento 5 Stelle, 4 ottobre 2009, *Il Sole 24 Ore*.

⁵ Strumento aggregativo che il Movimento 5 Stelle sta lentamente abbandonando

evidenziato una serie di elementi paradossali, che peraltro si sono ripresentati durante l'ultima campagna elettorale. Uno di questi studi è stato condotto da Gualmini e Corbetta (2013). Dalle loro analisi è scaturito un identikit dell'elettore pentastellato e una delle caratteristiche è riguardante il fatto che il mezzo maggiormente utilizzato non è rappresentato dal web, ma dalla televisione.

Di questo 'paradosso della televisione' tratteremo nel paragrafo successivo, ma è importante tener presente di questo aspetto già da ora per comprendere che il Movimento 5 Stelle e il suo elettorato non abbiano in realtà sviluppato un complessivo modello alternativo ai mezzi mediatici tradizionali, in contrasto ad una narrazione anti-televisiva oggi completamente abbandonata.

Come vedremo successivamente, i responsabili della comunicazione e della campagna elettorale del Movimento 5 Stelle hanno avvertito l'importanza della televisione nonostante fosse stata oggetto di numerose critiche e di espressi divieti di partecipazione in passato. Tutto ciò, naturalmente, non ha escluso il protagonismo di internet e soprattutto dei social in questa campagna elettorale, definita dagli osservatori come la più 'social' di sempre.

Uno dei social più utilizzati dalle forze politiche italiane, e non solo, è *Twitter*. Piattaforma che la comunicazione politica pentastellata ha adoperato in misura minore rispetto alle altre forze politiche durante la campagna elettorale.

I *tweet* pentastellati hanno, infatti, affrontato diverse tematiche, tra cui la questione morale, il vincolo di mandato e la presentazione della squadra di governo. Mentre, invece, mancano *tweet* circa l'immigrazione, l'euro e il rinnovato dibattito ideologico tra fascismo e antifascismo, riemerso nel dibattito pubblico e politico dopo i fatti di Macerata.

Il Movimento ha preferito utilizzare con parsimonia il cinguettio di *Twitter* mirando ad un utilizzo oculato di tale piattaforma in modo tale da rendere simili i contenuti, sia programmatici che di commento, in una direzione solida con gli argomenti prestabiliti. Analizzando l'utilizzo delle piattaforme social del Movimento 5 Stelle emerge che il social network maggiormente utilizzato dai pentastellati risulta essere *Facebook*. Di particolare interesse appare l'utilizzo che i parlamentari fanno di questa piattaforma.

Da una prima analisi si osserva una particolare dedizione di quest'ultimi a condividere le notizie e gli sviluppi che occorrono all'interno delle istituzioni dove loro si trovano in veste di 'portavoce'. Questo aspetto è comune a molti parlamentari e lo schema seguito appare standardizzato secondo determinate fasi. Durante la campagna elettorale il Movimento 5 Stelle ha utilizzato *Facebook* per trasmettere, tramite lo strumento delle 'dirette', il tour delle piazze svolto da Alessandro Di Battista e il 'Rally per l'Italia' svolto da Luigi Di Maio.

Prendendo in considerazione il profilo *Facebook* del candidato premier Luigi Di Maio si può notare un'attività notevole in termini di post e condivisioni. Si può notare, inoltre, un processo di moderazione riguardo i toni utilizzati. La tendenza appare essere quella di una rassicurazione degli elettori moderati, dato l'alto tasso di fedeltà dell'elettorato movimentista,

comunque affrancato dalle arringhe di piazza del *pasionario* Alessandro Di Battista. Le parole maggiormente evocate sono state “onestà”, “fiducia”, “governo”, “partecipazione” e “cambiamento”.

Su *Facebook* appare chiaro un disegno gerarchico su chi deve presenziare sulla piattaforma in maniera più capillare e chi invece deve limitarsi ad un numero di post minore e di contenuto più generico.

Analizzando il contenuto dei post, infatti, emerge come le critiche verso gli avversari politici, le direttive programmatiche, le dichiarazioni sulle questioni importanti vengono affidate ai profili di Luigi Di Maio, Alessandro Di Battista, Roberto Fico, Carla Ruocco, Vito Crimi, Roberta Lombardi e Danilo Toninelli (quest’ultimo ha visto un notevole incremento di ruolo nelle gerarchie pentastellate). Gli altri parlamentari invece si limitano a dialogare con un’utenza ristretta e corrispondente al proprio territorio di elezione. Per questo motivo, anche se alcuni parlamentari cercano di ampliare il proprio pubblico, trattano tematiche particolari, tralasciando il più delle volte il dibattito politico nazionale.

I responsabili per la comunicazione del Movimento utilizzano *Facebook* come una cassa di risonanza dell’attività svolta in Parlamento e nelle piazze. L’altro intento è quello di ricercare un messaggio semplice e concreto riguardo determinate tematiche, senza tuttavia proporre un testo di approfondimento per una maggiore comprensione. Il più delle volte, infatti, i post su *Facebook* rimandano ai comunicati e agli articoli del giovane “blog delle stelle”, dove le tematiche affrontate sono trattate in maniera più specifica. Durante la campagna elettorale si è osservata una notevole proliferazione dei video di Luigi Di Maio, rilanciato dal profilo del Movimento a cadenza regolare, in particolare le dirette del Rally Tour. Il tour nelle piazze effettuato da Alessandro Di Battista è stato, invece, rilanciato in maniera minore dal profilo ufficiale del Movimento.

Alla luce del notevole risultato ottenuto il 4 marzo, si può sostenere che le strategie di comunicazione messe in atto su internet abbiano inciso positivamente nella costruzione del consenso elettorale ottenuto.

3. Televisione

Abbiamo già osservato come, nonostante il luogo di origine del Movimento 5 Stelle sia stato il web, il ruolo della televisione sia stato comunque rilevante in termini di utilizzo degli elettori che hanno scelto di votare per i pentastellati nel 2013.

Durante la campagna elettorale del 2013 il Movimento 5 Stelle aveva rifiutato di partecipare alle trasmissioni televisive, non fornendo il consenso ai propri candidati di presentarsi in studio tramite un espresso divieto di Beppe Grillo⁶. Tuttavia, l’esposizione mediatica dei pentastellati avveniva comunque di ‘riflesso’. Le adunate di piazza e le dichiarazioni venivano comunque riportate dai telegiornali ed erano oggetto di discussione in

⁶ Cfr. Grillo ai grillini “non andate in TV”, Corriere della Sera, 9 maggio 2012

molti talk show. In sostanza si parlava del Movimento 5 Stelle, ma non parlava il Movimento 5 Stelle. Internet, dunque, rimaneva lo strumento privilegiato per farsi conoscere e attrarre consenso. L'autoesclusione dai mezzi televisivi ha rappresentato dunque un forte elemento iniziale di differenziazione rispetto alle altre forze politiche. Le strategie messe in atto inizialmente presentano, quindi, vari elementi fondamentali.

Il primo elemento è rappresentato dall'autoesclusione dalle televisioni e la conseguente critica verso l'informazione televisiva (e spesso anche riguardo la carta stampata).

Il secondo elemento è rappresentato dalla totale centralità del web, in particolare nello strumento del blog di Beppe Grillo. Per ultimo vi è il già citato strumento dei MeetUp, unico momento in cui gli attivisti possono incontrarsi fisicamente in via ufficiale.

Durante la campagna elettorale del 2013 abbiamo assistito al cosiddetto "Tsunami tour", culminato nel terremoto elettorale che ha accordato al Movimento il 25,56% dei voti alla Camera e il 23,79% dei voti al Senato. I toni dello Tsunami tour, che vedono come unico protagonista Beppe Grillo, sono molto più forti rispetto ai tour portati avanti parallelamente da Luigi Di Maio e Alessandro Di Battista. Lo Tsunami tour, infatti, si proponeva di stravolgere l'intero sistema dei partiti italiani, aprendo il Parlamento come una "scatoletta di tonno" una volta eletti i propri deputati e senatori. Le strategie messe in atto miravano in primo luogo a sviluppare una comunicazione in stile quasi totalmente *negative campaigning*, concentrandosi nella critica verso l'establishment politico ed economico del paese, esaltando, in contrasto, la propria integrità morale.

Un altro elemento, già accennato prima, è quello della condanna a priori dei mezzi di informazione tradizionale, in particolare quotidiani e televisioni. Tale decisione ha, tuttavia, provocato un effetto di rimbalzo. Lo sviluppo e il notevole trasporto che lo Tsunami tour stava ottenendo ha comportato una particolare attenzione da parte dei mezzi di informazione tradizionale. L'effetto che si è determinato ha sicuramente favorito il notevole consenso elettorale consegnato al Movimento, tuttavia vi sono dubbi se tale effetto sia stato ricercato secondo un preciso disegno o sia nato in maniera spontanea e naturale.

Analizzando la campagna elettorale portata avanti dal Movimento 5 Stelle nelle elezioni politiche del 4 marzo 2018 appare evidente il cambiamento rispetto a quella del 2013. L'intento dei responsabili per la comunicazione pentastellata sembra essere stato quello di disegnare delle strategie nuove per le diverse e nuove sfide che sono nate dopo cinque anni di opposizione. Per questo motivo i temi principali sono stati il cambiamento e il governo, che sono correlati fra di loro. Lo slogan scelto è stato "Partecipa. Scegli. Cambia". La partecipazione ai talk show televisivi è ormai sdoganata e vi sono precise disposizioni su quali esponenti possono prenderne parte. L'idea pare essere quella di scegliere una ristretta rosa di nomi e, a livello di contenuti, i messaggi devono essere quanto più univoci e chiari. Il trasversalismo del Movimento 5 Stelle e la compresenza di diverse anime al suo interno per via della sua composizione eterogenea esige un criterio di organizzazione a volte anche più

solido di quella di altre forze politiche.

Beppe Grillo, come sappiamo, non ha partecipato in modo diretto e attivamente alla campagna elettorale, almeno nel suo formato televisivo, mentre i due esponenti maggiormente esposti sono stati Luigi Di Maio e Alessandro Di Battista. Come vedremo nella parte dedicata alle strategie di comunicazione applicate per le agorà (le adunate di piazza) questi due esponenti, che pare rappresentino l'anima governista, il primo, e l'anima movimentista, il secondo, hanno utilizzato toni e a volte contenuti diversi, 'tirando acqua', tuttavia, per lo stesso 'mulino'.

La strategia sulla quale è interessante concentrarsi, tuttavia, è quella messa in atto del responsabile per la comunicazione Rocco Casalino, ovvero la presentazione, a pochi giorni prima del voto, della squadra di governo.

L'intento dichiarato da Casalino era quello di contrastare le critiche riguardo la mancanza di competenza e di capacità di governo dei pentastellati, cercando di trasformare questo punto debole in un punto di forza. In questa direzione vi è non solo la scelta di presentare una squadra di governo, ma anche la sua composizione. La squadra di governo era formata infatti da tre ministri 'proposti' senza portafoglio e da tredici ministri 'proposti' con portafoglio per un totale di sedici componenti. Tra questi, solo due (Fraccaro e Bonafede, fedelissimi di Di Maio) facevano e fanno parte del Movimento 5 Stelle ufficialmente, i restanti sono ipotetici ministri 'tecnici'. L'elevato numero di professori universitari ed esperti nella composizione risponde proprio all'esigenza di trasmettere un messaggio di competenza.

I rischi di questa strategia erano stati messi in conto ed erano rappresentati dalle possibili ricerche di contraddizioni nel passato di alcune figure. Le polemiche più aspre, in questo senso, sono state sollevate nei confronti dell'ipotetico ministro dell'istruzione Salvatore Giuliano, che si era espresso in favore della riforma per la Buona Scuola di Renzi, salvo poi criticarla successivamente, e nei confronti dell'ipotetico ministro dell'interno Paola Giannetakis, che si era espressa in favore di un 'pacato sì' riguardo la riforma costituzionale bocciata poi tramite referendum il 4 dicembre 2016.

La presentazione di una squadra di governo può essere anche interpretata nel senso di una rassicurazione per l'elettorato maggiormente sensibile alle tematiche di governo piuttosto che di opposizione intransigente. Si può ragionevolmente pensare che il notevole impatto mediatico che la presentazione della squadra di governo ha ottenuto abbia attratto il voto degli elettori indecisi e degli elettori scettici circa le capacità di governo dei pentastellati.

4. Agorà

Per il Movimento 5 Stelle la mobilitazione di piazza ha sempre rappresentato un vantaggio competitivo rispetto alle altre forze politiche. Già nel 2013 i principali competitors dei pentastellati, Pier Luigi Bersani e Silvio Berlusconi, avevano evitato le grandi adunate popolari, temendo e poi pagando in termini elettorali la prorompente forza di Beppe Grillo

durante questi eventi.

Durante la campagna elettorale del 2013, tuttavia, le grandi adunate popolari erano organizzate in maniera meno capillare sul territorio (si sceglievano principalmente le grandi città) ed erano più sporadiche (venivano organizzate poche date con un maggior numero di persone).

L'episodio cruciale, riguardo la campagna elettorale di cinque anni fa, è rappresentato dalle ottocentomila⁷¹² persone presenti in Piazza San Giovanni a Roma nel giorno di chiusura della campagna, mentre l'avversario della coalizione "Italia. Bene Comune" Pier Luigi Bersani decideva di concludere la propria campagna all'interno dello spazio chiuso del teatro. In quella circostanza, tuttavia, i toni di Beppe Grillo furono molto accesi. Il che, a posteriori, può aver spaventato gli elettori indecisi e maggiormente moderati.

Un altro punto debole della comunicazione di piazza, e non solo, del Movimento

5 Stelle durante la campagna elettorale del 2013 è rappresentato dall'inverosimile obiettivo autoimpostosi del raggiungimento della vittoria finale, assoluta e in solitaria, con il richiamo al 51% e con tanto di lancio dell'hashtag "#vinciamonoi". Lo strumento della piazza, nel corso del tempo, ha conosciuto una significativa evoluzione nell'ambito della strategia comunicativa del Movimento, e si può dire che abbia aumentato la sua efficacia. Se prima l'unico protagonista era Beppe Grillo, ora sono gli stessi parlamentari, su tutti Alessandro Di Battista, a fare da mattatori. Se prima si organizzavano grandi eventi e manifestazioni (dal V-Day in poi), ora le agorà sono più piccole, più frequenti e coprono il territorio nazionale in maniera più capillare.

Uno degli elementi innovativi, ad esempio, è rappresentato dai 'tour'. Già durante la campagna referendaria per il 'no' al referendum costituzionale del 4 dicembre 2016 abbiamo assistito al 'Costituzione coast to coast'⁸¹³. Protagonista di questo viaggio lungo la penisola fu proprio Alessandro Di Battista, il quale dal 7 agosto al 7 settembre intraprese un viaggio in motorino arrivando in moltissime piazze italiane. La ragion d'essere di questo tour parte dall'accusa mossa dall'ex parlamentare e da tutto il Movimento riguardo una presenza, ritenuta eccessiva, dei promotori del 'sì' al referendum nelle reti RAI, in particolare. La struttura delle agorà appare standardizzata, in ogni territorio l'esponente politico di rilevanza nazionale (in questo caso Di Battista) viene accompagnato da esponenti politici locali. Il linguaggio di Di Battista è informale e le tematiche affrontate sono varie e generiche. Il linguaggio dei politici locali è più tecnico e basato su tematiche riguardanti le problematiche del territorio. Di Battista viene introdotto alla fine, dopo che gli esponenti locali finiscono di 'scaldare' il pubblico. Anche i discorsi appaiono molto standardizzati: vi sono gli elementi di *negative campaigning*, di pubblicità dell'attività parlamentare e i sempreverdi temi del reddito

⁷ Cfr. Elezioni 2013, Beppe Grillo fa il pieno in piazza, Pier Luigi Bersani in teatro, Silvio Berlusconi con un video comizio. Chi avrà ragione nelle urne?, 23 febbraio, Huffington Post

⁸ Cfr. Costituzione *coast to coast*: dal 7 agosto al 7 dicembre, 5 agosto 2016, Il Blog delle Stelle

di cittadinanza e del taglio degli stipendi.

Quello del ‘Costituzione coast co coast’, alla luce del risultato referendario del 4 dicembre 2016, si è rivelato un percorso fruttuoso in termini di risultati ottenuti⁹. Per tale motivo, durante quest’ultima campagna elettorale, tale strumento non è stato solo riproposto, ma anche rafforzato. Viene messa in atto, infatti, una precisa strategia che si può definire come la strategia principale del Movimento nell’ultima campagna elettorale, e va al di là del luogo o strumento di applicazione, che sia televisione, internet o agorà: la strategia della diversificazione. Gli interpreti di tale strategia sono il candidato premier Luigi Di Maio e l’ex parlamentare, ora attivista ‘speciale’, Alessandro Di Battista. Questi due esponenti rappresentano le due anime che abbiamo assunto esistano all’interno del Movimento: il primo rappresenta l’anima governista, più moderata e incline al compromesso con le altre forze politiche; il secondo l’anima movimentista o comunque quella ‘delle origini’, più intransigente e anti-*establishment*. Mentre Di Maio organizza cene per raccolta fondi, incontra l’alta finanza londinese¹⁰ e rassicura gli imprenditori, Di Battista riempie le piazze dai palchi delle agorà con a seguito moglie e bambino. Quest’ultimo non cena con imprenditori e finanziatori, ma con attivisti e politici locali.

La strategia della diversificazione sposa perfettamente il trasversalismo pentastellato: arrivare a quanto più pubblico possibile, convincere soprattutto i moderati che nel 2013 non avevano scelto il Movimento e rassicurare la base movimentista nonostante dichiarazioni del candidato premier sempre più lontane dalla critica originaria all’*establishment* politico, economico e finanziario. Sono, dunque, due percorsi che procedono parallelamente, per un unico obiettivo. I responsabili della comunicazione hanno voluto evidentemente ricucire su Di Maio un ruolo di maggiore *appeal* per l’elettorato moderato. È in questo senso che si è sviluppato il ‘Rally tour’ di Luigi Di Maio: il percorso, tuttavia, non portava alle piazze, ma verso gli stabilimenti delle imprese e negli hotel delle grandi convention. Un’immagine in netta contrapposizione con le invettive di Beppe Grillo del 2013. La stessa netta contrapposizione possiamo osservarla confrontando il rally di Di Maio con il tour delle piazze, stavolta in camper, di Di Battista. Il tour nelle piazze ha riproposto sostanzialmente il medesimo schema del ‘Costituzione coast to coast’, naturalmente con le differenze di contenuto. Compito di Di Battista è stato quello di rendere quanto più comprensibile, per la base, il programma e i suoi punti. Infatti, abbiamo osservato in molte, se non tutte, le tappe del tour, un veloce elenco dei punti proposti con un sintetico commento successivo. Nel processo di istituzionalizzazione del Movimento 5 Stelle, il ruolo di Di Battista appare fondamentale. È lui il collante che mantiene solido e stabile il legame con l’elettorato originario, più giovane e più di sinistra.

⁹ La percentuale dei ‘no’ è stata pari al 59,12% contro il 40,88% dei ‘si’.

¹⁰ Cfr. Di Maio a Londra per rassicurare la City, 30 gennaio 2018, ANSA

5. Conclusione

In conclusione, l'intento di questo contributo è stato quello di individuare le strategie di comunicazione politica messe in atto dal Movimento 5 Stelle durante l'ultima campagna elettorale e verificare l'impatto che queste hanno avuto nella costruzione del consenso elettorale ottenuto. Nell'insieme, sono emersi alcuni elementi interessanti.

La strategia principale pare essere stata la strategia di diversificazione, applicata all'interno di tutto il sistema dei media, soprattutto attraverso quello tradizionale della televisione. Elemento che differenzia l'ultima campagna da quella del 2013. Anche a livello organizzativo si è notato un cambiamento strategico. Abbiamo assistito, infatti, ad un preciso schema caratterizzato da precise direttive riguardo la pubblicazione dei post sui social, seguendo un principio gerarchico, soprattutto nel social più utilizzato dai pentastellati (sia dall'elettorato che dal Movimento stesso) che pare essere stato *Facebook*: cassa di risonanza dell'attività parlamentare e delle agorà.

La televisione, strumento principale di informazione, paradosso del partito del web, è passata dall'essere luogo di instaurazione dell'effetto riflesso descritto in precedenza a luogo prediletto per la presentazione della squadra di governo. Se nel 2013 abbiamo assistito all'autoesclusione e alla ferrata critica all'informazione, nel 2018 abbiamo osservato una assidua partecipazione ai talk show, con precise strategie, seguendo sempre un principio gerarchico tra chi poteva prendervi parte e chi no. Inoltre, gli esponenti che hanno maggiormente partecipato ai talk show televisivi a ridosso del 4 marzo sono stati esponenti della cosiddetta ala governista. Tra questi, in particolare, registriamo la partecipazione in primis di Luigi Di Maio e poi di Danilo Toninelli e Alfonso Bonafede. Sembrano lontani i tempi in cui erano i più *pasionari* a partecipare in televisione, tra cui Di Battista, Sibilia, Taverna, Ferraresi e Villarosa.

Per concludere, la strategia di diversificazione è apparsa evidente per quanto riguarda le agorà: i tour paralleli di Luigi Di Maio e di Alessandro Di Battista come strategia per ottenere quanto più consenso possibile, nell'ottica del trasversalismo pentastellato.

Bibliografia

- Barbieri, G. (2014) *Lo Tsunami Tour*, in Comunicazione Politica, Bologna, Il Mulino.
- Carrieri, L. (2017) *Il M5s: un moderno partito pigliatutto*, in *Partiti ed elettori in tempi di crisi. Le basi sociali di quattro partiti anti-establishment*, a cura di Biancalana, C., Legnante, G., Milano, Feltrinelli.
- Chiaromonte, A., De Sio, L. (2014) *Terremoto elettorale. Le elezioni politiche del 2013* (2014), Bologna, Il Mulino.
- Corbetta, P., Gualmini, E. (2013) *Il Partito di Grillo*, Bologna, Il Mulino.^[1]_[SEP]
- De Sio, L., Emanuele V., Maggini, N. (2014) *Le Elezioni Europee 2014*, in Dossier CISE n.6, Roma, CISE.
- De Sio, L., Cataldi, M., De Lucia, F. (2013) *Le Elezioni Politiche 2013*, in Dossier CISE n.4, Roma, CISE.
- Diamanti, I. (2009) *Mappe dell'Italia politica. Bianco, rosso, verde e tricolore* (2009), Bologna, Il Mulino.
- Grandi, R., Vaccari, C. (2013) *Come si vincono le elezioni. Elementi di comunicazione politica*, Roma, Carocci.
- Panarari, M. (2017) *Poteri e informazione. Teorie della comunicazione e storia della manipolazione politica in Italia (1850-1930)*, Firenze, Le Monnier.
- Tronconi, F. (2015) *Beppe Grillo's Five Star Movement: Organisation, Communication and Ideology*, Londra, Routledge.

Tweet and shout. Risultati preliminari di una content analysis dei tweets politici durante la campagna elettorale

Felice Addeo e Angela Delli Paoli** (Università di Salerno) adellipaoli@unisa.it*

L'impatto dei social media, di *Twitter* in particolare, sul complessivo ecosistema mediale sembra essere unanimemente riconosciuto. I social media contribuiscono a forme di disintermediazione senza precedenti dei temi che si affermano nella sfera pubblica, agendo come filtri di attendibilità e rilevanza, e ridefinendo i termini del *gatekeeping* e delle teorie classiche dell'*agenda setting*. Sebbene venga potenzialmente riconosciuta la portata rivoluzionaria dei social media nel supportare stili comunicativi distinti rispetto a quelli dei modelli unidirezionali e diffusivi dei media di massa, gli studi empirici che hanno indagato l'uso politico di *Twitter* mostrano risultati discordanti.

Lo studio indaga gli stili comunicativi, nella loro forma e contenuto, adottati dai leader politici durante l'ultima campagna elettorale del marzo 2018 attraverso i rispettivi profili *Twitter*.

In questo scenario, il presente contributo muove dal duplice obiettivo di riflettere su *framework* e categorie analitiche utili allo studio della comunicazione sui *social media* e, contestualmente, rilevare empiricamente l'uso di tali strumenti osservando i flussi comunicativi, le modalità espressive e i contenuti delle attività di comunicazione su *Twitter* al fine di definire a partire dalla forma e dal contenuto dei post pubblicati su *Twitter* lo stile comunicativo degli esponenti politici. Il disegno della ricerca ha adottato il metodo della *content analysis* per analizzare i *tweets* dei principali esponenti dei partiti politici in lizza nelle ultime elezioni. La base empirica è costituita da tutti i *tweets* pubblicati dai principali leaders politici in possesso di un *account Twitter*, ovvero Matteo Salvini, Silvio Berlusconi, Luigi Di Maio, Matteo Renzi, Andrea Dusi, Beatrice Lorenzin, Emma Bonino, Giorgia Meloni, Giulio Santagata, Marco Rizzo, Pietro Grasso, Raffaele Fitto, Roberto Fiore, Silvana Arbia, Simone Di Stefano, Stefano Parisi, Vittorio Sgarbi. Il periodo di riferimento per la raccolta delle informazioni è stato quello della campagna elettorale (dal 28 dicembre al 4 marzo 2018). I *tweets* raccolti sono stati analizzati utilizzando un *open coding approach* e procedure di classificazione ibride, deduttive e induttive, che hanno portato a creare categorizzazioni tematiche e semantiche dei messaggi dei politici.

1. Introduzione

Gli studi politico-istituzionali, sociologici e mediali sulla comunicazione digitale individuano nei flussi comunicativi sui social media caratteristiche e dinamiche distintive rispetto a quelle dei modelli unidirezionali e diffusivi dei media di massa e degli ambienti

*Università di Salerno; mail: faddeo@unisa.it

**Università di Salerno; mail: adellipaoli@unisa.it

virtuali statici della prima generazione del web. La diffusione dei social media e delle tecnologie web 2.0 apre alle istituzioni pubbliche e politiche nuove possibilità di comunicazione e relazione con la società civile e con gli altri attori che popolano lo spazio pubblico, rendendo possibili flussi dialogici *bottom-up* e forme di appropriazione del processo comunicativo da parte degli utenti.

Il termine *social media* si riferisce alle piattaforme online classificate come web 2.0 che includono tecnologie e servizi web-based come *blogs* e *microblogs* (es. *Twitter*), strumenti collaborativi (es. *wikis*), servizi di *social sharing* (es. *Youtube*, *Flickr*, *StumbleUpon*, *Last.fm*), piattaforme di *social networking* (es. *Facebook*, *Myspace*, etc.). Il modello *peer to peer* del web 2.0 rivoluziona il processo comunicativo tradizionale, rende più labile la distinzione tra utente e autore aprendo all'assunzione di ruoli multipli e al continuo scambio di ruoli (Bryer e Zavattaro 2011), alla possibilità di fruitori che diventano produttori nel caso dell'*user-generated content*, a quella che Castells (2009) definisce "autocomunicazione di massa" all'interno di un ecosistema mediale disintermediato. Gli effetti divulgativi risultano, in tutti i casi, esponenzialmente moltiplicati dall'appartenenza di ogni nodo a reti sempre più fitte e in numero progressivamente crescente, che riflettono tempi di trasmissione sempre più brevi e livelli di visibilità pubblica sempre più elevati, e più capillarmente diffusi a livello globale.

Dal punto di vista istituzionale, lo studio dei fenomeni comunicativi sviluppatosi con l'avvento delle reti digitali trova fondamenti teorici nelle basi manageriali prospettate dagli orientamenti post-burocratici delineati dalla letteratura anglosassone a partire dagli anni '80 e tradotti nel quadro istituzionale ed economico italiano dal decennio successivo ad oggi (*New public Management* e *Governance* pubblica). Tali approcci mettono in crisi e progressivamente trasformano i modelli relazionali gerarchici (*government*) in nuove forme sempre meno strutturate e più complesse, orientate a relazioni plurali e a modelli partecipativi e cooperativi nei processi decisionali politico-istituzionali (*governance* e *policy networks*; Mayntz 1999; Rhodes 1997; 2006) e nella costruzione sociale (Innerarity 2008).

La dimensione comunicativa del *networking* si riflette nello spazio digitale nella prospettiva dell'*e-governance* intesa come modello di *governance* pubblica basata sulle ICT derivante da un approccio partecipativo e *multi-stakeholders* (Dawes 2008; Dadashzadeh 2010; in espressioni simili: *social government*, Khan *et al.* 2014; *we-government*, Linders 2012; *open government*, Lee e Kwak 2012; *wiki government*, Noveck 2009).

Con l'aumento di intensità, accessibilità e partecipazione a questi flussi, i social media contribuiscono a forme di disintermediazione senza precedenti dei temi che si affermano nella sfera pubblica, agendo come filtri di attendibilità e rilevanza e ridefinendo i termini del *gatekeeping* e delle teorie classiche dell'*agenda setting* (Meraz 2011; Ardivisio e Delfanti 2013, pp. 78-82).

In quest'ottica, un ruolo di primo piano nell'ecosistema mediale è svolto da *Twitter*. Per la sua vocazione informativa e la configurazione tecnica adatta alla diffusione delle *breaking*

news e dei *sound bites*, alcune precedenti ricerche hanno dimostrato che in Italia *Twitter* assume le caratteristiche di un nuovo spazio pubblico (Di Fraia e Missaglia 2015) capace di incidere sul dibattito mediale e di influenzare l'agenda dei media tradizionali, stampa e televisione in particolare (Bentivegna e Marchetti 2015; Bracciale e Rega, 2016; Marchetti e Ceccobelli 2016). Sul piano più propriamente politico, *Twitter* risulta un canale di comunicazione accreditato, entrato a tutti gli effetti nella cassetta degli attrezzi degli attori politici (Bentivegna e Marchetti, 2015) che ha contribuito a ridefinire il ciclo tradizionale dell'informazione politica (Chadwick 2013; Jungherr 2014; 2015).

I percorsi di riflessione e di indagine che si presentano qui di seguito privilegiano interessi conoscitivi che riguardano principalmente il piano degli stili comunicativi, dei contenuti e il tipo di flussi veicolati dai leader politici attraverso i rispettivi profili *Twitter*.

In questo scenario, il presente contributo muove dal duplice obiettivo di riflettere su *framework* e categorie analitiche utili allo studio della comunicazione sui *social media* e, contestualmente, rilevare empiricamente l'uso di tali strumenti osservando i flussi comunicativi attraverso il canale *Twitter* dei leader politici. Il contesto politico dello studio è costituito dalla recente campagna elettorale relativa alle elezioni politiche del marzo 2018.

Nel seguito si presenta una disanima della letteratura sulla comunicazione politica attraverso *Twitter*; il paragrafo successivo esplicita la definizione operativa del concetto di stile comunicativo adottato nel presente lavoro. Successivamente, si presenta il disegno della ricerca implementato (metodo, obiettivi cognitivi, unità di analisi, tecniche di rilevazione e analisi delle informazioni). Nei tre paragrafi successivi sono presentati i risultati e la relativa discussione conclusiva nell'ultimo paragrafo.

2. La comunicazione politica su *Twitter*

All'uso istituzionale e politico dei social media sono state attribuite una serie disparata di funzioni sintetizzabili nella:

- promozione della partecipazione democratica attraverso il coinvolgimento dei cittadini e lo sviluppo di relazioni dirette al loro engagement nella sfera pubblica (Noveck 2009; Chun e Luna-Reyes 2012; Linders 2012; Picazo-Vela *et al.* 2012; Sandoval-Almazan e Gil-Garcia 2012);

- raccolta e analisi delle informazioni (Krzmarzick 2012);

- condivisione delle informazioni a più livelli di governance (Osimo 2008) e creazione di intelligenza collettiva (Chun *et al.* 2010)

Tra queste motivazioni quella che appare fondamentale alla legittimazione dell'uso dei social media a scopo politico è la possibilità di disintermediazione che permette di liberarsi dai legami di mediazione dei *gatekeepers* tradizionali consentendo una relazione diretta con i cittadini libera dalle norme, i valori e le prescrizioni dei mass media (Engesser *et al.* 2016). Dal punto di vista mediale, la compresenza dei media tradizionali e del social media configura

un sistema mediale ibrido (Chadwick 2013) tipico della quarta fase della comunicazione politica (Blumler 2016), in cui le vecchie logiche mass mediale e le nuove logiche *social* competono e cooperano, rendendosi complementari. Si configura un nuovo ecosistema mediale caratterizzato da un'alta frammentazione della sfera pubblica, dispersa tra piattaforme medialie e agende differenti. L'ibridazione delle logiche risulta pervasiva sia nei media tradizionali che nei nuovi media, entrambi portatori di propri codici, ma aperti alle incursioni reciproche, tanto da rendere inefficace la dicotomia vecchi/nuovi media. Si pensi agli *hashtag* lanciati dalle trasmissioni televisive e radiofoniche o alla pubblicazione sui social di estratti di video di talk show televisivi. Le potenzialità dell'ibridazione si ampliano alla possibilità di influenza dei mass media e all'opportunità di selezionare i temi per tramite dei social media: gli operatori del sistema mediale e i giornalisti in particolare, utilizzano i social media e *Twitter* in particolare come antenne sulla discussione politica assorgendoli a settori dell'agenda dei media tradizionali (Graham *et al.* 2013) e incorporando il *Twitter sentiment* e l'opinione social nella copertura dei temi politici (Anstead e O'Loughlin 2011).

Sebbene l'ibridazione abbia sfumato le differenze tra vecchi e nuovi media prevedendo integrazioni tra le due logiche, è possibile individuare le caratteristiche stilistiche distintive delle logiche tradizionali e di quelle digitali. A tal proposito Klinger e Svensson (2015; 2016) individuano come elementi fondanti della logica mass mediale dell'informazione "professionale" la centralità del ruolo dei *gatekeepers* e la presenza di un messaggio unidirezionale che segua i canoni del *news making*, i tempi, le forme e il linguaggio dei media di massa, rivolto ad un pubblico passivo. Al contrario, la logica dei social media basata sul modello dell'informazione *peer to peer* e fondata sull'interazione continua tra autori e fruitori sarebbe orientata verso l'ideale della massimizzazione dell'attenzione (Klinger e Svensson 2016, p. 29) con una maggiore prevalenza di messaggi personali e sensazionalistici.

Da questo punto di vista emerge una connessione teorica tra populismo e social media: la disintermediazione della comunicazione, la comunicazione diretta tra politici e cittadini, la spettacolarizzazione del linguaggio politico ristrutturerebbero il potere politico in una direzione populista (Bartlett 2014; Engesser *et al.* 2016; Bracciale e Martella 2017).

Inoltre, una maggiore frammentazione degli stili comunicativi viene attribuita alla comunicazione politica su social media a seguito dell'adattamento del messaggio politico ai codici *social* (Engesser *et al.* 2016). Tale frammentazione è stata collegata alla semplificazione dei messaggi e alla conseguente riduzione della complessità della spinta ideologica, frutto sia dell'adattamento del messaggio al medium che di una strategia di divulgazione che predilige frammenti di ideologia che possano viaggiare facilmente di nodo in nodo senza trovare gli oppositori politici e quindi i blocchi alla diffusione massiva del messaggio politico paventabili di fronte a messaggi ideologici più articolati. Anche l'elaborazione di messaggi politici non univoci ma inclusivi, aperti a più interpretazioni,

adattabili all'appropriazione da parte di cittadini dai diversi orientamenti politici, risulta perfettamente confacente con il modello *peer to peer* (*ibidem*).

Dal punto di vista della forma comunicativa, assistiamo quindi a una spettacolarizzazione della comunicazione politica e del discorso politico che deriva dall'adattamento del linguaggio ai pattern dei nuovi canali di comunicazione e si esplicita nella forma comunicativa degli attori politici, nelle tecniche di comunicazione e nel contenuto del discorso politico (*mediatization of politics*).

Dal punto di vista dei contenuti, la letteratura si divide tra i fautori della differenziazione dei messaggi politici tra campagne tradizionali e campagne online (Strandberg 2013) e i promotori della "tesi della normalizzazione" che invece ipotizzano una sostanziale uguaglianza nell'uso politico dei media tradizionali e di quelli digitali (Schweitzer 2008; Vergeer e Hermans 2013; Vergeer *et al.* 2013). Insomma, il dibattito che si interroga sulla sostanziale uguaglianza tra campagne online e offline o al contrario sul cambiamento di quelle online nella direzione di una democratizzazione del discorso politico, è ancora aperto (Vergeer *et al.* 2011). Molti studi empirici sembrano però andare nella direzione della normalizzazione o di una sostanziale uguaglianza tra campagne tradizionali e digitali tanto da definire "campagne web 1.0" le campagne condotte sui social media vista la unidirezionalità dei messaggi, la staticità dei contenuti, spesso duplicati dai media tradizionali e archiviati sui siti web, e la mancanza di interattività e di scambi dialogici che possano condurre a forme più dirette di rappresentazione (Bentivegna e Marchetti 2015).

Alcuni, pur riscontrando una uguaglianza tra i due tipi di campagna, enfatizzano un maggiore controllo dei contenuti dei messaggi e della loro distribuzione nello spazio e nel tempo e una minore dipendenza dai processi di selezione e interpretazione imposti dai media di massa nelle campagne online (Graham *et al.* 2013).

Altri individuano una differenza nella narrazione. A tal proposito Zizi Papacharissi e Maria de Fatima Oliveira (2012) hanno usato il concetto di notizie affettive (*affective news*) per connotare uno stile narrativo basato su esperienze soggettive, opinioni e emozioni.

La questione del modo in cui gli attori politici comunicano sui social media sembra essere quindi oltremodo attuale e tale da legittimare un'esplorazione dello stile comunicativo adottato dagli attori politici nel contesto della campagna elettorale.

In quest'ottica il contributo si propone di esplorare le modalità espressive e i contenuti delle attività di comunicazione su *Twitter* dei principali esponenti degli schieramenti politici durante l'ultima campagna elettorale al fine di definire a partire dalla forma e dal contenuto dei post pubblicati su *Twitter* lo stile comunicativo degli esponenti politici.

3. La specificazione concettuale e la definizione operativa dello stile comunicativo

Come si è visto nei paragrafi precedenti, il lavoro rivolge un'attenzione privilegiata allo stile comunicativo adottato dai leader politici su *Twitter* nel corso della campagna elettorale

2018. Il concetto di stile comunicativo è talmente ampio e multidimensionale da richiedere una specificazione concettuale propedeutica alla sua operativizzazione. Come evidenziato in alcuni recenti contributi empirici sulla comunicazione politica su *Twitter* (Bracciale e Martella 2017) le prime macro dimensioni che compongono il concetto di stile comunicativo sono la forma e il contenuto dei messaggi, dimensioni altamente correlate che si influenzano vicendevolmente (Pels 2012; Moffitt e Tormey 2014; Wodak 2015): il cosa viene detto e il come lo si dice interagiscono reciprocamente nelle performance politiche su *Twitter*.

Nella definizione del concetto qui implementata, il contenuto della comunicazione include il topic, la funzione del messaggio, la posizione politica sostenuta e il tipo di proposta politica.

Il topic identifica l'argomento del *tweet*, la cui classificazione include (Patterson 1960; Bentivegna e Marchetti 2015; 2017):

- questioni politiche riguardanti posizioni ideologiche, il ruolo dei partiti e la relazione con le istituzioni;
- questioni di policy specifiche, spesso a taratura locale, con proposte di soluzioni e linee programmatiche;
- questioni relative alla gestione e all'andamento della campagna elettorale;
- questioni relative alla vita privata dei candidati o a opinioni personali su argomenti specifici;
- questioni di attualità non necessariamente attinenti la sfera politica.

La funzione si riferisce allo scopo del messaggio articolato in (Graham *et al.* 2013; Jungherr 2015):

- aggiornamenti sull'andamento della campagna elettorale;
- autopromozione: rilancio di interviste, comunicazioni sulle attività del candidato;
- prese di posizione riguardo a questioni politiche oggetto del programma elettorale proprio o altrui;
- richieste di mobilitazione da parte degli elettori;
- questioni di attualità relative a eventi e avvenimenti all'ordine del giorno;
- questioni non inerenti la sfera politica (*pointless bubble*): gossip, commenti generali, etc.

La posizione politica viene rilevata esplorando l'opinione espressa rispetto ai temi classificati nel *Comparative Manifesto Project* (Volkens *et al.* 2015), opportunamente riadattati, attraverso aggregazioni e ricodifiche, al contesto politico italiano e allo spazio limitato dei caratteri a disposizione dell'utente di *Twitter*. La codifica include la posizione positiva o negativa riguardo i temi riportati nella tabella seguente (Tab.1).

Tab.1 - Elenco delle tematiche espresse nei tweets

Pace	Tassazione (flat tax vs fair tax)
Internazionalizzazione	Protezionismo
Europa	Crescita economica
Democrazia	Tecnologie e infrastrutture
Costituzionalismo	Sostenibilità ambientale
Sussidiarietà	Cultura
Efficienza amministrativa	Uguaglianza
Corruzione politica	Stato sociale (espansione Vs limitazione)
Mercato (libero vs regolato)	Nazionalismo
Formazione e educazione	Tradizioni
Ordine e sicurezza	Multiculturalismo
Occupazione	Lavoratori
Classe media	Target svantaggiati (donne, giovani, anziani)

Il tipo di proposta politica si riferisce alla concretezza delle proposte e spazia da enunciazioni generali di principio a proposte politiche precise e circostanziate. La forma si riferisce invece allo stile, al registro e alla strategia.

Lo stile fa riferimento all'orientamento positivo o negativo del messaggio (Ceron e Dadda 2016).

L'orientamento positivo pone l'attenzione sui propri valori enfatizzando le capacità personali del leader, le proposte politiche del partito e le rispettive competenze o proponendo l'identificazione con terze parti idealizzate portatrici di valori particolari. L'orientamento negativo si esplicita nella critica serrata ai rivali, nell'attacco alle élite identificate in cangianti categorie (i media, i poteri economici, l'Europa, etc.) o a nemici stigmatizzati.

Con alcuni adattamenti rispetto alle classificazioni presenti in letteratura (Bentivegna e Marchetti 2015; 2017; Bracciale e Martella 2017), il registro viene codificato in livello referenziale, aggressivo/provocatorio, ironico, volgare.

La strategia si riferisce alla tecnica di comunicazione messa in campo e si articola in:

- strategie emotive che fanno leva su sentimenti comuni (Bos *et al.* 2011; 2013; Mazzoleni *et al.* 2003; Van Santen e Van Zoonen 2010);

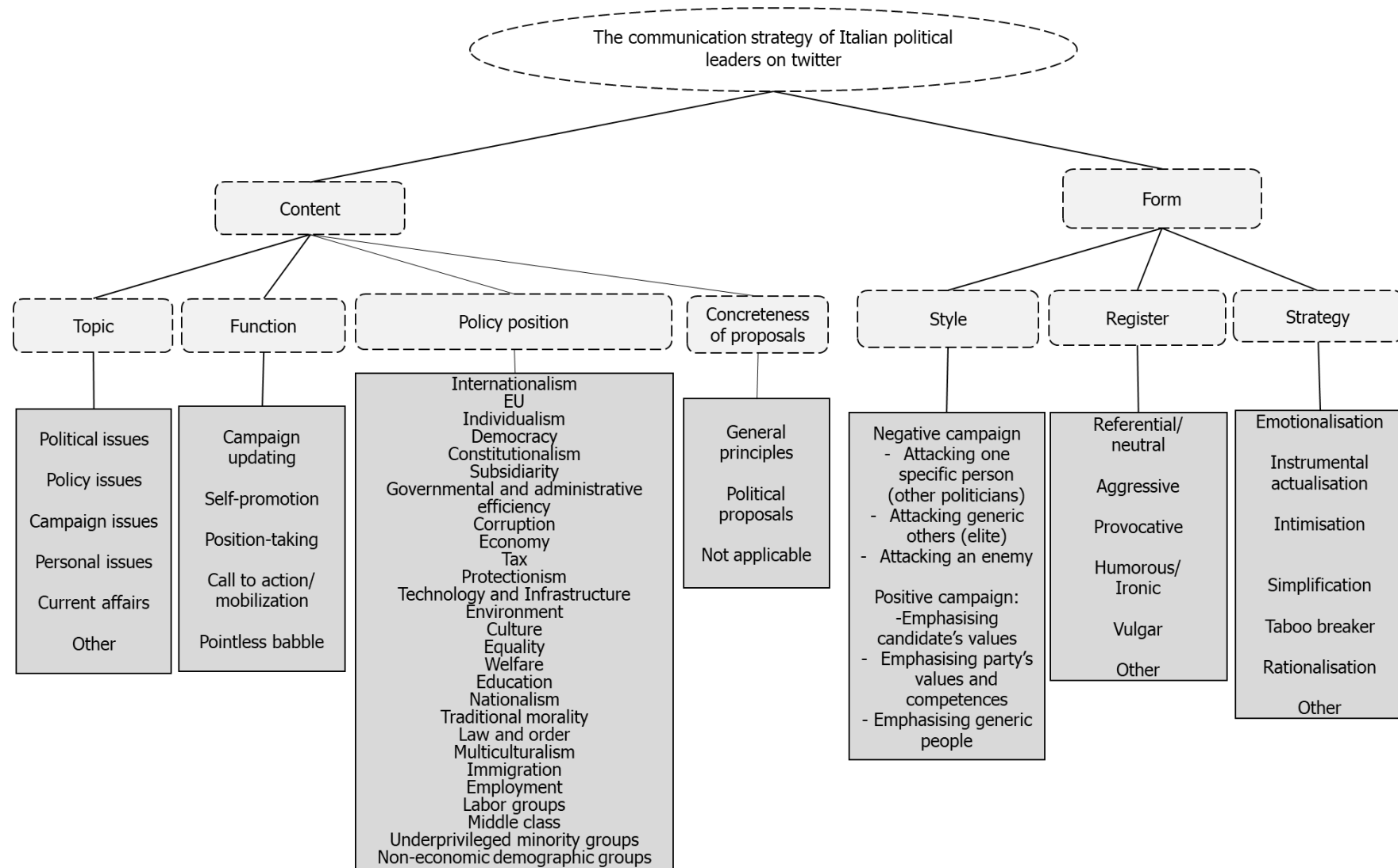
- strategie strumentali che sfruttano eventi specifici, generalmente fatti di attualità, per supportare prese di posizione politica attraverso logiche di ragionamento induttivo (Krämer 2014);

- strategie intimiste che si basano sulla personificazione richiamando episodi della propria sfera privata (Stanyer 2012);

- strategie di semplificazione che affrontano problemi complessi offrendo semplici soluzioni (Alvares e Dahlgren 2016; Caiani e Graziano 2016);

- strategie *taboo breaker* che rompono i canoni della correttezza politica (Caiani e Graziano 2016; Krämer 2014; Moffitt e Tormey 2014).

Fig.1 - Mappa concettuale delle dimensioni rilevanti della ricerca



4. Il disegno della ricerca

La *content analysis* (o analisi del contenuto) è il metodo scelto per l'analisi empirica e consiste in un "insieme di tecniche volte all'identificazione, alla codifica e all'eventuale quantificazione di dati testuali [...] Essa si occupa, in primo luogo, di trasformare espressioni linguistiche, siano queste singoli termini, associazioni di due o più termini, o addirittura frasi di senso compiuto, in dati utilizzabili ai fini della ricerca sociale e politica" (Arcostanzo e Pansardi 2017). La *content analysis* si basa essenzialmente sulla interpretazione e classificazione di testi con l'ausilio delle procedure più disparate, a volte tra loro concorrenti e contraddittorie (Rositi, 1998) per fare inferenze dai testi ai loro significati e contesti di uso (Krippendorff 2013, p. 24). Attraverso questo metodo, i testi sono ricondotti a un numero limitato di categorie per tramite di esplicite procedure di scomposizione analitica, classificazione e *coding* (Weber 1990).

L'unità di analisi dello studio è costituita dai *tweets* prodotti dai leader dei principali partiti e movimenti politici impegnati nella campagna elettorale; i *tweets* sono stati raccolti tra il 28 dicembre 2018, giorno successivo allo scioglimento delle Camere, e il 4 marzo 2018, giorno delle elezioni.

La raccolta delle informazioni è avvenuta tramite la piattaforma *twitonomy* che ha permesso di scaricare tutti i *tweets* prodotti dai leader politici in quell'arco temporale: i *tweets* raccolti sono stati 6377. Questa procedura ha consentito di fatto una enumerazione completa della popolazione di riferimento per l'indagine.

Per la codifica dei *tweets* è stata adottata una procedura ibrida di *content analysis* basata sull'impiego sequenziale di approcci di *coding* deduttivi e induttivi; in altre parole, si comincia a codificare il materiale sulla base della classificazione a priori creata dai ricercatori; successivamente, la classificazione si adatta in corso d'opera sulla base di eventuali risultati non previsti che emergono dall'analisi. L'interpretazione del testo dei vari *tweets* è avvenuta seguendo i principi e le tecniche dell'approccio ermeneutico alla ricerca sociale (Montesperelli 1997). Il *coding* è avvenuto in tre fasi.

La prima fase, basata su un approccio deduttivo, ha previsto la costruzione e l'impiego di una dettagliata scheda di analisi¹ (*coding scheme*), elaborata sulla base della mappa concettuale e della *literature review* delle precedenti ricerche nel campo dell'analisi della comunicazione politica online.

Nella seconda fase è stato effettuato un *pre-testing* della scheda di analisi su 300 *tweets* al fine di verificare l'attendibilità degli strumenti di codifica; in particolare, attraverso un approccio induttivo, sono state valutate l'eshaustività delle classificazioni e la presenza di aspetti mancanti. Questo processo iterativo di ricontestualizzazione, reinterpretazione e

¹ La scheda di analisi è uno strumento molto simile ad un questionario con domande strutturate e semi-strutturate. Di solito le informazioni così raccolte vengono codificate e immesse in una matrice dati e analizzate con l'ausilio di tecniche statistiche (Losito 1996).

ridefinizione delle categorie viene definito *hermenutic loop* (circolo ermeneutico) da Krippendorff (2004).

Nella terza fase, la scheda di analisi, riadattata a seguito dei risultati del *pre-testing*, è stata applicata all'analisi dei *tweets* raccolti. La procedura di codifica e interpretazione, sia nella fase di *pre-testing* sia in quella di analisi effettiva, ha coinvolto tre analisti, ciò per valutare efficacemente la qualità del *coding* assicurando una adeguata *intercoder reliability*².

5. Popolarità, partecipazione e seguito dei leader politici nella *Twittersfera*

Il ricorso a *Twitonomy*, una piattaforma online per l'estrazione automatica delle informazioni da *Twitter*, ci ha consentito di raccogliere tutti i *tweets* pubblicati dai candidati durante il periodo della campagna elettorale, suddivisi in base al tipo di contenuto: nuovo, *reply* o *retweet* (Tab. 2). L'analisi dei dati ha considerato solo i *tweets* utili alla ricerca, ovvero quelli che presentavano un contenuto nuovo; pertanto il campione della ricerca è costituito da 4781 *tweets*.

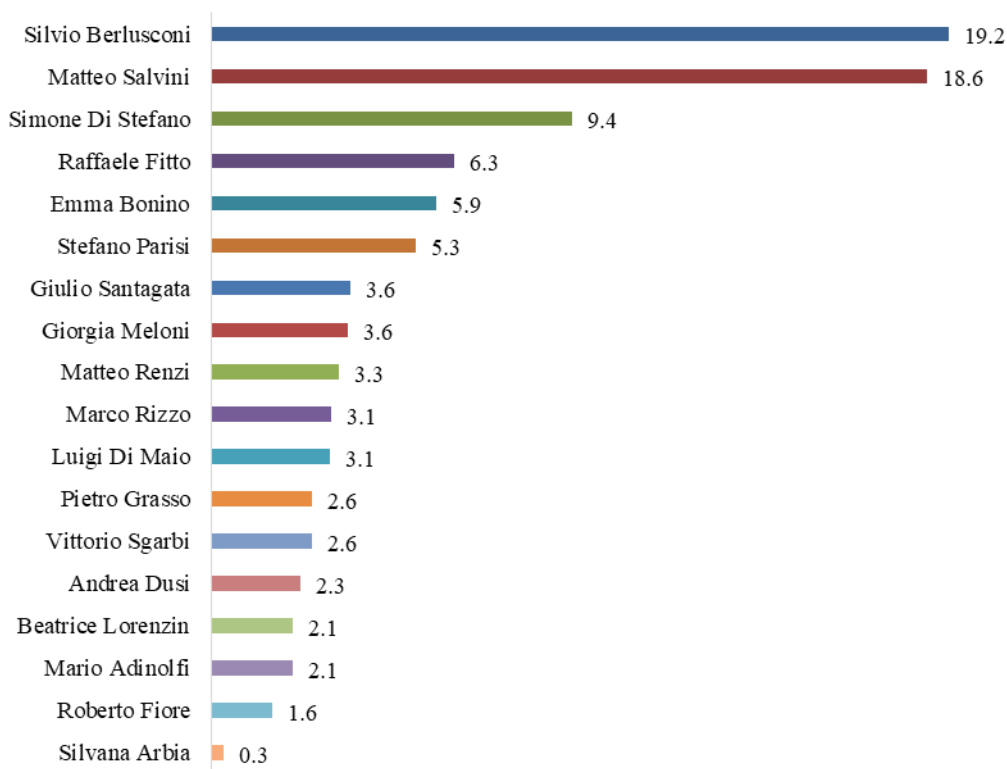
Tab.2 - *Tweets dei principali esponenti dei partiti politici impegnati nella campagna elettorale*

Politico	<i>Tweets</i>	Nuovi	Reply	Retweet
Mario Adinolfi	143	126	4	13
Silvana Arbia	21	19	2	0
Silvio Berlusconi	1286	1262	3	21
Emma Bonino	393	185	0	208
Luigi Di Maio	208	101	0	107
Simone Di Stefano	629	85	350	194
Andrea Dusi	155	23	1	131
Roberto Fiore	106	105	1	0
Raffaele Fitto	423	410	1	12
Pietro Grasso	176	89	4	83
Beatrice Lorenzin	143	125	1	17
Giorgia Meloni	238	196	11	31
Stefano Parisi	358	237	6	115
Matteo Renzi	222	169	2	51
Marco Rizzo	210	175	1	34
Matteo Salvini	1248	1195	14	39
Giulio Santagata	243	145	1	97
Vittorio Sgarbi	175	134	3	38
Totale	6377	4781	405	1191

I leader politici più attivi nella *Twittersfera* durante la campagna elettorale sono stati Silvio Berlusconi e Matteo Salvini, con una media di *tweets* pubblicati ogni giorno pari rispettivamente a 19.2 e 18.6, valori sensibilmente più alti di quelli fatti registrare dagli altri esponenti politici (Fig. 2).

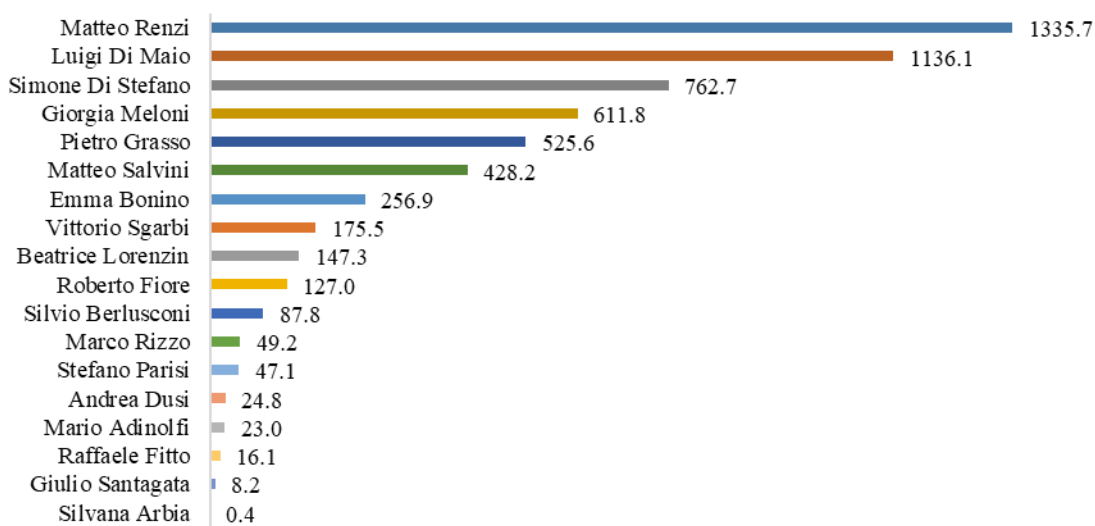
² La *intercoder reliability* rileva il grado di concordanza fra codifiche diverse effettuate sulle stesse informazioni testuali da ricercatori diversi (Losito 1996).

Fig.2 - Tweets pubblicati durante la campagna elettorale dai vari esponenti politici (media giornaliera)



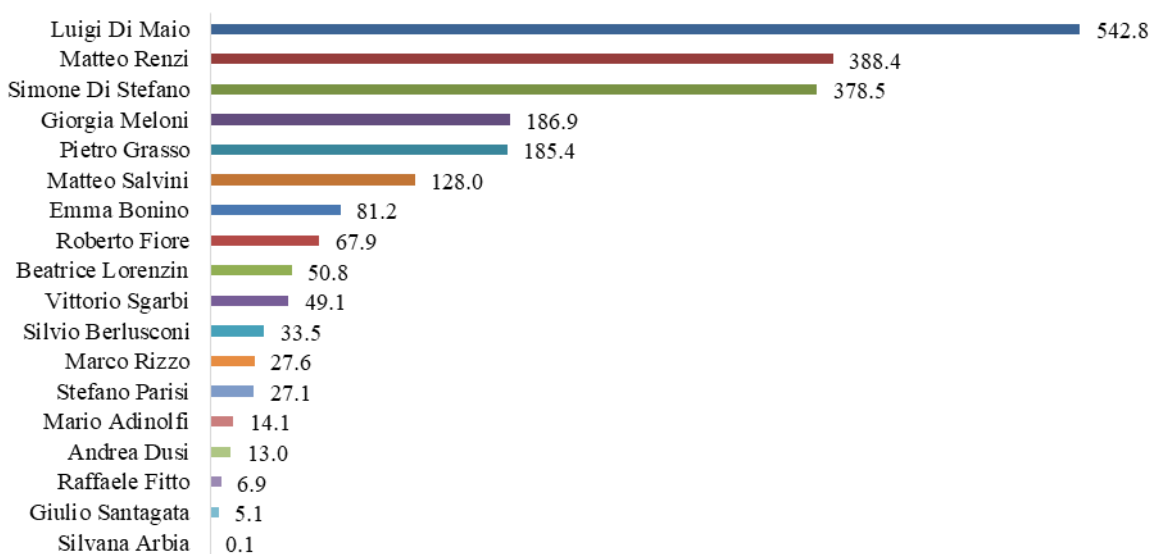
Tuttavia, questa frenetica attività online non ha prodotto un elevato livello di popolarità nella *Twittersfera*; infatti, sono stati Matteo Renzi e Luigi Di Maio ad avere più successo sulla piattaforma social (Fig. 3 e Fig. 4).

Fig.3 - Favorite Tweets (valori medi per ogni candidato)



Il primo è stato l'esponente politico i cui *tweets* hanno ricevuto in media più *like* (1335.7), mentre i contenuti pubblicati dal secondo sono stati i più *retweettati* (542.8).

Fig.4 - Retweets (valori medi per ogni candidato)



6. La Content Analysis dei tweets: risultati preliminari

L'analisi dei dati presentata nelle prossime pagine si riferisce solo ai *tweets* la cui codifica, al momento della scrittura del presente capitolo, era stata validata dal controllo congiunto dei tre analisti. Pertanto, i *tweets* analizzati sono 1061, pari al 22,2% del campione effettivo dell'indagine.

6.1 Il contenuto dei tweets

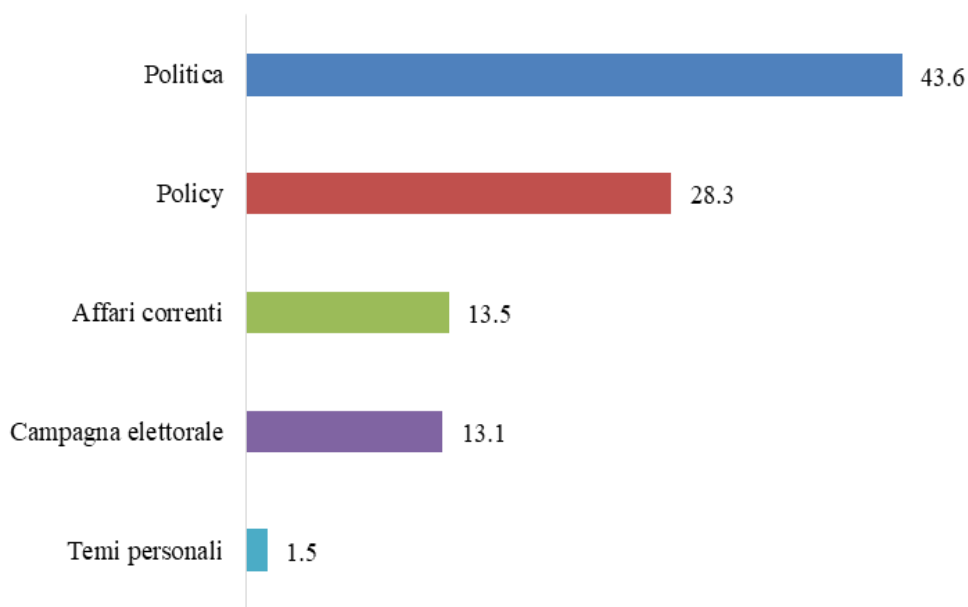
La prima dimensione analizzata attiene al contenuto della comunicazione, a sua volta articolata in quattro sub-dimensioni: *topic*, funzione del messaggio, posizione politica sostenuta e tipo di proposta politica.

Gli argomenti di gran lunga più presenti nei *tweets* analizzati riguardano tematiche di carattere strettamente politico, ovvero riferimenti ad ideologie o a relazioni con altri partiti o con le istituzioni (43,6%).

Un altro *topic* ricorrente nella comunicazione dei politici su *Twitter* concerne problematiche relative a policy specifiche o questioni di carattere locale, spesso affiancate da proposte di soluzioni e di linee programmatiche (28,3%).

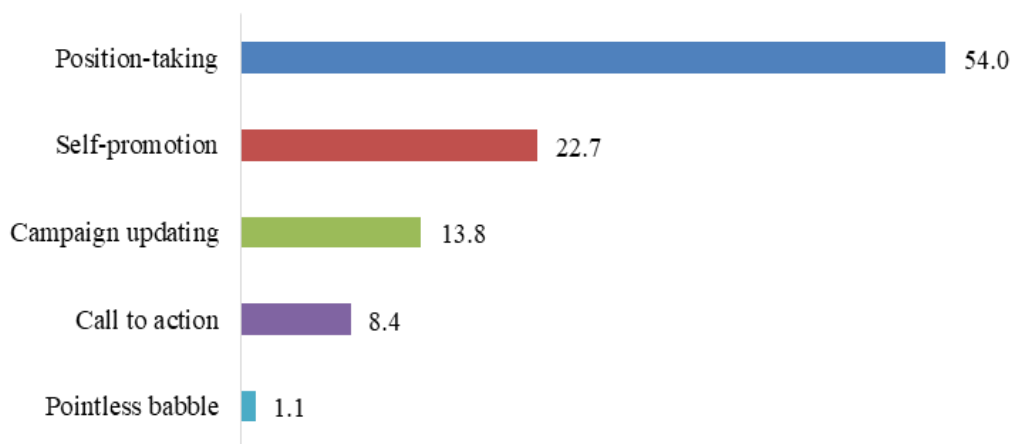
Meno frequente è il ricorso a *Twitter* per discutere temi di attualità non connessi alla sfera politica (13,5%) o per gestire la campagna elettorale (13,1%).

Fig.5 - Topics dei tweets (%)



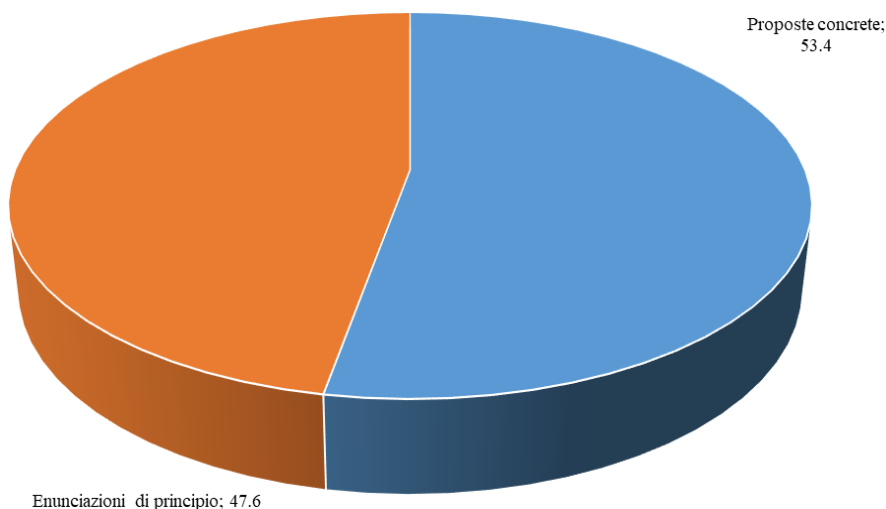
Come accennato nelle pagine precedenti, la funzione del *tweet* riguarda l'obiettivo comunicativo principale del messaggio veicolato dal candidato. Oltre la metà dei *tweets* analizzati è stata pubblicata con lo scopo di comunicare prese di posizione su questioni politiche relative al programma elettorale del candidato o di altri esponenti politici (54,0%). Un'altra quota rilevante di *tweets* ha avuto lo scopo di autopromuovere le attività comunicative del candidato (22,7%) o di pubblicare aggiornamenti sugli sviluppi della campagna elettorale (13,8%). Solo l'8,4% dei *tweets* ha avuto l'obiettivo di proporre *call to action* e mobilitare il pubblico di riferimento su questioni politiche ed elettorali, ciò è interpretabile come indicatore di una campagna di comunicazione online che si è focalizzata maggiormente sulla autopromozione dei candidati e dei loro programmi, lasciando in secondo piano la possibilità di coinvolgere direttamente i cittadini nelle attività dei partiti.

Fig.6 - Funzione dei tweets (%)



Le proposte espresse nei *tweets* dei candidati si sono quasi equamente divise tra proposte concrete (53,4%) e semplici enunciazioni generali di principio (47,6%).

Fig.7 - Concretezza delle proposte politiche (%)



La complessità delle posizioni politiche espresse dai candidati è stata analizzata facendo ricorso ad una classificazione di tematiche, creata sulla falsariga di quella presente nel *Comparative Manifesto Project*. I temi più ricorrenti nei *tweets* dei candidati sono stati: la sicurezza (12,7%), il multiculturalismo (10,5%), l’immigrazione (10,3%), il lavoro (7,2%), i sindacati (6,0%), le tasse (6,0%), il welfare state (4,8%) e l’Europa (4,8%).

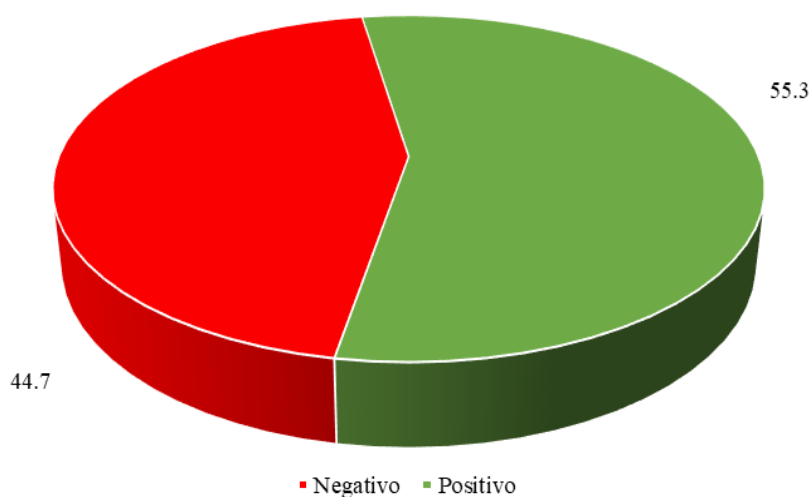
Fig.8 - Tematiche prevalenti nei tweets dei candidati



6.2 La forma dei tweets

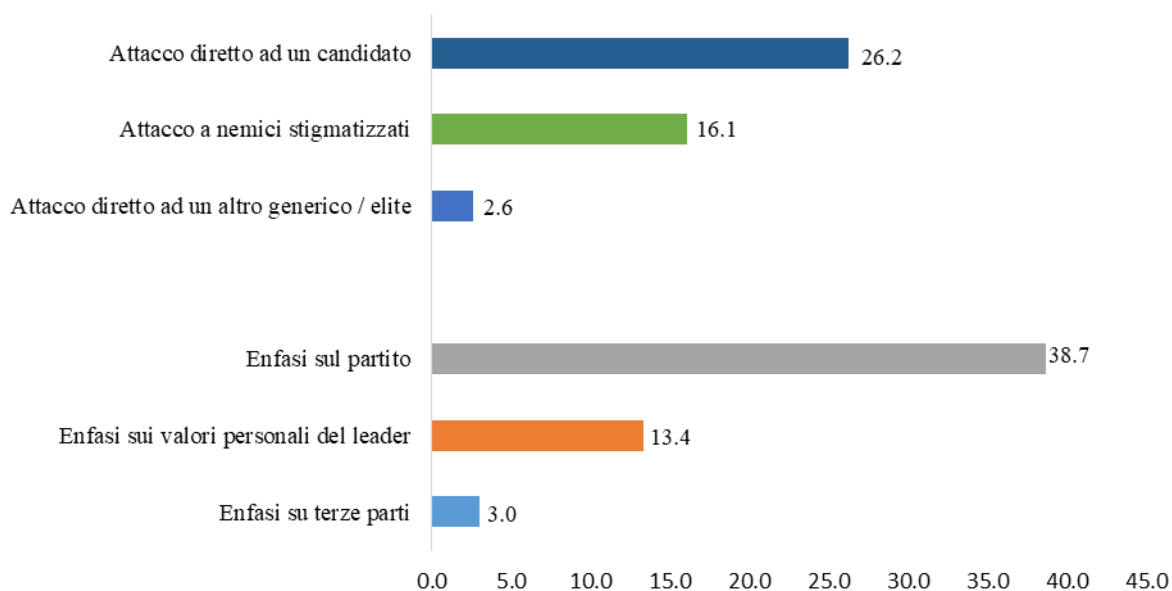
La forma dei *tweets* attiene al registro stilistico con cui i vari esponenti politici hanno comunicato online via *Twitter*; l'analisi di questa dimensione è stata articolata in tre aspetti: stile, registro e strategia comunicativa. Lo stile consiste nell'orientamento semantico del messaggio espresso dall'esponente politico: positivo (enfasi sul leader candidato, sul partito o sugli alleati) o negativo (critica ai rivali, alle élite o a nemici stigmatizzati).

Fig. 9 - Stile comunicativo degli esponenti politici: l'orientamento del messaggio (%)



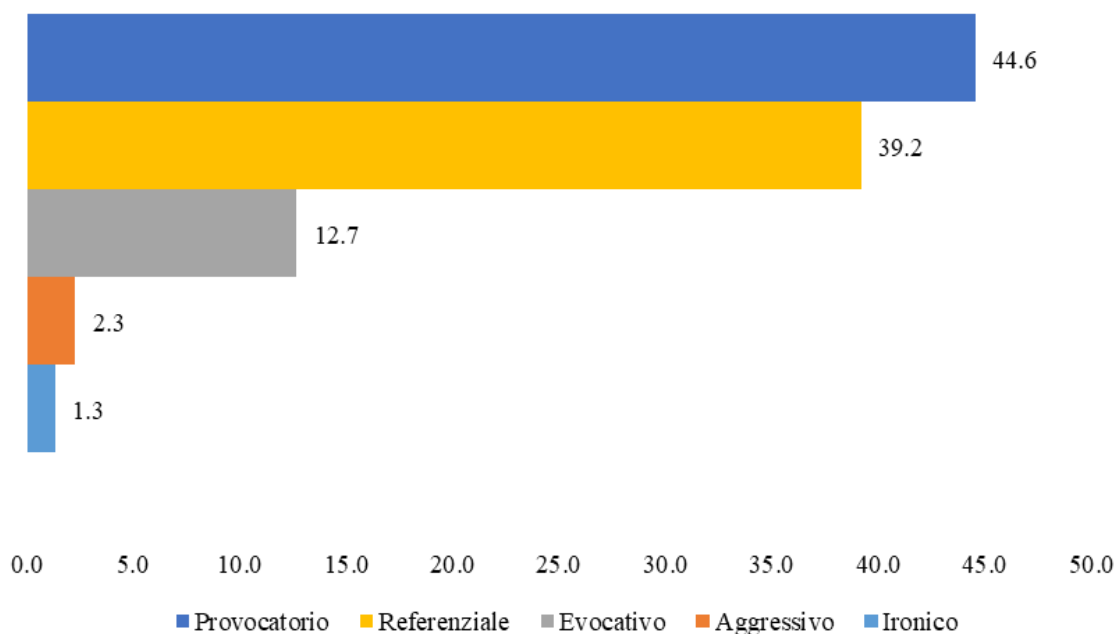
Nel campione analizzato, la maggioranza dei *tweets* hanno mostrato uno stile comunicativo improntato alla positività (Fig. 9), soprattutto attraverso l'enfaticizzazione dei valori del partito e del candidato (26,2%), come si evince dal grafico 10. L'orientamento negativo si è manifestato principalmente attraverso attacchi diretti ad altri candidati (38,7%).

Fig.10 - Orientamento del messaggio (%)



Il registro comunicativo adottato dai leader dei partiti in lizza nelle scorse elezioni è stato ricondotto a quattro categorie: referenziale, aggressivo/provocatorio, ironico, volgare (Fig.11).

Fig.11 - Registro comunicativo prevalente (%)



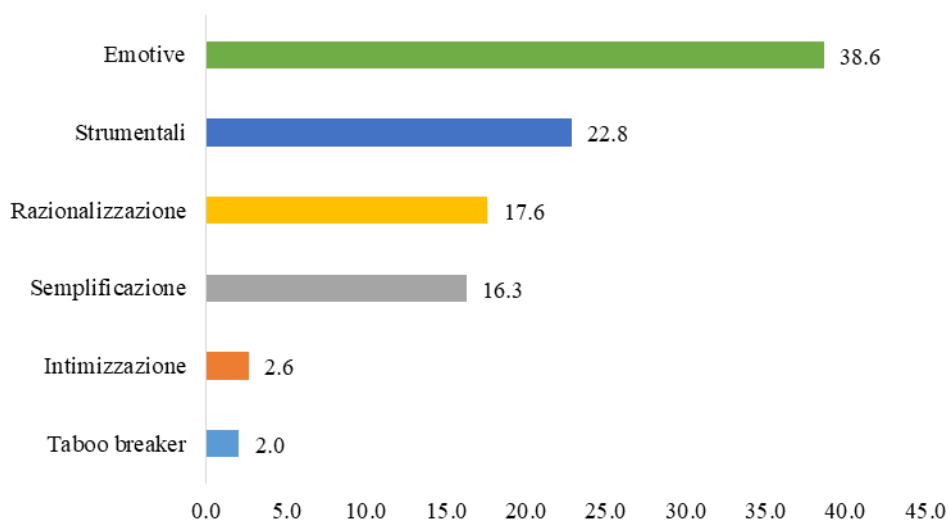
Come si evince dal grafico precedente, è prevalso uno stile provocatorio (44,6%), teso ad attaccare o sminuire tutti i “nemici”, siano essi politici di professione, partiti o movimenti contrari al candidato o personaggi famosi di altri settori della vita pubblica ritenuti portatori di idee e valori avversi.

Una quota parimenti consistente di *tweets* (39,2%) ha mostrato uno stile improntato alla referenzialità. Combinando assieme questi due risultati, si delinea una campagna elettorale in cui c'è stato volutamente poco spazio per il dialogo e il confronto tra le varie parti in gioco.

L'ultima dimensione analizzata si riferisce alla strategia di comunicazione messa in atto su *Twitter*.

L'analisi dei dati mostra come siano prevalse strategie emotive (38,6%), basate cioè su aspetti legati alle passioni e alle sensibilità dei pubblici di riferimento, e strumentali (22,8%), legate in particolare allo sfruttamento a fini elettorali di eventi di cronaca e di costume. Meno intenso, seppur comunque degno di nota in termini di percentuali, il ricorso a strategie di razionalizzazione (17,6%) e semplificazione (16,3%).

Fig.12 - Strategie comunicative



7. Osservazioni conclusive

Lo studio rappresenta il primo *step* di un'indagine più articolata che si propone di classificare gli stili comunicativi dei leader politici durante la recente campagna elettorale.

Esso contribuisce alla definizione operativa del concetto multidimensionale di stile comunicativo spesso usato in senso ampio e con diverse accezioni, come riconosciuto dalla letteratura che invoca maggiore chiarezza sul concetto di stile (Weyland 2001, p.12): “*political style is a broad, not clearly delineated concept*”.

I risultati confermano un uso generalizzato della piattaforma da parte dei diversi esponenti politici, a conferma della centralità di *Twitter* nella sfera pubblica italiana. Sebbene generalizzato l'uso di *Twitter* risulta alquanto differenziato sia in termini di frequenza d'uso che in termini di capacità di utilizzo.

In termini di frequenza d'uso, la partecipazione dei leader politici su *Twitter* non è equamente distribuita: alcuni leader politici sembrano monopolizzare la *Twittersfera* con una produzione di post quantitativamente molto sbilanciata. L'*ipotesi di equalizzazione* spesso adottata per enfatizzare le potenzialità dei social media rispetto ai media tradizionali non sembra confermata nei nostri risultati. Essa attribuisce ai media tradizionali la tendenza ad enfatizzare le differenze tra partiti maggiori e minori riproducendo le disparità nell'assegnazione di maggiori spazi e risonanza mediale ai primi. I social media restituirebbero invece parola ai partiti minori riducendo il gap comunicativo e di popolarità con i partiti maggiori (Gibson e McAllister 2015). Differentemente da quanto atteso seguendo i dettami di questa ipotesi, *Twitter* sembra riprodurre nella *Twittersfera* le stesse differenze della sfera mass mediale secondo i dettami di quella che viene definita *ipotesi della normalizzazione* che invece ipotizza la riproduzione sui social media delle logiche di produzione dei mass media in termini di rappresentazione e popolarità degli esponenti (Margolis e Resnick 2000). Molti partiti minori non hanno colto l'occasione per ampliare la

propria audience, riconoscibilità e bacino elettorale, cercando di capovolgere lo svantaggio di partenza della rappresentazione mass mediale.

In termini di capacità di utilizzo non tutti i leader dimostrano un'adeguata conoscenza della piattaforma e della grammatica del mezzo, come attesta l'alto numero di leader con una bassa capacità di interazione (basso numero di *reply* e *retweet*) che colloca questo tipo di comunicazione sul versante unidirezionale del *broadcasting* piuttosto che su quello conversazionale. Ciò sembra avvalorare la considerazione che il potenziale emancipatore insito nelle tecnologie dell'informazione e della comunicazione non sia stato pienamente recepito dagli esponenti politici e non sia stato incanalato verso la costruzione di un nuovo spazio pubblico ampliato in cui si riduce la distanza tra amministratori e amministrati.

Inoltre, non sembra esserci una relazione diretta tra produzione di *tweet* e riscontro in termini di attenzione di pubblico, diffusione dei messaggi e mobilitazione del consenso, come dimostra il fatto che i leader più produttivi non siano anche quelli che ricevono il maggior numero di *like* e di *retweet*. Sembrano esserci, dunque, altri fattori che permettono di varcare i confini della *Twittersfera*: più che il quanto si pubblica è importante il cosa e il come si pubblica. Questo legittima un'attenzione alla dimensione dello stile comunicativo. Attenzione che sarà dedicata nel corso degli ulteriori sviluppi di questa ricerca in cui ci si propone di identificare i fattori che caratterizzano lo stile comunicativo dei leader e di elaborare sulla base della loro intersezione una tipologia di stili comunicativi attraverso tecniche di Analisi delle Corrispondenze Multiple (ACM).

Bibliografia

- Alvares, C. e Dahlgren, P. (2016) *Populism, extremism and media: Mapping an uncertain terrain*, in *European Journal of Communication*, vol. 31, n. 1, pp. 46–57.
- Anstead, N. e O’Loughlin, B. (2011) *The emerging viewertariat and BBC question time: Television debate and real-time commenting online*, in *The International Journal of Press/Politics*, vol. 16, n. 4, pp. 440–462.
- Arcostanzo, F. e Pansardi P. (2017) *Social media e analisi del contenuto*, in Natale e Airoidi (a cura di), *Web & Social media: le tecniche di analisi*, Milano, Apogeo, pp. 33-46.
- Arvidsson, A. e Delfanti, A. (2013) *Introduzione ai media digitali*, Bologna, Il Mulino.
- Bartlett, J. (2014) *Populism, social media and democratic strain*, in Lodge e Gottfried (a cura di) *Democracy in Britain: Essays in honour of James Cornford*, London, Institute for Public Policy Research, pp. 91–96.
- Bentivegna, S. e Marchetti, R. (2017) *Campaign on Twitter. The use of social media in the 2014 European Election in Italy*, in Davis, Holtz-Bacha, Just (a cura di) *Twitter and elections around the world: Campaigning in 140 characters or less*, London, Routledge, pp. 126–140.
- Bentivegna, S., e Marchetti, R. (2015) *Fra tradizione e innovazione. Le elezioni europee del 2014 su Twitter*, in *Comunicazione Politica*, vol. 3, pp. 389–408.
- Blumler, J. G. (2016) *The fourth age of political communication*, in *Politiques de Communication*, vol. 1, n. 6, pp. 19–30.
- Bos, L., van der Brug, W., e de Vreese, C. (2011) *How the media shape perceptions of rightwing populist leaders*, in *Political Communication*, vol. 28, n. 2, pp. 182–206.
- Bos, L., van der Brug, W., e de Vreese, C. (2013) *An experimental test of the impact of style and rhetoric on the perception of right-wing populist and mainstream party leaders*, in *Acta Politica*, vol. 48, n. 2, pp. 192-208.
- Bracciale, R. e Martella, A. (2017) *Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter*, in *Information, Communication & Society*, vol. 20, n. 9, pp. 1310-1329.
- Bracciale, R., Rega, R. (2016) *Political Information on Twitter: #elezioni2013 and the role of gatekeeper citizens*, in Luengo (a cura di), *Political Communication in Times of Crisis*, Logos, Berlin, pp. 209-225.
- Bryer, T.A. e Zavattaro, S.M. (2011) *Social Media and Public Administration. Theoretical dimensions and introduction to the symposium*, in *Administrative Theory & Praxis*, vol. 33, n. 3, pp. 325–340.
- Caiani, M. e Graziano, P. R. (2016) *Varieties of populism: Insights from the Italian case*, in *Italian Political Science Review/Rivista Italiana Di Scienza Politica*, vol. 46 n. 2, pp. 243-267.
- Castells, M. (2009) *Comunicazione e potere* (B. Amato & P. Conversano, Trans.), Milano, Università Bocconi.

- Ceron, A., Dadda, G. (2016) *E-campaigning on Twitter: The effectiveness of distributive promises and negative campaign in the 2013 Italian election*, in *New Media & Society*, vol. 18, n. 9, pp. 1935–1955.
- Chadwick, A. (2013) *The hybrid media system: Politics and power*, Oxford, UK, Oxford University Press.
- Chun, S. A. e Luna-Reyes, L. (2012) *Social media in government*, in *Government Information Quarterly*, vol. 29, n. 4, pp. 441–445.
- Chun, S. A., Shulman, S., Sandoval, R., e Hovy, E. (2010) *Government 2.0: Making connections between citizens, data and government*, in *Information polity The International Journal of Government & Democracy in the Information Age*, vol. 15, n. 1/2, pp. 1–9.
- Dadashzadeh, M. (2010) *Social media in Government: From eGovernment to eGovernance*, in *Journal of Business & Economic Research*, vol. 8, n. 11, pp. 81- 86.
- Dawes, S.S. (2008) *The evolution and Continuing Challenges of e-governance*, in *Public Administration Review*, Special Issue, S86-S102.
- Di Fraia G. e Missaglia M.C. (2015) *Two step flow Twitter communication in 2013 Italian political election: A missed opportunity for citizen participation*, in Frame, Brachotte (a cura di), *Citizen Participation and Political Communication in a Digital World*, New York, Routledge, pp. 43-59.
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., e Büchel, F. (2016) *Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology*, in *Information, Communication & Society*, vol. 20, n. 8, pp. 1109-1126.
- Gibson, R., McAllister, I. (2015) *Normalising or equalising party competition? Assessing the impact of the web on election campaigning*, in *Political Studies*, vol. 63, n. 3, pp. 529-547.
- Graham, T., Broersma, M., Hazelhoff K. e van 't Haar G. (2013) *Between Broadcasting Political Messages and Interacting with Voters*, in *Information, Communication & Society*, vol. 16, n. 5, pp. 692-716.
- Graham, T., Broersma, M., Hazelhoff, K., e van't Haar, G. (2013) *Between broadcasting political messages and interacting with voters*, in *Information, Communication & Society*, vol. 16, n. 5, pp. 692–716.
- Innerarity, D. (2008) *Il nuovo spazio pubblico*, Meltemi, Roma.
- Jungherr, A. (2014) *The logic of political coverage on Twitter: Temporal dynamics and content*, in *Journal of Communication*, vol. 64, n. 2, pp. 239–259.
- Jungherr, A. (2015) *Analyzing political communication with digital trace data*, London, Springer.
- Khan, G.F., Yoon, H.Y., Kim, J. e Park, H.W. (2014) *From e-government to social government: Twitter use by Korea's central government*, in *Online Information Review*, vol. 38, n. 1, pp. 95-113.

- Klinger, U., e Svensson, J. (2015) *The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach*, in *New Media & Society*, vol. 17, n. 8, pp. 1241–1257.
- Klinger, U., e Svensson, J. (2016) *Network media logic: Some conceptual considerations*, in Bruns, Enli, Skogerbø, Larsson e Christensen (a cura di), *The Routledge companion to social media and politics*, Routledge, New York, NY, pp. 23–38.
- Krämer, B. (2014) *Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects*, in *Communication Theory*, vol. 24, n. 1, pp. 42–60.
- Krippendorff, K. (2013) *Content analysis: an introduction to its methodology*, 3rd ed., London, Sage.
- Krzmarzick, A. (2012) *The state of social media in government* [<http://www.slideshare.net/govloop/the-state-of-social-media-in-federal-governmentapril-2012>].
- Lee, G. e Kwak, Y.H. (2012) *An open Government Maturity Model for social media-based public engagement*, in *Government Information Quarterly*, vol. 29, pp. 492-503.
- Linders, D. (2012) *From e-government to we-government: Defining a typology for citizens' coproduction in the age of social media*, in *Government Information Quarterly*, vol. 29, n. 4, pp. 446-454.
- Losito, G. (1996) *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*, Milano, FrancoAngeli.
- Marchetti R. e Ceccobelli D. (2016) *Twitter and television in a hybrid media system: the 2013 Italian election campaign*, in *Journalism Practice*, vol. 10, n. 5, pp. 626-644.
- Margolis, M., Resnick, D. (2000) *Politics as usual: The cy-berspace 'revolution'*, London, Sage.
- Margolis, M. e Resnick, D. (2000) *Politics as usual: The cyberspace 'revolution'*, London, Sage.
- Mayntz, R. (1999) *La teoria della governance: sfide e prospettive*, in *Rivista Italiana di Scienza Politica*, vol. 1, n. 4, pp. 3-21.
- Mazzoleni, G., Stewart, J., e Horsfield, B. (2003) *The media and neo-populism: A contemporary comparative analysis*, Westport, CT, Praeger.
- Meraz, S. (2011) *The fight for 'how to think': Traditional media, social networks, and issue interpretation*, in *Journalism*, vol. 12, n. 1, pp. 107–127.
- Moffitt, B., e Tormey, S. (2014) *Rethinking populism: Politics, mediatization and political style*, in *Political Studies*, vol. 62, n. 2, pp. 381–397.
- Montesperelli, P. (1998) *L'intervista ermeneutica*, Milano, FrancoAngeli.
- Noveck, B. (2009) *Wiki government: How technology can make government better, democracy stronger, and citizens more powerful*, Washington, DC, Brookings Institutions Press.

- Osimo, D. (2008) *Web 2.0 in government: Why and how? Institute for prospective technological studies, JRC scientific and technical report*: European Commission.
- Papacharissi, Z. e de Fatima Oliveira, M. (2012) *Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt*, in *Journal of Communication*, vol. 62, pp. 266–282.
- Pels, D. (2012) *The New National Individualism - Populism is here to stay*, in Meijers (a cura di), *Populism in Europe*, Linz, Planet, pp. 25–46.
- Picazo-Vela, S., Gutierrez-Martinez, I., e Luna-Reyes, L. F. (2012) *Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector*, in *Government Information Quarterly*, vol. 29, n. 4, pp. 504–511.
- Rhodes, R.A.W. (1997) *Understanding Governance*, Open University Press, Buckingham.
- Rhodes, R.A.W. (2006) *Policy Network Analysis*, in Moran, Rein, Goodin (a cura di) *Public Policy*, Oxford, Oxford University Press, pp. 423–45.
- Rositi, F. (1998), *Analisi del contenuto*, in Rositi e Livolsi (a cura di) *La ricerca sull'industria culturale*, Roma, Nis, pp. 59-94.
- Sandoval-Almazan, R. e Gil-Garcia, J. R. (2012) *Social media in state governments: Preliminary results about the use of Twitter in Mexico*, in Scholl, Flak, Janssen, Macintosh, Moe, Sæbø, Tambouris e Wimmer (a cura di), *Electronic government and electronic participation. Joint proceedings of ongoing research and projects of IFIP EGOV and IFIP ePart*, Trauner Verlag, pp. 165–174.
- Schweitzer EJ (2008) *Innovation or normalization in e-campaigning? A longitudinal content and structural analysis of German party websites in the 2002 and 2005 national elections*, in *European Journal of Communication*, vol. 23, pp. 449–470.
- Stanyer, J. (2012) *Intimate politics*, Cambridge, Polity Press.
- Strandberg, K. (2013) *A Social Media Revolution or Just a Case of History Repeating Itself? The Use of Social Media in the 2011 Finnish Parliamentary Elections*, in *New Media & Society*, vol. 15, n. 8, pp. 1329-1347.
- Van Santen, R. e Van Zoonen, L. (2010) *The personal in political television biographies*, in *Biography*, vol. 33, n. 1, pp. 46–67.
- Vergeer, M., e Hermans, L. (2013) *Campaigning on Twitter: Microblogging and online social networking as campaign tools in the 2010 general elections in the Netherlands*, in *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 18, n. 4, pp. 399–419.
- Vergeer, M., Hermans, L., & Sams, S. (2013). *Online social networks and micro-blogging in political campaigning: The exploration of a new campaign tool and a new campaign style*, in *Party Politics*, vol. 19, n. 3, pp. 477–501.
- Vergeer, M., Hermans, L., e Sams, S. (2011) *Is the voter only a tweet away? Micro-blogging during the 2009 European Parliament election campaign in the Netherlands*, in *First Monday*, vol. 16, n. 8.

- Volken, A., Lehmann, P., Matthieß, T., Merz, N., Regel, S., Werner, A. (2015) *The Manifesto Project Dataset – Codebook*, Manifesto Project (MRG / CMP / MARPOR). Version 2015a. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).
- Weber, R. P. (1990) *Basic Content Analysis*, 2nd ed. Newbury Park, CA.
- Weyland, K. (2001) *Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics*, in *Comparative Politics*, vol. 34, n. 1, pp. 1–22.
- Wodak, R. (2015) *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*, London, Sage.

I tetti di spesa come meccanismo di eguaglianza nell'esercizio del diritto di elettorato attivo e passivo. Stato dell'arte e criticità.

Federica Gregori*

1. Premessa

La previsione di limiti alle spese che possono essere sostenute in campagna elettorale costituisce una *conditio sine qua non* per il corretto svolgimento del processo democratico. Il finanziamento della campagna elettorale, infatti, malgrado costituisca soltanto una parte dell'intera materia elettorale, incide sul grado di soddisfacimento di rilevanti diritti, primi tra tutti quelli politici. Su questo versante, l'ordinamento italiano attribuisce una naturale preminenza al diritto di elettorato passivo; la democrazia stessa si basa sul concetto di elettività e, in particolare, sul principio di investitura: nessuno può proclamarsi capo da sé. Occorre, al contrario, che siano gli altri a riconoscergli tale ruolo tramite, appunto, le elezioni. Ne consegue che tutti i cittadini che abbiano i requisiti previsti in Costituzione¹ dovrebbero avere le stesse possibilità nelle competizioni elettorali, indipendentemente dalle rispettive condizioni economiche e idee politiche.

Risulta necessario, quindi, garantire ai candidati uguali opportunità di partecipazione alla corsa elettorale e uguali condizioni di partenza sin dalle primissime fasi del procedimento elettorale. Il principale mezzo attraverso cui realizzare tali finalità è porre limiti alle spese che possono essere sostenute per la campagna elettorale che siano ispirati al concetto dell'uguaglianza numerica: lo stesso per tutti (Coletta 2002). Solo così può essere realmente garantita a tutti i partecipanti l'uguaglianza di chance nell'accesso alle cariche pubbliche elettive - a prescindere dalle specifiche condizioni economiche - nella piena attuazione del secondo comma dell'articolo 2 Cost.

Gli ambiti di interesse, in proposito, sono numerosi e riguardano l'aspetto tanto formale quanto sostanziale della disciplina in esame. Circoscrivendo l'analisi al regime economico-finanziario della campagna elettorale (escludendo, quindi, il versante della *par condicio*), è interessante notare, in primo luogo, la scarsità di fonti e di materiale di studio, nonostante la centralità del tema; la letteratura in materia è carente e rende difficile ricostruire un quadro ampio e preciso del meccanismo di funzionamento effettivo dell'intero sistema di controllo. In secondo luogo, rileva l'estensione del metodo di verifica previsto per le elezioni politiche – delineato dalla l. n. 515/1993 – alle elezioni amministrative, operato con la legge n. 96/2012 che configura, in maniera definitiva, un modello diffuso di controllo, poiché affidato, per tutti i livelli di governo, a due organi principali: il Collegio Regionale di Garanzia elettorale e il Collegio di controllo sulle spese elettorali.

*Laureata magistrale in Scienze della politica e dell'amministrazione, Università degli Studi di Perugia.
Indirizzo email: gregori.fe@gmail.com

¹ Art. 48, comma 1: "Sono elettori tutti i cittadini, uomini e donne, che hanno raggiunto la maggiore età".

In ultimo, il livello di trasparenza che il sistema è in grado di assicurare, le sue criticità e i suoi limiti, che emergeranno nel corso della trattazione.

2. Il quadro normativo attuale

La disciplina sui tetti di spesa e, in generale, sulla campagna elettorale, è ricompresa nella c.d. legislazione elettorale di contorno, che ha assunto nel tempo una rilevanza crescente per il ruolo centrale esercitato all'interno del meccanismo di trasformazione dei voti in seggi e per le sue ripercussioni sull'intera materia elettorale. A partire dal 1993 - anno di adozione della normativa in esame - inizia ad emergere la funzione strategica giocata dal "contorno", ossia da tutto ciò che non attiene propriamente al puro tecnicismo delle leggi elettorali e che deve, pertanto, trovare una diversa e più appropriata regolamentazione. Il processo che prende avvio da questa consapevolezza si arricchisce, nel tempo, di diverse e sostanziali componenti: il reinserimento, operato con la legge n. 2/1997, dei rimborsi elettorali, la disciplina sulla c.d. *par condicio* adottata nel 2000, la tendenza inversa di restringimento delle fonti statali a sostegno dell'attività politica, realizzata soprattutto con la legge n. 96/2012 e con il decreto legislativo n. 149/2013, convertito con modificazioni dalla legge n. 13/2014.

Il riferimento normativo principale è costituito dalla legge n. 515/1993, valida per l'elezione dei componenti del Parlamento nazionale, che rappresenta il primo vero sforzo del legislatore italiano verso un'organica regolamentazione, in particolare, del regime sulle spese elettorali. Non a caso: il 1993 è l'anno immediatamente successivo all'emersione delle vicende di tangentopoli e l'esito del referendum abrogativo tenutosi in primavera decreta l'abolizione del finanziamento pubblico ai partiti, così come delineato dalla l. n. 195/1974, la c.d. legge Piccoli. L'emersione del sistema illecito di fiscalità privata parallela per il sostentamento dell'attività partitica - e, dunque, delle campagne elettorali - accertata dalle inchieste della magistratura, non consente di rimandare oltre la regolamentazione di un settore così saliente, soprattutto nel momento elettorale (Gardini 1996).

La l. 515 interviene, in proposito, su un duplice versante: precisa il concetto di "spese elettorali" - specificando, con i commi 1 e 2 dell'articolo 11, le tipologie consentite per l'attività di propaganda elettorale ed i corrispondenti obblighi, limiti e sanzioni. Le tipologie di spesa da rispettare sono le stesse e tassative per candidati e partiti; nel secondo caso, di contro, la legge prevede un regime differenziato per le due categorie, a cui sono dedicati gli articoli 7, 10, 12 e 14.

La prima differenza riguarda l'entità del limite alle spese: l'articolo 7, comma 1, stabilisce il *quantum* - per il singolo candidato - in 52.000 euro per ogni circoscrizione o collegio elettorale, a cui va aggiunta una quota variabile pari a 0,01 euro per ogni cittadino residente nelle circoscrizioni o nei collegi elettorali in cui il candidato intende presentarsi. L'incarico di computare le spese è attribuito, ai sensi del comma 2 dello stesso articolo, al solo committente che le ha "effettivamente" sostenute, purché si tratti del partito di

appartenenza o del candidato stesso. In quest'ultimo caso la quantificazione deve essere riportata sulla dichiarazione di cui all'articolo 2, primo comma, numero 3) della legge 5 luglio 1982, n. 441 - recante *disposizioni per la pubblicità della situazione patrimoniale di titolari di cariche elettive e di cariche direttive di alcuni enti* – che riguarda “i diritti reali su beni immobili e su beni mobili iscritti in pubblici registri; le azioni di società; le quote di partecipazione a società; l'esercizio di funzioni di amministratore o di sindaco di società, con l'apposizione della formula “sul mio onore affermo che la dichiarazione corrisponde al vero””.

Alla dichiarazione deve essere allegata una documentazione più specifica delle spese sostenute: un rendiconto riassuntivo delle spese e dei “contributi e servizi ricevuti (...) provenienti dalle persone fisiche, se d'importo o valore superiore a euro 5.000,00”, erogati da uno stesso soggetto nell'arco di un anno, “e tutti i contributi e servizi di qualsiasi importo o valore provenienti da soggetti diversi”². La legge consente, invero, la possibilità per il candidato³ di riportare tali voci in una semplice autocertificazione, da trasmettere, ai sensi dell'articolo 4 della legge n. 659/1981, alla Camera di appartenenza. La violazione di quest'obbligo implica il pagamento di una multa il cui importo può variare da due a sei volte l'entità del contributo non dichiarato, a cui può aggiungersi - come specificato dal sesto comma dell'articolo 4 - la dichiarazione di interdizione temporanea dai pubblici uffici ex art. 28, terzo comma, del codice penale.

Per quanto riguarda, invece, la contribuzione effettuata dalle persone giuridiche è necessaria la delibera degli organismi direttivi della Società o dell'Impresa e l'iscrizione in bilancio⁴, indipendentemente dall'importo; per ogni finanziamento pari o superiore ad euro 5.000,00 deve essere data comunicazione al Presidente della Camera entro tre mesi dalla ricezione dello stesso contributo. Sono, infine, vietate – per candidati e partiti - le donazioni da parte di organi della pubblica amministrazione, enti pubblici e società con possesso di capitale pubblico superiore al 20% di società controllate da queste ultime⁵.

L'ultimo degli obblighi di deposito gravanti sui candidati – a cui sono tenuti tanto gli eletti quanto i non eletti, anche nel caso in cui abbiamo speso meno di euro 2.500,00 per lo svolgimento della campagna elettorale - riguarda la presentazione degli estratti dei conti bancario e/o postale eventualmente utilizzati per la raccolta dei fondi.

La documentazione così composta, in ossequio all'articolo 7, commi 6 e 7, della l. 515/1993, deve poi essere trasmessa - entro 45 giorni dalla proclamazione, per gli eletti, e entro tre mesi dalla data dell'ultima proclamazione per i candidati non eletti - al Presidente della Camera di appartenenza e al Collegio Regionale di Garanzia Elettorale, istituito presso la Corte d'Appello di ogni capoluogo di regione⁶. Il Collegio costituisce una particolare autorità amministrativa indipendente composta dal Presidente della Corte d'Appello e da altri

² Articolo 7, comma 6, legge n. 515/1993, così come modificato dal secondo comma dell'articolo 11, l. n. 96/2012.

³ Articolo 4, comma 3, legge 18 novembre 1981, n. 659, così come modificato dall'articolo 7, comma 5, legge n. 515/1993.

⁴ Articolo 11, legge n. 659/1981, così come modificato dall'articolo 11 della legge n. 96/2012.

⁵ Articolo 7, legge n. 195/1974.

⁶ Articolo 13, legge 515/1993.

sei membri dallo stesso nominati “per la metà, tra i magistrati ordinari e per la restante metà tra coloro che siano iscritti da almeno dieci anni all'albo dei dottori commercialisti o tra i professori universitari di ruolo in materie giuridiche, amministrative o economiche”, il cui mandato dura quattro anni. A questi si aggiungono altri quattro componenti “supplenti”, di cui due scelti tra magistrati e due tra le categorie di cui sopra, nominati dal Presidente. Il Collegio si occupa del controllo sulle spese elettorali rendicontate dai candidati alle elezioni politiche, regionali e amministrative. Due interventi legislativi hanno, infatti, esteso l'applicabilità di alcune disposizioni della l. n. 515/1993 al livello regionale e locale, per Comuni con una popolazione superiore ai 15.000 abitanti⁷: la l. n. 49/1995 - recante *nuove norme per la elezione dei consigli delle regioni a statuto ordinario* – e la l. n. 96/2012 - sulle *norme in materia di riduzione dei contributi pubblici in favore dei partiti e dei movimenti politici, nonché misure per garantire la trasparenza e i controlli dei rendiconti dei medesimi. Delega al Governo per l'adozione di un testo unico delle leggi concernenti il finanziamento dei partiti e dei movimenti politici e per l'armonizzazione del regime relativo alle detrazioni fiscali*. L'estensione riguarda l'obbligo di dotarsi del mandatario elettorale - e, di conseguenza, rendicontare la campagna elettorale sul solo versante delle spese - il rispetto delle categorie di spesa di cui all'articolo 11 della l. 515, il regime della pubblicità e del controllo⁸, i limiti di spesa⁹, il regime delle sanzioni.

⁷ l'art. 33, comma 3, del D.L. 24 giugno 2014, n. 91 (convertito in legge 11 agosto 2014, n. 116), ha modificato l'art. 13, comma 6, della legge 6 luglio 2012, n. 96, innalzando la soglia demografica dei comuni assoggettati a controllo a 30.000 abitanti.

⁸ Cambiano, ovviamente, i soggetti di riferimento a cui consegnare la documentazione: non più i Presidenti delle Camere ma il Presidente del Consiglio Regionale, per le elezioni regionali (art. 12, comma 2, l. n. 49/1995), e il Presidente del Consiglio Comunale per le amministrative (art. 13, comma 6, l. n. 96/2012). Gli organi di controllo rimangono, invece, i due Collegi della Corte dei Conti e della Corte d'Appello.

⁹ L'articolo 5, al primo comma, specifica che “le spese per la campagna elettorale di ciascun candidato alle elezioni regionali in una lista provinciale non possono superare l'importo massimo dato dalla cifra fissa pari a lire 60 milioni incrementato di una ulteriore cifra pari al prodotto di lire 10 per ogni cittadino residente nella circoscrizione. Per i candidati che si presentano nella lista regionale il limite delle spese per la campagna elettorale è pari a lire 60 milioni. Per coloro che si candidano in più liste provinciali le spese per la campagna elettorale non possono comunque superare l'importo più alto consentito per una candidatura aumentato del 10 per cento. Per coloro che si candidano in una o più circoscrizioni provinciali e nella lista regionale le spese per la campagna elettorale non possono comunque superare l'importo più alto consentito per una delle candidature nelle liste provinciali aumentato del 30 per cento”. Il Decreto 12 marzo 2005 ha disposto (con l'art. 1, comma 1) che “Le cifre fisse indicate all'art. 5, comma 1, primo e secondo periodo, della legge 23 febbraio 1995, n. 43, relative ai limiti di spesa per la campagna elettorale di ciascun candidato alle elezioni regionali in una lista provinciale nonché di ciascun candidato alle elezioni regionali in una lista regionale, sono rivalutate all'anno 2004, sulla base della variazione percentuale degli indici ISTAT indicati nelle premesse, da lire 62.265.910 - corrispondenti ad euro 32.157,65 - ad euro 34.247,89”. Ha inoltre disposto (con l'art. 1, comma 2) che “L'importo di lire 10, corrispondente ad euro 0,0051, relativo all'incremento previsto per i candidati di una lista provinciale, indicato dall'art. 5, comma 1, primo periodo, della legge 23 febbraio 1995, n. 43, è rivalutato in euro 0,0054”. Per quanto riguarda, invece, il livello locale, l'articolo 13, ai commi 1-4, distingue i limiti di spesa per i candidati alla carica di Sindaco e di Consigliere comunale in base del numero di abitanti del Comune:

a) tra i 15.000 e i 100.000 il tetto è fissato, per la prima categoria, in 25.000 euro, a cui va aggiunta la cifra risultante dal prodotto di 1 euro per ogni iscritto alle liste elettorali comunali, mentre per la seconda categoria la somma da rispettare diventa 5.000 euro, maggiorata di un quoziente pari a 0,05 euro per ogni iscritto:

b) tra i 100.000 e i 500.000 i tetti diventano rispettivamente, 125.500 euro e 12.000 euro, a cui vanno sommate le stesse cifre variabili aggiuntive sopra descritte;

c) con più di 500.000 abitanti: lo schema della cifra fissa e variabile vale anche in questo caso. I candidati alla carica di Sindaco non possono superare l'importo derivante dalla somma di 250.000 euro e della cifra ulteriore pari a 0,90 euro per ogni iscritto nelle liste elettorali comunali. Di contro, i candidati Consiglieri comunali possono spendere 25.000 euro e una cifra variabile pari al prodotto di 0,05 euro per ogni iscritto. Lo stesso articolo 13, al comma 6, specifica il limite di spesa anche per le formazioni politiche che partecipano alle elezioni amministrative: 1 euro moltiplicato per gli iscritti alle liste elettorali comunali.

Il Collegio deve necessariamente terminare la sua attività di controllo entro e non oltre i 6 mesi dalla ricezione dell'ultimo rendiconto. Se entro tale termine non riscontra né solleva irregolarità, i rendiconti si ritengono approvati; in caso contrario, li contesta ai candidati interessati che sono tenuti a presentare memorie e documenti integrativi nei quindici giorni successivi. Nel caso in cui i candidati perseverino nell'inadempimento dell'obbligo di presentazione del materiale mancante il Collegio, ai sensi dell'articolo 15, comma 8, legge 515/1993, può condannarli al pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria, il cui importo può variare "da lire cinquanta milioni a lire duecento milioni" a cui si aggiunge, per i casi più gravi, la decadenza dalla carica per il candidato eletto.

Altra fattispecie suscettibile di sanzione riguarda il superamento dei tetti di spesa; anche in questo caso si applica la sanzione amministrativa pecuniaria "per un ammontare pari o superiore al doppio"¹⁰ - per il candidato eletto - e "non inferiore all'importo eccedente il limite previsto e non superiore al triplo di detto importo" per i non eletti.

L'accertata violazione delle norme sulla campagna elettorale comporta, dunque, la decadenza dalla carica per i candidati eletti e costituisce causa di ineleggibilità per i candidati non eletti¹¹. Destinatari degli obblighi sono, infatti, tutti i soggetti individuati dall'articolo 12 della l. n. 515/1993 che abbiano partecipato alla campagna elettorale, a prescindere dal fatto che ne siano usciti vincitori o meno; sono, invece, esclusi gli stessi soggetti che, a seguito del deposito del contrassegno, non abbiano concorso alle elezioni e per i quali sussiste comunque un dovere di comunicazione. La necessità del controllo delle spese effettuate e dei mezzi per farvi fronte deriva proprio dalla partecipazione alla tornata elettorale, indipendentemente dal risultato conseguito. La *ratio* è duplice: si vuole, in primo luogo, soddisfare e garantire le esigenze di trasparenza sulle fonti e sulle modalità attraverso cui i candidati abbiano finanziato la propria campagna elettorale, nonché le tipologie e l'entità delle spese sostenute¹²; garantire, in secondo luogo, la correttezza e la lealtà del confronto elettorale sin dalla fase iniziale del procedimento elettorale, riducendo, tramite l'imposizione del medesimo limite di spesa a tutti, il divario tra le diverse potenzialità economiche.

Le dichiarazioni e i rendiconti depositati dai candidati sono liberamente consultabili presso gli uffici del Collegio. Qualsiasi elettore può presentare, entro 120 giorni dallo svolgimento delle elezioni, un esposto sulla regolarità delle dichiarazioni e dei rendiconti depositati presso il Collegio.

L'ultimo obbligo a cui i candidati devono sottostare è sancito dal terzo comma dell'articolo 7 e riguarda il ricorso alla figura del mandatario elettorale. Si tratta, peraltro, dell'ultima differenza tra il regime previsto per i candidati e quello valevole per le formazioni politiche, che ricorreranno, in questo caso, a un legale rappresentante¹³. Il mandatario ricopre

¹⁰ Articolo 15, comma 8, legge n. 515/1993.

¹¹ Articolo 15, comma 7, legge n. 515/1993.

¹² *Ibidem*.

¹³ Il Collegio di controllo sulle spese elettorali ha, tuttavia, rilevato una criticità nella generica qualificazione di "rappresentanti", assumendo una nozione molto ampia del termine e considerando valida la sottoscrizione del rendiconto da

un ruolo fondamentale all'interno del sistema di funzionamento e regolamentazione dei flussi in uscita: deve, infatti, registrare - ai sensi del comma 4 - le operazioni riguardanti la campagna elettorale avvalendosi, a tale scopo, di un conto corrente bancario e, nell'eventualità, di un unico conto postale. Il controllo sull'identità dei soggetti che effettuano versamenti su questi conti spetta, secondo lo stesso comma 4, al personale degli enti creditizi e degli uffici postali. Il mandatario deve controfirmare il rendiconto delle spese e delle entrate in campagna elettorale compilato dai candidati.

Il mandatario è designato dallo stesso candidato e per lui solo può svolgere le sue funzioni; l'incarico, dunque, non può essere conferito da più di un candidato allo stesso soggetto. La centralità del suo ruolo rileva soprattutto dal punto di vista della trasparenza. La sua funzione è, infatti, ridurre il più possibile il rischio di finanziamenti illeciti e occulti, assumendo la funzione di tramite e di filtro tra il candidato e i suoi sostenitori. In questo senso, il soggetto designato non può essere un individuo qualunque, ma una "persona competente nel campo amministrativo"¹⁴, che deve conoscere a fondo le norme in materia, scelta tra soggetti appartenenti alle categorie dei dottori commercialisti e dei ragionieri professionisti.

Per quanto riguarda, invece, partiti, movimenti politici, liste e gruppi di candidati l'articolo 10 della legge 515/1993 fissa il limite alle spese elettorali nella "somma risultante dalla moltiplicazione dell'importo di euro 1.00 per il numero complessivo che si ricava sommando i totali dei cittadini della Repubblica iscritti nelle liste elettorali delle circoscrizioni o collegi per la Camera dei Deputati e quelli iscritti nelle liste elettorali delle circoscrizioni o collegi per il Senato della Repubblica nelle quali è presente con liste o candidati". Anche per queste categorie sono previsti obblighi di deposito, che riguardano la rendicontazione delle entrate percepite e delle spese sostenute e l'indicazione delle relative fonti di finanziamento. L'articolo 12, al comma 1, specifica che i rappresentanti legali dei partiti sono tenuti a tramettere il rendiconto, entro 45 giorni dall'insediamento delle nuove Camere, al Collegio di controllo sulle spese elettorali: un'autorità amministrativa indipendente - istituita presso la Corte dei Conti e composta da 3 magistrati e 9 addetti alla revisione - che ha lo specifico compito di controllare la documentazione ricevuta. Il comma 3, poi, specifica la natura del controllo, che deve essere "limitato alla verifica della conformità alla legge delle spese sostenute e della regolarità della documentazione prodotta a prova delle stesse". A riguardo, l'attenzione si focalizza sulle fonti di finanziamento e, in particolare, su

parte di un qualsiasi soggetto avente un "rapporto funzionale" con partiti e movimenti politici, liste e gruppi di candidati. In virtù di questo collegamento, vengono accettate rendicontazioni di diverse liste o partiti presentate da un unico soggetto o, al contrario, diversi rendiconti della medesima lista da parte di più soggetti. Non è configurabile, dunque, l'obbligo di dotarsi di un'unica figura, come invece accade per i candidati. Sul punto, si vedano i resoconti dell'attività dei Collegi e, in particolare: Sezione regionale di Controllo per il Piemonte (2014) *Referto sui rendiconti relativi alle spese per la campagna elettorale e correlate fonti di finanziamento delle formazioni politiche che hanno partecipato alle consultazioni elettorali del 25 maggio 2014 e successivo turno di ballottaggio dell'8 giugno 2014 per il rinnovo delle cariche di sindaco e di consigliere comunale nel Comune di Rivoli (TO)*.

¹⁴ *Ibidem*.

quelle esterne. Sul punto è intervenuta la Sezione delle Autonomie, che ha precisato come “il controllo di legittimità e regolarità della Corte dei conti sia rivolto, fundamentalmente, ad assicurare la conoscenza dei mezzi finanziari impiegati nella competizione elettorale a copertura delle relative spese. Tale esigenza di trasparenza è particolarmente avvertita in quanto strumentale a garantire efficaci forme di contrasto al fenomeno della corruzione nel finanziamento di partiti e movimenti politici”¹⁵.

Il Collegio ha anche poteri istruttori, volti ad acquisire l’eventuale documentazione mancante. Qualora le formazioni politiche non adempiano agli obblighi di trasmissione o non rispettino le norme di rendicontazione della campagna elettorale, il Collegio stesso provvede all’irrogazione di una sanzione pecuniaria amministrativa che può variare “da lire 100 milioni a lire un miliardo”¹⁶ nel caso di mancato deposito del consuntivo, “da lire dieci milioni a lire cento milioni”¹⁷ per la mancata indicazione, all’interno del consuntivo, delle fonti di finanziamento, (...) mentre, per il superamento dei tetti di spesa, non può essere “inferiore alla metà e superiore al triplo dell’importo eccedente il limite previsto”. Per le stesse ipotesi l’organo può pronunciare anche l’ineleggibilità - se la violazione viene commessa da un candidato non eletto - oppure la decadenza dalla carica se il candidato trasgressore è uscito vincitore dalle elezioni.

I controlli devono concludersi entro sei mesi dalla ricezione dell’ultimo rendiconto - come nel caso del Collegio Regionale di Garanzia Elettorale - al termine dei quali l’organo riferisce direttamente ai Presidenti delle Camere sui risultati e ne cura la pubblicità¹⁸. Si tratta, dunque, di un controllo successivo di regolarità, puramente formale, che non entra nello specifico e nella sostanza delle somme impiegate, ma riguarda soltanto la corrispondenza e/o la riconducibilità delle spese dichiarate alle tipologie indicate dalla legge e la regolarità, soprattutto contabile, dei documenti giustificativi presentati a riprova delle stesse. Il Collegio si basa esclusivamente sulle autodichiarazioni fornite dai candidati che, potenzialmente, potrebbero riportare somme non corrispondenti a quanto effettivamente speso o far rientrare nelle categorie importi che esulano dalla campagna elettorale, omettendo informazioni e falsando il rendiconto. In proposito, assume un’importanza centrale il potere di verifica potenzialmente esercitato dai cittadini e dalle associazioni - e, in linea generale, da chiunque voglia conoscere i dati depositati da candidati e partiti - configurabile in virtù di quanto specificato dall’articolo 14, comma 2, l. n. 515/93 e considerato che il Collegio di controllo sulle spese elettorali pubblica online i resoconti della sua attività, comprensivi dei consuntivi e delle dichiarazioni di cui all’articolo 7, comma 6, l. n. 515/93. Tramite l’istanza di accesso alla documentazione - avanzata dinanzi ai due Collegi - possono, infatti, esercitare una forma

¹⁵ cfr. deliberazione n. 24 del 2013.

¹⁶ Articolo 15, comma 14 legge n. 515/1993.

¹⁷ Articolo 15, comma 15 legge n. 515/1993.

¹⁸ Articolo 14, legge n. 515/93

di controllo sulle voci registrate sul consuntivo e presentare, eventualmente, esposti sulla veridicità delle stesse.

Da queste considerazioni emerge la caratteristica fondamentale del modello italiano di controllo sulle spese elettorali: il carattere diffuso, cioè decentrato, affidato al Collegio Regionale di Garanzia Elettorale e al Collegio di controllo sulle spese elettorali. Si tratta di organi giurisdizionali del tutto slegati dal mondo politico, il cui potenziale di verifica appare, tuttavia, fortemente circoscritto. La Corte dei Conti ha più volte evidenziato¹⁹ tale criticità, in considerazione soprattutto del fatto che il Collegio opera il controllo sulla documentazione presentata da tutte le formazioni politiche che organizzano la campagna elettorale per tutte le tipologie di elezioni - non soltanto quelle politiche - in un periodo di tempo limitato e senza un adeguato incremento del personale.

3. Limiti e criticità della normativa

Le criticità maggiori della normativa italiana sono in gran parte riconducibili al carattere formale del controllo operato dai Collegi, che coinvolge, indirettamente o meno, molteplici aspetti normativi e procedurali. In questo quadro, la trasparenza ricopre un ruolo fondamentale come meccanismo di verifica formale e sostanziale, che permetta, cioè, di indagare la corrispondenza tra le spese dichiarate e le spese effettivamente sostenute.

La carenza maggiore su questo versante, tanto legislativa quanto procedurale concreta, si riscontra negli adempimenti pecuniari in campagna elettorale. La n. 515/1993 è, infatti, una legge onnicomprensiva della disciplina in oggetto, che non ne regola appieno il regime economico-finanziario. Gli articoli 7, 10 e 15 - laddove specificano, rispettivamente, l'ammontare dei limiti di spesa e le sanzioni che derivano dal loro superamento - non appaiono, infatti, riferimenti esaustivi, in grado di delineare un preciso e completo quadro.

Il vuoto normativo appare ancora più evidente se si considera che la l. n. 515/2013 non prescrive l'obbligo di tenere una vera e propria contabilità, ma solo di conservare minimi documenti contabili giustificativi delle spese effettuate, di cui, tra l'altro, non è responsabile il mandatario ma il candidato stesso; è pur vero che candidati e partiti devono presentare un rendiconto delle entrate ricevute e delle spese sostenute che, tuttavia, risulta essere soltanto un particolare "conto di risultato" (Capodaglio 1996, 47): un conto puramente riepilogativo delle stesse. Ancora, le stesse 6 tipologie di spesa previste dall'articolo 11 si rivelano insufficienti e troppo generiche. Per le entrate non sono previste categorie - se non quelle relative a contributi e servizi ricevuti da persone fisiche, altri soggetti o dal candidato stesso - tantomeno un limite massimo.

¹⁹ Sul punto, si vedano i resoconti dell'attività della Corte dei conti e, in particolare: Collegio di Controllo sulle spese elettorali (2013) *Referto ai Presidenti delle Camere sui consuntivi delle spese e relative fonti di finanziamento riguardanti le formazioni politiche che hanno sostenuto la campagna elettorale per il rinnovo della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica del 24 e 25 febbraio* che si esprime in proposito evidenziando una "insufficiente stabilità temporale", suscettibile di inficiare il risultato stesso del controllo.

La piena regolamentazione di tale contabilità rileva anche per un secondo aspetto: coinvolge il tema del finanziamento elettorale. In Italia è da tempo in atto un processo di restringimento delle fonti di contribuzione pubblica in favore di forme di sostentamento privato, avviato nel 1993 con il referendum abrogativo il cui esito positivo ha – come già evidenziato - decretato l’abolizione del finanziamento pubblico ordinario ai partiti, lasciando tuttavia intatto il sistema dei rimborsi elettorali.

Le misure più consistenti a riguardo sono state introdotte recentemente, con la legge n. 96/2012 sulla *riduzione dei contributi pubblici in favore dei partiti e dei movimenti politici* - che ha dimezzato l’ammontare complessivo dei contributi annuali a carico dello Stato - erogati per il 70% a titolo di rimborso spese (elettorali e ordinarie) e, per il restante 30%, a titolo di cofinanziamento dell’attività politica in misura proporzionale alle risorse percepite dal partito - e con il d. lgs. n. 149/2013, sull’*abolizione del finanziamento pubblico diretto, disposizioni per la trasparenza e la democraticità dei partiti e disciplina della contribuzione volontaria e della contribuzione indiretta in loro favore*, convertito con la l. n. 13/2014. La legge n. 96/2012, con l’articolo 11²⁰, interviene anche sul finanziamento privato, riducendo a euro 5.000 l’importo oltre cui scatta l’obbligo di dichiarazione congiunta per il soggetto erogatore e il soggetto ricevente e il conseguente deposito presso la Presidenza della Camera d’appartenenza. L’articolo 11 fissa la medesima soglia²¹ anche per l’indicazione dei contributi provenienti dalle persone fisiche percepite durante la campagna elettorale.

L’articolo 14 del decreto n. 149/2013 prescrive, poi, l’abolizione graduale del finanziamento pubblico ai partiti, pari al 25, al 50 ed al 75 per cento dell’importo spettante fino alla cessazione definitiva nel 2017, creando un sistema impostato sulle detrazioni fiscali delle donazioni private e sulla destinazione volontaria del 2 per mille dell’imposta sul reddito delle persone fisiche. L’assetto costruito dalla l. n. 515/1993 sui rimborsi elettorali è stato, quindi, totalmente modificato, poiché ritenuto inadeguato al nuovo contesto. L’articolo 5, al comma 2-bis, richiama l’art. 11 della l. n. 96/2012, ribadendo l’obbligo di comunicazione per donazioni di importo superiore ai 5.000 euro alle Camere parlamentare e l’obbligo di pubblicazione degli importi e delle identità dei finanziatori sul sito istituzionale del partito di appartenenza e del Parlamento. Il comma 3 prevede però, un’eccezione a questa regola, ove specifica che “gli obblighi di pubblicazione (...) concernono soltanto i dati dei soggetti i quali abbiano prestato il proprio consenso, ai sensi degli articoli 22, comma 12, e 23, comma 4, del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196”. La legge opera, quindi, un collegamento con il diritto alla privacy, subordinando le esigenze e il diritto di conoscenza dei meccanismi e delle logiche di finanziamento della campagna elettorale alla tutela dei dati “sensibili” dei candidati e dei loro sostenitori. Tale sbilanciamento è del tutto inopportuno: l’attività finanziaria dei rappresentanti dei cittadini -

²⁰ Che modifica il terzo comma dell’articolo 4, legge n. 659/1981.

²¹ Modificando il comma 6 dell’articolo 7, legge n. 515/1993.

in ragione proprio del peso del loro ruolo – dovrebbe essere accessibile e conoscibile, senza limitazioni di sorta. Non si può qualificare l'obbligo di pubblicazione come un'intromissione indebita e far prevalere esigenze di privacy, il cui richiamo potrebbe essere giustificato soltanto qualora si trattasse realmente di dati sensibili; ma la lista completa dei finanziatori delle campagne elettorali, comprensiva di nominativi e importi, non rientra in tale categoria. Viene così incoraggiato il ricorso a forme di contribuzione privata che, allo stato attuale, garantisce il completo anonimato per la donazione di somme inferiori a 5.000 euro.

Si tratta, tuttavia, di un punto di arrivo, frutto di un lungo percorso: la legge n. 515/1993 fissava una soglia di 50.000 euro, poi ridotta a 20.000 ed a 5.000 dalla l. n. 96/2012. Sul punto, il GRECO - il gruppo di Stati del Consiglio d'Europa contro la corruzione istituito nel 1999 - nella relazione sull'attività dell'anno 2016 ha evidenziato come l'Italia abbia colmato il gap legislativo sulle donazioni denunciato nei rapporti precedenti, soddisfacendo le richieste avanzate. In particolare, la l. n. 96/2012, con l'articolo 9, comma 23, lettera c), ha introdotto un generale divieto alle donazioni anonime, aggiungendo il comma 10-*bis* all'articolo 8 della l. n. 2/1997. I risultati non appaiono, tuttavia, ancora soddisfacenti; il margine di miglioramento è ampio, soprattutto considerando lo scenario europeo.

Il combinato disposto del decreto n. 149/2013 e del diritto alla privacy genera, quindi, due tipi di problemi: un surplus di denaro di cui non si conosce l'entità né la destinazione finale e l'impossibilità di conoscere o ricostruire i legami economici tra i candidati e i soggetti che li sostengono, nonché la presenza di eventuali conflitti d'interesse (Openpolis 2016). Un aumento del finanziamento privato non adeguatamente regolamentato e controllato, soprattutto se l'assetto attuale della normativa resta invariato, inciderebbe in maniera fortemente negativa sul funzionamento dell'intero meccanismo elettorale e esporrebbe a rischi clientelari e corruttivi ancora più evidenti e incisivi di quelli attuali. Ne risulterebbe lesa, *in primis*, il principio di eguaglianza di *chance* tra i candidati e i partiti nella corsa elettorale nonché la pari possibilità di accedere alle cariche elettive – costituzionalmente tutelate - che rappresentano il *leitmotiv*, come in precedenza evidenziato, dell'intera disciplina sui tetti di spesa.

In secondo luogo, i finanziatori delle campagne elettorali, a fronte di ingenti somme di denaro donate e non dichiarate, potrebbero ricevere vantaggi economici non indifferenti e non rintracciabili, per via dell'*escamotage* costruito dal consenso al trattamento dei dati.

In ultimo, il rischio che le somme confluiscono nel patrimonio personale del candidato o nelle casse del partito aumenterebbe notevolmente; se, infatti, vengono considerate unitariamente la possibilità di non dichiarare donazioni il cui importo sia inferiore a 5.000 euro e l'assenza del vincolo di destinazione per le somme ricevute ma non utilizzate - nel quadro del progressivo restringimento del finanziamento pubblico - il sostentamento della campagna elettorale potrebbe non essere l'unica destinazione di quei fondi. La tutela del diritto di elettorato non solo passivo ma anche attivo ne risulterebbe compromessa. Verrebbe

lesa, in primo luogo, la libera formazione della volontà del cittadino nel momento elettorale; l'effetto immediato di cospicue donazioni consiste, infatti, nella possibilità - per il candidato e il suo partito - di potenziare la campagna elettorale, ampliando metodi e mezzi di propaganda. I cittadini, di riflesso, si ritroverebbero "bombardati" da una notevole mole di materiale "pubblicitario" predisposto soltanto da quei candidati che abbiano investito nella propria campagna, a fronte delle ingenti somme ricevute. La sovraesposizione crea, così, un vantaggio, soprattutto se non tutti i partecipanti beneficiano di altrettanti sovvenzionamenti. Gli elettori, allora, potrebbero esprimere una naturale tendenza a scegliere quei candidati come propri rappresentanti (proprio perché, alla lunga, i messaggi e gli slogan martellanti diventano convincenti). Ne deriva la lesione dell'articolo 48 della Costituzione che, nel definire le caratteristiche del voto - "libero, personale, uguale e segreto" - attribuisce ai cittadini il potere di scegliere, in condizioni di eguaglianza e consapevolezza, i propri rappresentanti e di partecipare alla determinazione della politica nazionale, senza alcun condizionamento o pressione. Una campagna elettorale pressante e invasiva costituisce, di contro, un ostacolo al corretto svolgimento di tale processo, impedendo la realizzazione dei principi di rappresentanza e partecipazione. Viene, infatti, compromesso il diritto dei cittadini di prender parte alle decisioni politiche, sancito dall'art. 49 Cost., non potendo scegliere in maniera realmente libera i propri delegati a cui compete l'adozione finale di quelle decisioni. In tal senso, è qualificabile - prendendo in prestito il termine e traslandone il significato dal diritto privato - una sorta di violazione del "sinallagma elettorale" e, di conseguenza, una sproporzione e uno sbilanciamento legislativo in favore dei rappresentanti, a danno dei rappresentati.

Il finanziamento privato non è, tuttavia, di per sé erroneo o scorretto; negli ordinamenti in cui viene correttamente regolamentato e corredato dai relativi contrappesi e bilanciamenti costituisce un importante strumento di controllo politico a disposizione della cittadinanza, che consente di conoscere e capire - attraverso l'accesso diretto alle informazioni e alle fonti di finanziamento - gli interessi del candidato e, grosso modo, alcune delle sue future linee di intervento. Gli Stati Uniti rappresentano, in quest'ottica, il prototipo di trasparenza in materia elettorale; un'apposita commissione - la *Federal Electoral Commission*²² - si occupa dei controlli e della pubblicità sulle rendicontazioni, rendendo noti sul proprio sito internet i nominativi di tutti i sostenitori delle campagne elettorali dei candidati alla Presidenza, con l'indicazione dell'entità delle relative donazioni. La disciplina americana è perentoria e bilancia l'assenza di limiti alle donazioni - percepiti come vera e propria violazione della libertà d'espressione²³ - con un elevatissimo grado di trasparenza e accesso alla documentazione elettorale.

²² Istituita nel 1975 con il *Federal Election Campaign Act* (FECA), cioè lo statuto che regola il finanziamento delle elezioni federali. Per un quadro completo delle funzioni e dell'attività della FEC, si veda il sito internet istituzionale dell'organo: www.fec.gov.

²³ Nel caso *McCutcheon vs. Federal Electoral Commission*, la Corte ha dichiarato l'incostituzionalità della previsione di limiti ai finanziamenti individuali per le campagne elettorali, stabiliti nel FACA. Le motivazioni che hanno spinto la Corte a sancire

È la mancanza di adeguate norme e garanzie che rende rischioso, in termini democratici, un sistema incentrato esclusivamente sul finanziamento privato; con riferimento al modello italiano, il disegno di eliminazione del sostentamento pubblico alla politica e dei rimborsi elettorali – per quanto in linea con la volontà popolare - non può avvenire eliminando anche le tutele poste a garanzia del sostentamento erogato dallo Stato, proprio in ragione dei principi, dei diritti e degli interessi coinvolti. In questo senso, le pratiche diffuse riguardanti il mancato rispetto degli obblighi di legge su pubblicazione e trasparenza della rendicontazione elettorale e, in particolare, delle disposizioni di cui agli articoli 6 e 7 del decreto legislativo n. 33/2013²⁴ - il c.d. decreto trasparenza - unite alla mancata previsione di vere e proprie sanzioni per comportamenti difforni da quanto prescritto, lasciano spazio a una pericolosa conformazione del meccanismo elettorale, proprio in funzione dell'influenza esercitata da quest'ambito di legislazione sull'intera materia elettorale.

Il controllo formale esercitato dai Collegi presenta un'ulteriore criticità: focalizza la verifica sulle autodichiarazioni di spesa e di entrata fornite da candidati e partiti sulla correttezza contabile dei corrispondenti documenti giustificativi, senza entrare nel merito e nella sostanza di quelle spese. Il ruolo della trasparenza come meccanismo di conoscenza per chi voglia accedere alle informazioni sul finanziamento ne risulta fortemente ridimensionato, riducendosi ad una istanza che rischia di rimanere, tuttavia, priva di soddisfazione. L'autocertificazione non può costituire un efficace e sufficiente riferimento su cui basare il controllo, poiché è, per definizione, priva di autenticazione, se non quella fornita, appunto, dal candidato stesso. Di scarsa attendibilità appaiono, poi, le c.d. dichiarazioni negative di spesa, con cui il candidato o il partito dichiarano di non aver sostenuto spese né ricevuto finanziamenti per la campagna elettorale oppure che siano stati, rispettivamente, sostenute e ricevuti il solo candidato. Ora, non è pensabile organizzare e sostenere una campagna elettorale senza spendere del denaro.

Il mancato approfondimento soprattutto di un aspetto così significativo rappresenta una grave falla. Lo stesso Collegio istituito presso la Corte dei Conti ha evidenziato come

questo principio trovano giustificazione nel particolare equilibrio operato tra la previsione di tetti di spesa - funzionali a garantire lo svolgimento democratico delle elezioni - e la tutela della libertà di espressione, che costituisce una seconda differenza tra il sistema americano e quello continentale. I limiti previsti in precedenza erano stati inseriti al fine di impedire il dilagare della corruzione e garantire la parità di accesso e di chance a tutti i candidati alle competizioni elettorali. Tuttavia, secondo la Corte, il pericolo di corruzione non è una ragione sufficiente per limitare la libertà di espressione, sancita nel Primo Emendamento della Costituzione statunitense. Attraverso un'interpretazione estensiva di tale principio, la Corte ha configurato un "diritto alla libertà di finanziamento", aggiungendo che i limiti alle donazioni non costituiscono un metodo efficace per contrastare la corruzione limitando fortemente, di contro, la partecipazione al processo democratico.

Sul punto si vedano, in particolare: Camera dei Deputati (2013) *Il finanziamento della politica in Francia, Germania, Regno Unito, Spagna e Stati Uniti*, N. 2, G. ARAVANTINOU (2014) *Il finanziamento della politica negli Usa dopo McCutcheon v. Fec*, www.eticaeconomica.it, C. FUSARO (2004) *La disciplina delle campagne elettorali: La disciplina delle campagne elettorali nella prospettiva comparata: l'omaggio che il vizio rende alla virtù?*, in "Quaderni dell'Osservatorio elettorale della Regione Toscana", n. 51, www.fec.gov.

²⁴ Che fissano caratteristiche e standard da seguire per realizzare un formato open. Nel caso di specie, deve trattarsi di informazioni e dati pubblicati in formato aperto e riutilizzabile.

l'assenza di spese si collochi, in realtà, in contrasto con il "carattere indefettibile"²⁵ delle categorie di cui all'articolo 11 della legge n. 515/1993 e, in particolare, con le spese indicate alla lettera d), relative "alla stampa, distribuzione e raccolta dei moduli, all'autenticazione delle firme e all'espletamento di ogni altra operazione richiesta dalla legge per la presentazione delle liste elettorali".

Ulteriori considerazioni possono essere svolte riguardo l'assetto complessivo strutturale e funzionale dei Collegi. Su questo versante rileva soprattutto l'articolo 100 della Costituzione (sulle funzioni della Corte dei Conti) e il modello di giustizia costituzionale italiano, che attribuisce al giudice il potere di sollevare una questione di costituzionalità su una legge che dovrà applicare nell'ambito del processo. Per tale ragione, la composizione del Collegio, o meglio, la sua derivazione dalla Corte dei Conti rappresenta un elemento interessante, poiché suscettibile di attribuzione, al Collegio stesso, del potere di sollevare questioni di illegittimità costituzionale in via incidentale, anche se l'articolo 3, comma 1, della legge n. 20/1994 circoscrive lo stesso controllo dell'organo ai soli atti non aventi forza di legge. In proposito è intervenuta la Corte Costituzionale che, con la sentenza n. 226 del 1976, ha valutato la funzione svolta dalla Corte dei Conti in sede elettorale come "analoga, sotto molti aspetti, alla funzione giurisdizionale (...) risolvendosi nel valutare la conformità degli atti che ne formano oggetto alle norme del diritto oggettivo, ad esclusione di qualsiasi apprezzamento che non sia di ordine strettamente giuridico"²⁶.

A seguito delle considerazioni sin qui svolte, il potere giurisdizionale esercitato dalla Corte - nell'ambito della sua funzione di controllo sulla contabilità degli enti locali e regionali - potrebbe essere esteso anche al Collegio di controllo, consentendo all'organo di operare una verifica più incisiva e dettagliata sulla documentazione elettorale depositata dai partiti, ma anche di infliggere sanzioni più adeguate e rigorose nei casi di violazioni ex art. 15 della legge n. 515/1993, con la possibilità di avviare un vero e proprio processo contabile. Il carattere pecuniario delle sanzioni attualmente previste, infatti, non appare adeguato né commisurato al livello di gravità costituito dal superamento dei limiti di spesa stabiliti dalla legge e dalla mancata indicazione delle fonti di finanziamento. In proposito è intervenuto il GRECO che ha esortato il legislatore italiano a colmare tale discrepanza, nel rispetto dei principi di eguaglianza e trasparenza, nonché in ottica di prevenzione della corruzione.

L'ultimo ambito critico riguarda l'esistenza di un problema interpretativo sul dettato dell'articolo 13, commi 6 e 7, legge n. 96/2012, che ha esteso l'applicabilità del sistema di controllo previsto dall'articolo 12 della legge n. 515/1993 per le elezioni politiche al livello locale. Il legislatore, se da una parte ha provveduto a colmare una sostanziosa lacuna

²⁵ Corte dei Conti, Collegio di Controllo sulle spese elettorali (2006) *Referto ai Presidenti delle Camere sui consuntivi delle spese e sui relativi finanziamenti riguardanti le formazioni politiche che hanno sostenuto la campagna per le elezioni della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica del 9-10 aprile*.

²⁶ L'art. 23 della legge n. 87 del 1953 stabilisce, infatti, che la questione di legittimità costituzionale deve essere proposta "nel corso di un giudizio dinanzi ad un'autorità giurisdizionale" da una delle parti o dal pubblico ministero, purché vengano indicate "a) le disposizioni della legge o dell'atto avente forza di legge dello Stato o di una Regione, viziate da illegittimità costituzionale; b) le disposizioni della Costituzione o delle leggi costituzionali, che si assumono violate".

normativa sul controllo della contabilità elettorale per le elezioni amministrative, dall'altra ha regolamentato l'estensione in maniera approssimativa, non considerando che si interveniva su un contesto totalmente diverso dall'ambito nazionale e non adattando, di conseguenza, le disposizioni della l. 515 alle esigenze del diverso livello di governo²⁷.

L'applicazione della legge viene, infatti, affidata per intero all'attività di interpretazione e autodeterminazione delle Sezioni regionali della Corte dei Conti e del Collegio *ivi* istituito. Una scelta di questo tipo ha comportato alcune incognite in termini procedurali, tanto da rendere necessario l'intervento chiarificatore delle Sezioni delle Autonomie della Corte dei Conti che, con le delibere n. 24/2013 e n. 12/2014, ha rispettivamente delineato i "primi indirizzi interpretativi" da seguire per l'applicazione della legge n. 96/2012 e pronunciato alcuni fondamentali principi di diritto²⁸, in considerazione delle modifiche apportate in seguito dalla legge n. 13/2014.

Sul primo versante, la Sezione delle Autonomie evidenzia come i profili problematici maggiori riguardino la costituzione e il funzionamento dei Collegi di controllo istituiti presso le Sezioni regionali della Corte dei Conti - ad opera dell'articolo 13, comma 6, legge n. 96/2012 - a cui è attribuito il compito di verificare la legittimità e la regolarità dei consuntivi presentati da tutte le formazioni politiche che hanno partecipato alla campagna elettorale per l'elezione di Sindaci e Consiglieri nei Comuni con una popolazione superiore ai 15.000 abitanti e, in via straordinaria, il potere sanzionatorio per il mancato deposito del rendiconto. Nell'originaria formulazione dell'articolo, le altre due fattispecie suscettibili di sanzione - ossia la mancata indicazione delle fonti di finanziamento nel consuntivo e il superamento dei tetti di spesa - spettavano al Collegio di controllo sulle spese elettorali della Corte dei Conti. Il decreto 149/2013 ha poi unificato l'irrogazione delle tre ipotesi in capo al Collegio, nazionale e regionale.

La legge n. 96/2012, dunque, configura il Collegio istituito presso le Sezioni regionali e il Collegio deputato al controllo per le elezioni politiche e regionali come organi distinti, con funzioni e caratteristiche diverse. Si tratta, peraltro, di una pluralità di organi "incardinati presso le diverse Sezioni regionali"²⁹ che possiedono, di riflesso, competenze riservate, occupandosi dell'attività istruttoria. Il controllo sulla rendicontazione dei candidati rimane, invece, in capo al Collegio Regionale di Garanzia Elettorale, istituito presso la Corte d'Appello di ogni capoluogo di regione.

Il sistema binario del controllo - per candidati e partiti - viene ripetuto quindi anche per le elezioni amministrative, nonostante la carenza di presupposti. Il senso del controllo per le formazioni politiche in capo alla magistratura contabile è, infatti, strettamente legato al

²⁷ Corte dei Conti, Sezione delle Autonomie (2013) *Primi indirizzi interpretativi inerenti l'applicazione dell'art. 13 della legge 6 luglio 2012, n. 96, sul controllo delle spese elettorali nei comuni con popolazione superiore a 15.000 abitanti*, delibera n. 24.

²⁸ sul termine a quo per la presentazione dei rendiconti valido per le elezioni locali, in tema di garanzie del procedimento sanzionatorio amministrativo, "in caso di procedimenti istruttori radicati dalle Sezioni regionali di controllo prima dell'entrata in vigore dell'art. 14-bis, della legge 21 febbraio 2014, n. 13".

²⁹ Corte dei Conti, v. *supra*.

rimborso di natura pubblica percepito dalle stesse, che spiega l'intervento dell'organo di verifica della contabilità pubblica, funzione attribuita dagli artt. 100 e 103 Cost. Al livello locale, di contro, i partiti non beneficiano del medesimo rimborso; l'estensione anche a questo livello pare, di conseguenza, improprio e privo di giustificazione. La Legge n. 13/2014, con l'articolo 14-bis, ha apportato delle modifiche al dettato dell'art. 12, comma 1, l. n. 515/1993 e, indirettamente, all'articolo 13, legge 96/2012, riproducendo le stesse problematiche interpretative sorte in precedenza. L'obiettivo principale della normativa è unificare il ruolo della Corte; ma il modo in cui i due commi dell'articolo 14-bis realizzano tale finalità ha suscitato non pochi dubbi interpretativi e applicativi. In particolare, il primo comma interviene sull'articolo 12, comma 1 della legge n. 515/93 e qualifica genericamente l'organo come unico destinatario dei rendiconti delle formazioni politiche per il rinnovo del Parlamento nazionale, eliminando l'intermediazione dei Presidenti delle Camere. Ne risulta di riflesso modificato anche l'articolo 13, comma 6, della l. 96/2012, che aveva sì esteso il regime dei controlli operato dalla Corte al livello locale, ma designato i Presidenti dei Consigli comunali neoeletti – in sostituzione dei Presidenti delle due Camere - come secondi destinatari del rendiconto. La modifica apportata dall'articolo 13 si rivelava, dunque, non applicabile alle elezioni amministrative, se non per via interpretativa. La delibera n. 12/2014 delle Sezioni Autonome è intervenuta proprio in questo senso³⁰, stabilendo che la rendicontazione elettorale redatta per il rinnovo dell'organo comunale debba essere depositata presso le Sezioni regionali della Corte competenti per territorio, entro 45 giorni dalla data di insediamento dei Consigli comunali, per via del richiamo alla Sezione regionale di controllo operato per i successivi commi 2 e 3 dell'articolo 12³¹ e in considerazione del fatto che per le elezioni politiche il termine di deposito decorre dalla data di insediamento delle Camere.

L'ultima modifica di rilievo intervenuta sul regime dei controlli è stata apportata con il decreto legge n. 91/2014 che, con l'articolo 33, interviene sui commi 6 e 7 dell'articolo 13, l. n. 96/2012, stabilendo che “gli obblighi di controllo (ex articolo 12, comma 1, legge n. 515/1993) attribuiti alla Sezione regionale di controllo della Corte dei Conti, si riferiscono ai comuni con popolazione superiore a 30.000 abitanti”. Le altre disposizioni della l. 515 valgono per consultazioni elettorali nei Comuni con popolazione superiore ai 15.000 abitanti.

Dal quadro delineato emergono alcune considerazioni. In primo luogo, la scarsa attenzione del legislatore che, nel regolamentare la gestione delle campagne elettorali locali, non tiene conto della differenza tra due ambiti territoriali e istituzionali totalmente diversi – nazionale e locale – né, tanto meno, del contesto generale e delle problematiche già esistenti della legge n. 515/1993. Per quanto si trattasse di un'importante novità nello scenario legislativo elettorale italiano, infatti, il testo è apparso lacunoso sin dalla sua approvazione. Il

³⁰ *Ibidem.*

³¹ Il sesto comma dell'articolo 13, l. n. 96/2012 prevede, alla lettera c), l'estensione dell'applicabilità dell'articolo 12, comma 1, intendendosi sostituiti i Presidenti delle rispettive Camere con il presidente del consiglio comunale; comma 2 e comma 3, primo e secondo periodo, intendendosi sostituita la Corte dei conti con la sezione regionale di controllo della Corte dei conti competente per territorio.

richiamo approssimativo a queste disposizioni - che, come sopra analizzato, risultano essere già di per loro lacunose – fornisce una regolamentazione “priva di una espressa formulazione testuale che ne espliciti il contenuto precettivo in base ad un preciso valore semantico”³².

L’ approssimazione legislativa emerge ancor di più nel conferimento della verifica sulla documentazione contabile elettorale delle formazioni politiche anche per le elezioni comunali alla Corte dei Conti. L’ assenza di rimborsi o di qualsiasi altra forma di sostentamento da parte dello Stato rende evidente il carattere improprio di tale estensione attribuendo, peraltro, all’ organo una funzione che, in realtà, esula dai suoi compiti specifici tradizionali. La disposizione in esame può, tuttavia, trovare una sua ragion d’ essere se inserita in un processo di più ampio respiro, volto alla promozione e alla garanzia della trasparenza e dei principi alla base della regolamentazione elettorale – nello specifico, la parità di partecipazione alle competizioni elettorali e di accesso alle cariche pubbliche - che ha preso avvio proprio dalla legge n. 96/2012, arricchendosi della c.d. legge anticorruzione 190/2012 e dei suoi decreti attuativi n. 33 e 39 del 2013, fino al decreto n. 149/2013 e alla sua legge di conversione n. 13/2014.

In secondo luogo, il dualismo strutturale e funzionale costituito dalle Sezioni regionali e i Collegi *ivi* istituiti – configurato dall’ articolo 13, legge 96/2012 – complica il sistema di controllo invece di semplificarlo, soprattutto in considerazione del fatto che il personale a disposizione non aumenta in maniera proporzionale con la doppia configurazione; anzi, lo stretto collegamento tra i due organi comporta il rispetto del principio dell’ ”autosufficienza funzionale”³³ secondo cui ogni Sezione regionale deve svolgere i propri compiti con le proprie risorse organizzative e la propria dotazione organica. La composizione dei Collegi, di riflesso, non può prescindere dal personale dipendente delle rispettive Sezioni regionali e reclutare eventuali figure professionali integrative nell’ ambito delle stesse. In tal senso, sembra deporre anche il citato secondo comma dell’ art. 12, secondo cui i controlli sui consuntivi delle spese elettorali devono essere effettuati “ferma restando l’ attuale dotazione organica” dei consiglieri e del personale di revisione delle Sezioni regionali di controllo.

Il modello decentrato del controllo – dualista: partiti (Corte dei Conti) e candidati (Corte d’ Appello) e, per quanto riguarda la Corte dei Conti, l’ articolazione in un Collegio nazionale per le elezioni politiche e regionali e un Collegio, presso le Sezioni, per il controllo delle amministrative - presenta, in ultima analisi, notevoli problemi di coordinamento, a cui si aggiungono le criticità legate al controllo puramente formale. Tale complessità emerge anche più a fronte della carenza normativa, del basso grado di trasparenza sulle operazioni finanziarie delle campagne elettorali e dell’ assenza di vere e proprie sanzioni per una gestione delle stesse poco chiara, poco incisive e proporzionate alla gravità delle violazioni.

³² Corte dei Conti, *v. supra*.

³³ Corte dei Conti, Sezione delle Autonomie (2013) *Primi indirizzi interpretativi inerenti l’ applicazione dell’ art. 13 della legge 6 luglio 2012, n. 96, sul controllo delle spese elettorali nei comuni con popolazione superiore a 15.000 abitanti*, delibera n. 24, p. 5.

4. Il finanziamento elettorale e le elezioni politiche del 4 marzo 2018

Se una riforma strutturale dei meccanismi di controllo non appare ancora configurabile in ragione della complessità degli organi coinvolti e dei risvolti organizzativi nonché di coordinamento, è comunque possibile svolgere delle considerazioni sulla diversa conformazione del finanziamento elettorale a seguito delle modifiche normative introdotte e sul differente scenario venutosi a creare.

Le elezioni politiche tenutesi il 4 marzo 2018 sono state, difatti, le prime svoltesi con le nuove disposizioni. Sebbene i dati non siano ancora disponibili – poiché, *in primis*, gli obblighi di pubblicazione online in capo a candidati e partiti dei rendiconti elettorali non vengono in gran parte dei casi adempiuti e, in secondo luogo, i Collegi di controllo possono concludere la loro attività di verifica entro 6 mesi dalla ricezione dell'ultimo consuntivo (che può essere trasmesso, a sua volta, entro 45 giorni dall'elezione per i candidati eletti ed entro tre mesi dalla data dell'ultima proclamazione per i candidati non eletti) – è interessante rilevare i trend e i nuovi soggetti protagonisti del finanziamento ai partiti e alla politica *in toto*. Se, infatti, i contributi da parte delle persone fisiche nel 2013 – anno di adozione del c.d. decreto Letta, che ha fissato il limite per le donazioni a 100.000 euro a partire dal 2014 – raggiungevano i 40 milioni di euro, nel 2017 hanno subito una forte contrazione, stabilizzandosi a circa 16 milioni (Openpolis 2018). Altra differenza consiste nella composizione dei donatori: nel primo caso, si tratta di soggetti terzi, diversi dai partiti e dai candidati. Nel secondo, i principali finanziatori risultano essere gli eletti, che destinano una parte dell'indennità percepita al partito di appartenenza. Tale prassi, non soltanto in taluni casi è obbligatoria in quanto prevista nello statuto del partito³⁴, ma è configurabile come una forma indiretta di finanziamento attraverso fondi pubblici (Openpolis 2016) e rientra nella fattispecie di donazioni detraibili al 26% delineata dal decreto n. 149/2013.

Ancora, l'abolizione della contribuzione pubblica diretta, l'obbligo per i partiti di iscrizione al *Registro nazionale dei partiti riconosciuti* per ottenere i benefici fiscali previsti dalla legge - a cominciare dal finanziamento attraverso il 2 per mille – nonché l'istituzione di una apposita commissione di garanzia che vigila sulla regolarità di statuti e rendiconti, hanno progressivamente fatto emergere il ruolo di altri attori: fondazioni, associazioni e gruppi parlamentari, che partecipano all'attività politica e risultano beneficiari di forme di finanziamento, non soggetti tuttavia alle stesse regole di trasparenza e rendicontazione, seppur miniali nella loro configurazione. Nonostante la carenza legislativa evidenziata nei precedenti

³⁴ Ad esempio, lo statuto del PD, all'articolo 22 comma 2, cita testualmente: “Gli eletti hanno il dovere di contribuire al finanziamento del partito versando alla tesoreria una quota dell'indennità e degli emolumenti derivanti dalla carica ricoperta. Il mancato o incompleto versamento del contributo previsto dal Regolamento di cui all'articolo 36, comma 2, è causa di incandidabilità a qualsiasi altra carica istituzionale da parte del Partito Democratico, nonché dei provvedimenti disciplinari di cui al Regolamento previsto all'art. 39 e 40 del presente Statuto”. Anche lo statuto del movimento politico *Lega per Salvini Premier* prevede una simile disposizione all'art. 33: “I doveri degli eletti Coloro che ricoprono incarichi elettivi e di nomina politica retribuita hanno il dovere di (...) contribuire al finanziamento della Lega per Salvini Premier e della articolazione territoriale regionale”.

paragrafi, le scappatoie e, in molti casi, la mancata previsione di sanzioni della normativa attuale sulla contribuzione privata, i finanziamenti non transitano più nei partiti ma nei diversi *think tank* costituitisi negli ultimi anni.

Uno degli esempi lampanti in proposito, è costituito dalla fondazione *Open* che “supporta le attività e le iniziative di Matteo Renzi fornendo il suo contributo finanziario, organizzativo e di idee alle attività di rinnovamento della politica italiana, in particolare quelle articolate intorno alla figura di Renzi”³⁵. A questo scopo, ha raccolto, come si evince dal suo sito Internet, fondi pari a euro 5.000.000, una somma non indifferente. La Fondazione, tuttavia è trasparente nelle sue attività e fonti di finanziamento: pubblica nel suo sito Internet i nomi dei donatori e il relativo importo pur non essendone obbligata per legge.

Lo stesso non può dirsi della grande maggioranza di strutture simili, in ragione della normativa che ne regola l'attività: i profili di riferimento sono contenuti negli articoli 18 e 49 della Costituzione e nel codice civile (artt. 14,16 e 40), che delineano in maniera molto generica l'ambito di applicazione di tali enti, limitandosi a sancirne la libera formazione, le modalità di costituzione e le responsabilità nella gestione e destinazione dei propri fondi in conformità allo scopo stabilito. Non vi è, tuttavia, alcun riferimento specifico alla rendicontazione né tantomeno ai relativi obblighi di pubblicità. Invero, un unico richiamo in tal senso è contenuto nell'articolo 6 del decreto n. 149/2013, che sancisce l'obbligo di allegare ai bilanci di partiti e movimenti politici “i bilanci (...) delle fondazioni e associazioni la composizione dei cui organi direttivi sia determinata in tutto o in parte da deliberazioni dei medesimi partiti o movimenti politici”. Non sono, invece, soggetti a tale obbligo le fondazioni o le associazioni la cui contribuzione sia superiore al 10% dei propri proventi a favore del partito³⁶.

La Commissione di garanzia degli statuti e per la trasparenza e il controllo dei partiti politici ha evidenziato come, in virtù di tale collegamento, la sua attività ispettiva per l'anno 2017 si sia potuta applicare soltanto “a tre casi, rimanendo, pertanto, estranee ad ogni forma di pubblicità le numerose associazioni e fondazioni che, secondo gli organi di stampa, sarebbero a vario titolo collegate a esponenti di partito”³⁷.

Il Presidente ANAC – Autorità Nazionale Anticorruzione – Raffaele Cantone, poi, ha più volte richiamato l'attenzione sulla necessità di meglio regolamentare il rapporto tra politica e il mondo delle associazioni e fondazioni, introducendo ad esempio l'obbligo per le stesse di predisporre e pubblicare bilanci certificati, al fine di evitare forti rischi corruttivi.

Occorre, in concreto, una forma giuridica apposita per tali strutture parallele - in cui viene di fatto definita l'azione politica - e per le quali non risultano più sufficienti le norme contenute nel codice civile in ragione degli scopi che perseguono.

³⁵ Come è specificato nel suo sito internet <http://www.fondazioneopen.it/la-fondazione/>

³⁶ Articolo 5, comma 4, decreto legislativo n. 149/2013.

³⁷ *Commissione di garanzia degli statuti e per la trasparenza e il controllo dei partiti politici*, (2018) Relazione del Presidente (articolo 9, comma 5, della legge 6 luglio 2012, n. 96) ai Presidenti del Senato della Repubblica e della Camera dei deputati.

5. Considerazioni conclusive

Un altro tassello attiene più strettamente ad uno dei temi che il presente elaborato intende analizzare: la trasparenza nella gestione economico-finanziaria delle campagne elettorali. Anche da questo punto di vista manca uno sforzo di omogeneità e di allineamento da parte del legislatore. All'implementazione della trasparenza e dei controlli introdotti per la rendicontazione politica ordinaria non è stata accompagnata l'adozione di una stessa linea per i finanziamenti della campagna elettorale. Il GRECO, nella relazione del 2014 al Parlamento e al Consiglio europeo sulla lotta alla corruzione, evidenzia proprio come in Italia il controllo sui partiti sia totalmente svincolato dalla verifica sulla rendicontazione elettorale e, peraltro, tale da qualificarsi come "frammentario e formalistico"³⁸, poiché affidato a tre organi diversi dotati di poteri circoscritti, non comunicanti tra loro e nemmeno con le altre strutture di contrasto³⁹: la Commissione per la trasparenza e il controllo dei bilanci dei partiti e dei movimenti politici, che verifica la rendicontazione ordinaria annuale dei partiti; il Collegio di controllo sulle spese elettorali, che controlla la regolarità dei conti elettorali delle formazioni politiche; infine, il Collegio regionale di garanzia elettorale verifica le spese sostenute dai candidati alle elezioni. Fermandoci ad una prima analisi – meramente semantica e non contenutistica - già solo i nomi degli organi creano confusione; in più, per i soggetti diversi dagli addetti ai lavori, è difficile addentrarsi e capire in concreto le funzioni di ciascuno. Per non parlare delle modalità del controllo, oscure ai più.

Anche l'OSCE nel rapporto sulle elezioni parlamentari del 4 marzo 2018 evidenzia come la legge non preveda la cooperazione tra gli organi e propone di rafforzare il sistema di controllo affidandolo ad un unico organo di vigilanza, dotato di poteri e risorse tali da svolgere "proattivamente ed efficacemente"⁴⁰. La concentrazione dei diversi tipi di controlli in un unico organismo di garanzia realizzerebbe, difatti, esigenze di "efficacia, efficienza ed economicità del controllo"⁴¹.

La considerazione e il richiamo ad alcune esperienze europee può aiutare a comprendere meglio la questione. Il modello di riferimento è, in questo senso, la Commissione elettorale inglese - *Electoral Commission* - dotata di una struttura accentrata che indaga molteplici aspetti, non solo elettorali: finanziamento *in toto* dei partiti, tenuta del registro dei partiti e controllo delle donazioni da parte di terzi. Si tratta, quindi, di un organo in grado di ricostruire il quadro completo dei finanziamenti politici, mettendo insieme le varie parti del sistema di controllo e consentendo a tutti di venirne a conoscenza, grazie anche ad un buon sistema di

³⁸ Commissione Europea (2014) *Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo. Relazione dell'Unione sulla lotta alla corruzione*.

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ ODIHR Ufficio per le Istituzioni Democratiche e i Diritti dell'uomo (2018) *Rapporto finale della missione di valutazione elettorale dell'ODIHR. Elezioni parlamentari 4 marzo 2018*.

⁴¹ Commissione Affari Costituzionali (2017) *Audizione del Presidente della Commissione di garanzia degli statuti e per la trasparenza e il controllo dei rendiconti dei partiti politici sul ddl a.s. 2439*.

pubblicità e trasparenza che passa principalmente attraverso il suo sito internet istituzionale⁴². Anche nel caso francese, la Commissione nazionale per i bilanci delle campagne elettorali e il finanziamento dei partiti politici - *Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques* - controlla la rendicontazione elettorale e l'attività finanziaria dei partiti durante tutto l'anno. Ciò consente - anche in Francia - di avere un bilancio completo e coerente per ogni partito e, parzialmente, di avere un'idea sui flussi e dei legami economici intercorrenti tra gli stessi e i soggetti terzi. La pubblicità e la trasparenza sono aspetti fondamentali anche nel caso francese; la Commissione infatti, rende accessibile ogni tipo di informazione che possa risultare utile ai candidati e ai partiti - per adempiere correttamente a tutti gli obblighi previsti dalla legge e dal Codice elettorale - nonché ai cittadini per capire le dinamiche e le regole alla base del sistema⁴³. L'intento è proprio assicurare il carattere onnicomprensivo del controllo sulla gestione delle spese, potenziato per perseguire in pieno l'obiettivo della trasparenza finanziaria in politica. La *ratio* è impedire ai partiti e ai candidati di omettere gli importi di donazioni o finanziamenti ricevuti per il sostentamento della campagna elettorale e, allo stesso tempo, di non oltrepassare il massimale per le spese di campagna elettorale.

Al tema del decentramento, per quanto riguarda il sistema italiano, è strettamente connessa, dunque, la debole demarcazione tra le normative sul finanziamento della politica e sulla contribuzione elettorale e, di conseguenza, il mancato riconoscimento di un autonomo *status* legislativo alla materia elettorale. Il vuoto normativo evidenziato nel corso della trattazione si riferisce proprio a quest'aspetto: mancano delle regole precise e puntuali che indirizzino correttamente l'agire di candidati e partiti; o meglio, regole che non consentano di trovare escamotage e metodi per aggirare il sistema e le sanzioni. Una possibile proposta in proposito potrebbe essere codificare la materia - su falsariga del *code électoral* francese - in un testo unico che regolamenti in maniera più soddisfacente almeno gli aspetti principali e incisivi del finanziamento delle campagne elettorali. Strutturare e ordinare la materia, infatti, risulta necessario per favorire una maggiore trasparenza sull'intero processo e per evitare dubbi interpretativi che, come analizzato in precedenza, costituiscono un problema nell'applicazione concreta della legge.

Manca, in sostanza, una visione d'insieme dell'organizzazione e del finanziamento della politica, imperniato solo ed esclusivamente sulla centralità dei partiti e del tutto slegato da altre componenti che, tuttavia, devono essere necessariamente prese in considerazione. Primo tra tutti, l'apparato strutturale che gravita attorno alle formazioni politiche e i relativi obblighi per quanto attiene l'aspetto economico e la sua conoscibilità, in ragione delle sovvenzioni ricevute nonché del ruolo di sostegno e di azione nel sistema politico.

⁴²<https://www.electoralcommission.org.uk/find-information-by-subject/elections-and-referendums>

⁴³ <http://www.cnccfp.fr/>

Occorre, di contro, un coordinamento tra questi diversi aspetti, una legge organica del sistema politico che tenga in debita considerazione il mutato contesto e introduca gli stessi obblighi di rendicontazione e di trasparenza gravanti in capo ai diversi soggetti che svolgono l'attività politica. Una legge necessariamente coordinata con l'intero ambito del finanziamento, tanto ordinario quanto elettorale.

Un primo sforzo in questo senso è contenuto nel decreto legge Bonafede - o Decreto Anticorruzione - recante *misure per il contrasto dei reati contro la pubblica amministrazione e in materia di trasparenza dei partiti e movimenti politici*, approvato dal governo il 10 settembre 2018 e dalla Camera dei Deputati il 23 novembre 2018. Le disposizioni più consistenti riguardano la riduzione della soglia degli importi per i quali è obbligatoria la rendicontazione e la comunicazione al Parlamento da euro 5000 a 500⁴⁴, l'obbligo di pubblicazione di nomi e importi delle donazioni introducendo il divieto per i partiti e movimenti politici di ricevere finanziamenti da persone fisiche o giuridiche che non prestino il consenso al trattamento dei dati personali⁴⁵, l'individuazione delle fondazioni, associazioni e comitati da considerare equiparati a partiti e movimenti politici⁴⁶ - modificando di conseguenza l'articolo, comma 4, del decreto n. 149/2013 - l'ampliamento delle funzioni di controllo della Commissione per la trasparenza e il controllo dei rendiconti dei partiti e dei movimenti, che dovrebbe esaminare i consuntivi dei partiti e movimenti politici nonché delle fondazioni, associazioni e comitati agli stessi equiparati, irrogando le relative sanzioni pecuniarie amministrative⁴⁷.

Tali disposizioni, seppur nella loro fase primordiale, testimoniano perlomeno un interesse e una presa di coscienza del problema. Nella speranza, tuttavia, che non si tratti di una mera azione propagandistica, avvalorata da alcune lacune: non è esplicitato un termine ultimo entro il quale si debba adempiere ai diversi obblighi; l'individuazione delle fondazioni, associazioni e comitati equiparati ai partiti e movimenti politici è troppo ampia e rischia di ricomprendere categorie che, per loro stessa formazione e finalità, non dovrebbero essere sottoposte agli stessi obblighi (De Filio 2008).

⁴⁴ Articolo 8, disegno di legge n. 1189.

⁴⁵ Articolo 7, disegno di legge n. 1189.

⁴⁶ Articolo 9, comma 1, disegno di legge n. 1189.

⁴⁷ Articolo 10, disegno di legge n. 1189.

Bibliografia

Aravantinou G. (2014) *Il finanziamento della politica negli Usa dopo McCutcheon v. Fec*, Menabò di Etica ed Economia.

Camera dei Deputati (2012) *Nota sul finanziamento della politica*, a cura di G. Amato.

Capodaglio G. (1996) *Il mandataro elettorale. Verso la trasparenza amministrativa delle campagne elettorali*, GUEB.

Carrozza P., Di Giovine A., Ferrari G.F. (2008) *Diritto costituzionale comparato*, Laterza.

Clementi F. (2015) *Vent'anni di legislazione elettorale (1993-2013). Tra il già e il non ancora*, Rivista trimestrale di diritto pubblico, anno LXV. Fasc. 2.

Coletta G. (2002) *Il finanziamento della politica, il trattato di Nizza e la Costituzione*, in *Il Diritto costituzionale europeo, principi e diritti fondamentali*, a cura di Michele Scudiero, Vol. II, Tomo II, Jovene.

Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques - CNCCFP (2015), *dix-septième rapport d'activité 2015*.

Commissione Affari Costituzionali (2017) *Audizione del Presidente della Commissione di garanzia degli statuti e per la trasparenza e il controllo dei rendiconti dei partiti politici sul ddl a.s. 2439*.

Commissione Europea (2014) *Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo. Relazione dell'Unione sulla lotta alla corruzione*.

Corte dei Conti, Collegio di Controllo sulle spese elettorali (2013) *Referto ai Presidenti delle Camere sui consuntivi delle spese e relative fonti di finanziamento riguardanti le formazioni politiche che hanno sostenuto la campagna elettorale per il rinnovo della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica del 24 e 25 febbraio 2013*.

Corte dei Conti, Sezione delle autonomie (2013) deliberazione n. 24.

Corte dei conti (2006) *Referto ai presidenti delle camere sui consuntivi delle spese e sui relativi finanziamenti riguardanti le formazioni politiche che hanno sostenuto la campagna per le elezioni della camera dei deputati e del senato della repubblica del 9-10 aprile 2006*.

Corte dei conti (2008) *Referto ai Presidenti delle Camere sui consuntivi delle spese e sui relativi finanziamenti riguardanti le formazioni politiche che hanno sostenuto la campagna per le elezioni della Camera dei Deputati e del Senato della Repubblica del 14 aprile 2008*.

Corte dei Conti, Sezione regionale di Controllo per il Piemonte (2014) *Referto sui rendiconti relativi alle spese per la campagna elettorale e correlate finte di finanziamento delle formazioni politiche che hanno partecipato alle consultazioni elettorali del 25 maggio 2014 e successivo turno di ballottaggio dell'8 giugno 2014 per il rinnovo delle cariche di sindaco e di consigliere comunale nel Comune di Rivoli (TO)*.

Corte dei Conti, Sezione di controllo per la regione Valle d'Aosta, Collegio di controllo sulle spese elettorali (2015) *Referto sui rendiconti relativi alle spese per la campagna elettorale e*

correlate fonti di finanziamento delle formazioni politiche. Consultazioni elettorali del 10 maggio 2015 – Comune di Aosta.

D'alimonte R. e Fusaro C. (2008) *La legislazione elettorale italiana. Come migliorarla e perché*, Il Mulino.

De Filio Gianluca (2018) *Le lacune del ddl Bonafede sui partiti politici*, laCostituzione.info
Decreto legge. n. 149/2013, *Abolizione del finanziamento pubblico diretto, disposizioni per la trasparenza e la democraticità dei partiti e disciplina della contribuzione volontaria e della contribuzione indiretta in loro favore.*

Dipartimento per il coordinamento amministrativo della Presidenza del Consiglio (2006) *L'accesso ai documenti amministrativi 10.1*, rivista quadrimestrale n. 1. Supplemento al volume *L'accesso ai documenti amministrativi* n. 10.

Fusaro C. (2014) *La disciplina delle campagne elettorali in ottica comparata: l'omaggio che il vizio rende alla virtù?*, in Quaderni dell'Osservatorio elettorale della Regione Toscana, n. 51.

Galli Della Loggia (2013) E., *Tre giorni nella storia d'Italia*, Il Mulino,

Gambino S. (2007) *Forme di governo. Esperienze europee e Nord-America*, Giuffrè,

Gardini G. (1996) *La disciplina delle campagne elettorali*, CEDAM.

Gardini G. (2008) *Libertà vs. uguaglianza: la difficile regolamentazione della campagna elettorale*, in *La legislazione elettorale italiana. Come migliorarla e perché*, a cura di Roberto D'Alimonte e Carlo Fusaro, Il Mulino.

GRECO (2016) *Third Evaluation Round, Second Compliance Report on Italy" Incriminations (ETS 173 and 191, GPC 2)", "Transparency of Party Funding"*.

Lanchester F. (2004) *Gli strumenti della democrazia. Lezioni di diritto costituzionale comparato*, Giuffrè.

Legge 11 marzo 1953, n. 87. *Norme sulla costituzione e sul funzionamento della Corte costituzionale.*

Legge 2 maggio 1974, n. 195. *Contributo dello Stato al finanziamento dei partiti politici.*

Legge 18 novembre 1981, n. 659. *Modifiche ed integrazioni alla legge 2 maggio 1974, n. 195, sul contributo dello Stato al finanziamento dei partiti politici.*

Legge 10 dicembre 1993, n. 515. *Disciplina delle campagne elettorali per l'elezione alla Camera dei deputati e al Senato della Repubblica.*

Legge 23 febbraio 1995, n. 43. *Nuove norme per la elezione dei consigli delle regioni a statuto ordinario.*

Legge 6 luglio 2012, n. 96. *Norme in materia di riduzione dei contributi pubblici in favore dei partiti e dei movimenti politici, nonché misure per garantire la trasparenza e i controlli dei rendiconti dei medesimi. Delega al Governo per l'adozione di un testo unico delle leggi concernenti il finanziamento dei partiti e dei movimenti politici e per l'armonizzazione del regime relativo alle detrazioni fiscali.*

Nicastro G. (2015) *La libertà di manifestazione del pensiero e tutela della personalità nella giurisprudenza della Corte Costituzionale*, www.cortecostituzionale.it.

ODHIR, Ufficio per le Istituzioni Democratiche e i Diritti dell'uomo (2018) *Rapporto finale della missione di valutazione elettorale dell'ODIHR. Elezioni parlamentari 4 marzo 2018*.

Openpolis (2016) *Patrimoni trasparenti. Redditi, proprietà e spese elettorali dei politici nazionali della XVII Legislatura*.

Openpolis (2016) *Sotto il materasso. Il finanziamento pubblico alla politica tra vecchie e nuove forme*.

Openpolis (2018) *Partiti in crisi. Analisi dei bilanci delle forze politiche tra 2013 e 2017*.

Porena D. (2013) *Nuove "norme in materia di riduzione dei contributi pubblici in favore dei partiti e dei movimenti politici": come cambia in Italia il sistema di finanziamento pubblico alla politica alla luce delle disposizioni introdotte dalla legge 6 luglio 2012, n.96*, federalismi.it n. 2.

Commissione di garanzia degli statuti e per la trasparenza e il controllo dei partiti politici (2018) *Relazione (articolo 9, comma 5, della legge 6 luglio 2012, n. 96) del Presidente ai Presidenti del Senato della Repubblica e della Camera dei deputati*.

Commissione Europea (2014) *Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento europeo, Relazione dell'Unione sulla lotta alla corruzione*.

Salvato L. (2007) *Il dubbio di costituzionalità davanti al giudice "a quo"*, http://www.corteconti.it/export/sites/portalecdc/documenti/chi_siamo/consiglio_di_presidenza/incontri_studio_e_formazione/11-12_e_13_dicembre_2007_luigi_salvato.pdf.

Sartori G. (2007) *Democrazia cos'è*. Rizzoli.

Senato della Repubblica, Disegno di legge (Misure per il contrasto dei reati contro la pubblica amministrazione e in materia di trasparenza dei partiti e movimenti politici), n. 1189. XVIII Legislatura, 22 novembre 2018.

Sentenza della Corte Costituzionale (1987) n. 153.

Sentenza della Corte Costituzionale (1993) n. 112.

Sentenza della Corte Costituzionale (1965) n. 9.

Sentenza della Corte Costituzionale (2000) n. 155.

Sentenza della Corte di Cassazione (2006), n. 20120, Sez. I.

Servizio studi della Camera dei Deputati (2013) *Manuale elettorale: le norme per le elezioni politiche*.

Tra il web e la piazza. Professionalizzazione e digitalizzazione nelle campagne elettorali per la Presidenza della Regione Siciliana nel 2012 e nel 2017

Rossana Sampurnaro* e Francesca Montemagno**

1. Le campagne elettorali e le elezioni regionali

Le strategie di mobilitazione adottate nell'ambito delle campagne elettorali sono profondamente cambiate in seguito all'affermazione e all'espansione dei *social network*. In pochi anni la piattaforma digitale è divenuta la principale infrastruttura delle attività condotte in campagna elettorale con una ridefinizione complessiva dell'approccio alla mobilitazione. Non si tratta di un semplice cambiamento del mezzo utilizzato per comunicare e per ricevere sollecitazioni dall'elettore, ma di un mutamento nel paradigma complessivo delle campagne elettorali. L'elemento distintivo di questa nuova fase è la generazione dei contenuti nel processo di mobilitazione. Il modello *one-side* dall'alto, ad opera del leader e del partito, lascia il posto ad una mobilitazione che punta sulla condivisione e sulla generazione di nuovi contenuti da parte dell'elettore che diventa protagonista. Questo passaggio non depotenzia la professionalizzazione delle campagne elettorali ma costruisce una nuova domanda di *expertise*, specie relative al web. Questi cambiamenti influiscono anche sui tempi della campagna elettorale, destinati a diventare sempre più lunghi e accentuano la personalizzazione delle attività di comunicazione.

Cogliere diacronicamente i caratteri di questa trasformazione è particolarmente complesso per la difficoltà di reperire casi studio che contemplino la presenza degli stessi attori politici in elezioni dello stesso livello in momenti differenti. Le due elezioni che ci apprestiamo a valutare sono conformi ad alcuni dei parametri necessari per realizzare una comparazione di questo tipo presentando alcuni dei requisiti richiesti per valutare la trasformazione in corso. Si tratta delle elezioni per il rinnovo dell'Assemblea Regionale Siciliana (ARS) e della Presidenza della Regione svoltesi a cinque anni di distanza: il 28 ottobre 2012 e 5 novembre 2017.

Ad accomunarle non sono solo alcuni elementi formali come ad esempio il sistema elettorale e una competizione tripolare tra centro-sinistra, centro-destra e Movimento 5 Stelle, ma anche alcuni suoi protagonisti e la centralità rispetto alle politiche successive del 2013 e del 2018. Come nel recente passato, le consultazioni regionali siciliane hanno assunto spesso una rilevanza nazionale, per la credenza diffusa che queste elezioni fossero, in qualche misura, una proiezione di quello che sarebbe potuto accadere alle successive politiche. La Sicilia ha spesso anticipato i trend politici a livello nazionale ed è stata l'arena per sperimentare nuovi accordi: le elezioni avrebbero permesso di sondare gli umori degli elettori siciliani (non fosse altro che per il peso, circa il 10% degli elettori residenti in Italia), ma

* Università degli Studi di Catania.

** Università degli Studi di Catania.

ancor più sarebbero state un campo di prova per gli schemi e le dinamiche di alleanze tra i partiti. Nelle elezioni del 2012 il M5S tenta di accreditarsi come terzo polo politico in Sicilia con un investimento notevole dell'organizzazione locale e di Grillo, autore della famosa traversata sullo stretto che fruttò più del 14% dei consensi per la lista. Nel 2017 l'esito delle regionali siciliane promette di essere un importante *step* per le elezioni successive. Come scrive D'Alimonte (2017), Berlusconi aveva capito perfettamente che sconfiggere Grillo in Sicilia significava non solo accrescere le probabilità di far bene alle successive politiche, ma anche "accreditarsi in Europa come la vera diga del populismo". In ambedue i casi, elezioni di second'ordine sono diventate arene locali di confronto con importanti riflessi nazionali tanto da suscitare l'attenzione della stampa nazionale e da determinare un impegno delle organizzazioni di partito¹.

Cosa è cambiato in cinque anni? Il quadro politico² è più semplificato rispetto al 2012 anche se la struttura della competizione, come ricordato, rimane sostanzialmente tripolare con la presenza di un centro-destra (questa volta presentatosi unito), di un centro-sinistra, del Movimento 5 Stelle (la lista di sinistra che supporta Claudio Fava ha solo valore di testimonianza). Nel 2012 a competere per il seggio di Palazzo d'Orleans³ erano ben 10 candidati a fronte di 5 nel 2017, inoltre diminuisce il numero di liste che passa da 20 a 12⁴.

Molti dei principali protagonisti del 2012 - Musumeci, Miccichè, Cancelleri, Fava - si ripresentano anche se con ruoli differenti. Dopo un iniziale tentennamento⁵, il forzista Gianfranco Miccichè - già candidato alla Presidenza nel 2012 - sostiene Musumeci che è il candidato ufficiale di Fratelli d'Italia. La sinistra è rappresentata da Fava, costretto nel 2012 a ritirarsi all'ultimo momento per un cavillo tecnico in favore della sindacalista Giovanna Marano. Lo sostiene una lista unitaria composta da Articolo 1, Sel ed altre piccole formazioni della sinistra. Anche il grillino Cancelleri è alla sua seconda corsa per la Presidenza della Regione. Sono nuove le candidature di La Rosa proposto da una formazione regionalista e di Micari che è sostenuto da una coalizione di centro-sinistra (Tab.1) e che deve fare i conti con la difficile eredità del governo Crocetta⁶, il primo governo di centro-sinistra della Regione siciliana.

¹ In effetti non vi è un rapporto diretto tra queste elezioni regionali e quelle nazionali: nel 2012 alla vittoria di Crocetta e del centro-sinistra in Sicilia, corrisponde un risultato positivo per il Pd anche su scala nazionale. Nel 2017 Musumeci (39,8%) vince e riesce ad ottenere la maggioranza in Assemblea grazie ai consensi della coalizione (oltre il 42%), ma il risultato delle politiche sarà molto diverso per il centro-destra. La vittoria di Musumeci non era scontata: i sondaggi svolti nel periodo elettorale mostravano uno scarto di voti tra Musumeci e Cancelleri che raramente superava i due punti percentuali. Le urne conferirono a Musumeci un risultato migliore rispetto a quello previsto dai sondaggi nei quali raramente superava il 36%.

² Una prima riflessione sulla campagna 2017 in Sampugnaro e Montemagno (2018).

³ Sede della presidenza della Regione Siciliana.

⁴ È bene ricordare che la riduzione delle liste non corrisponde sempre ad una diminuzione delle formazioni in competizione. Nel caso siciliano la legge n. 7 del 2005 premia le formazioni "congiunte" in un'unica lista piuttosto che quelle coalizzate per lo sbarramento del 5%. Vedi Emanuele e Riggio (2017: 236)

⁵ Dopo la decisione di FdI di avanzare la candidatura di Musumeci in modo autonomo, Miccichè, coordinatore di Forza Italia per la Sicilia, aveva dichiarato a *RaiNews24* che "Ci sono le condizioni per andare da soli, come nel '94 potremmo ripetere la stessa esperienza" e che "Forza Italia può andare sola. Le autocandidature sono sbagliate", *LiveSicilia*, 19 agosto 2017.

⁶ Nonostante la crisi di consensi del suo governo, caratterizzato da un forte turnover degli assessori e dalle numerose mozioni di sfiducia, Crocetta decide di ricandidarsi alla Presidenza, procedendo al ritiro della candidatura solo quando il Partito Democratico lancia ufficialmente Fabrizio Micari.

Nel 2012 Crocetta era sostenuto da una inedita coalizione: Il Megafono (la sua personale formazione che accoglieva transfughi da altri partiti), il PD e l'UDC. La sua vittoria nel 2012 ha costituito un *unicum* nelle elezioni siciliane tanto da poter essere considerato eccezionale ed è in buona parte riconducibile alle divisioni del centro-destra piuttosto che alla forza della sua coalizione. Nel 2012, infatti, il centrodestra si presenta diviso: da una parte Miccichè sostenuto da una galassia di formazioni riconducibili al Popolo della Libertà (Futuro e Libertà, Grande Sud, Partito Pensiero e Azione) o di matrice autonomista; dall'altra Nello Musumeci con una coalizione sostenuta da una lista personale, dal popolo della Libertà e da piccole formazioni di area ex-democristiana. In quell'anno⁷ dopo essere arrivato secondo per la poltrona di Governatore della Sicilia, Musumeci diventa il capo dell'opposizione all'interno dell'ARS e, successivamente, Presidente della prestigiosa Commissione Antimafia. È da quello scranno che inizia idealmente la sua lunghissima campagna elettorale che lo porterà alla vittoria nel 2017. Questa è ascrivibile alla capacità di Musumeci di riconciliare le anime del centrodestra e alla sua personale ricerca del consenso al di fuori dei tradizionali partiti.

Attraverso un paziente lavoro e con un suo personale progetto dal nome *#DiventeraBellissima*⁸, Musumeci si auto-qualifica come una sorta di padre nobile del centro-destra in grado di offrire un servizio alla Sicilia prima del suo ritiro definitivo dalla vita politica. A garanzia del suo lavoro per la Sicilia, promette di non ricandidarsi più dopo questa corsa: "io ci metto la faccia nell'ultima stagione della mia vita, io non devo costruire carriere sulle macerie lasciate dal centrosinistra, io voglio fare il lavoro più difficile e più sporco: bonificare questo Ente Regione".

Questi elementi di similarità e, soprattutto, la presenza degli stessi candidati per la Presidenza della Regione Sicilia forniscono il presupposto per un'analisi comparativa delle campagne elettorali dei contendenti per il ruolo di Governatore, con una valutazione della professionalizzazione, della digitalizzazione e della personalizzazione delle campagne.

Lo studio è stato condotto attraverso un'analisi delle principali testate giornalistiche siciliane, la visita ai principali comitati elettorali, una raccolta dei materiali di campagna diffusi dai candidati, il monitoraggio dei profili *Facebook* e *Instagram*, e alcune interviste in profondità ai candidati alla Presidenza e ai coordinatori della campagna – consulenti politici, giornalisti o semplici collaboratori - nella fase postelettorale. Pur all'interno di un colloquio "destrutturato" con i principali interpreti della campagna, è stato somministrato un questionario per garantire la comparazione in senso sincronico e diacronico.

⁷ Si tratta del secondo tentativo dopo quello del 2006 (Sampugnaro 2011) quando i principali competitors erano Totò Cuffaro e Rita Borsellino.

⁸ Il movimento *#DiventeraBellissima* nasce ufficialmente nel settembre del 2014. Negli anni che precedono la sfida elettorale, l'organizzazione è impegnata nella costruzione di un progetto politico per la Regione centrato sulla figura di Musumeci e sulla mobilitazione di quel segmento di elettori - vicini al centro destra - che avevano scelto nel 2012 la strada dell'astensione in presenza di una forte conflittualità (Cataldi e Paparo 2013).

Tab.1 - Elezioni regionali siciliane 2012 - 2017

2012			2017		
Candidato alla Presidenza (Partiti della coalizione)	% di voto	Slogan	Candidato alla Presidenza (Partiti della coalizione)	% di voto	Slogan
Musumeci (Musumeci Presidente, Il Popolo della Libertà, Cantiere Popolare, Alleanza di centro)	25,7	“Mi fido di voi. Una storia condivisa”	Musumeci (Alleanza per la Sicilia-Fratelli di Italia-Alleanza Nazionale-Noi con Salvini, Diventerà bellissima, FI, Idea Sicilia- Popolari e autonomisti, UDC).	39,8	L'unico pizzo che piace ai siciliani; #diventerabellissima; #musumecipresidente
Cancelleri (M5S)	18,2	Votate per voi	Cancelleri (M5S)	34,6	#aTuttaSicilia; #sceglieteilfuturo
Fava/ Marano (Libera Sicilia-FdSSel-Verdi/ Italia dei valori)	6,0	Cento passi più il tuo	Fava (Cento Passi per la Sicilia)	6,1	#scandalosamenteonesto #scandalosamentelibero #scandalosamentecoerente #centopassiperlasicilia
			Micari (PD, Arcipelago sicilia-movimento dei territori, PDR-Sicilia Futura-PSI, Alternativa popolare-centristi per Micari)	18,6	#lasfidagentile
			La Rosa (Siciliani Liberi)	0,7	Roberto La Rosa, Candidato Presidente
Crocetta (PD, Il Megafono, Unione dem. per i consumatori, UDC)	30,5	La rivoluzione è già iniziata Il sindaco di tutti i siciliani			
Miccichè (Futuro e Libertà, Grande Sud, Partito Pensiero e Azione, MPA)	15,4	Sogno siciliano/sugnu sicilianu			

La batteria di domande prevedeva quesiti sulla struttura del comitato (aree d'intervento, coordinamento della campagna), sulle risorse umane (volontari, organizzazioni di partito, associazioni, consulenti esterni, etc.), sulla costruzione del programma (scelta dei temi e degli slogan di campagna) e sugli strumenti utilizzati per mobilitazione⁹.

2. La lunga campagna elettorale

L'allungamento delle campagne elettorali è un tratto comune della loro evoluzione che ha assunto in Sicilia anche delle forme inconsuete. Si ripete e si amplifica la pratica di attività pubblicitarie, promosse da singole personalità che, con la cartellonistica 6x3, si auto-proponevano come candidati per l'ARS senza un simbolo di partito, spesso alla ricerca di una collocazione favorevole.

⁹ Quest'ultima parte è stata ampliata nel 2017, aggiungendo una più articolata sezione dedicata ai *social network*. La comparazione è stata realizzata grazie al contributo della dottoressa Valentina Fiscella che, con il suo lavoro di tesi sulle regionali siciliane del 2012, ha fornito i materiali per l'analisi.

Per i candidati alla Presidenza le attività di campagna prendono il via in largo anticipo rispetto all'apertura ufficiale dei comizi (Fig. 1), almeno per quei casi in cui vi era un accordo tra le formazioni politiche.

Nel caso di Musumeci¹⁰ osserviamo una campagna di accreditamento come unico candidato del centrodestra. Forte della sua lunga esperienza politica negli enti locali e al Parlamento Europeo, è un candidato tanto noto da permettersi una campagna insolita. Prima dell'ufficializzazione della candidatura le principali città siciliane vengono tappezzate da manifesti senza esplicito riferimento né a Musumeci né all'imminente campagna elettorale. Che si tratti di lui, è chiaro: la sagoma e il pizzetto sono accompagnate dallo slogan "*L'unico Pizzo che piace ai siciliani*" (Fig. 5). L'ufficializzazione della candidatura arriverà solo l'1 settembre dopo un paziente lavoro di riconciliazione che lo stesso Musumeci definirà "strada in salita ma vento a favore"¹¹. Al suo terzo tentativo per la Presidenza della Regione si presenta come il Governatore *in pectore*.

Prima di lui aveva formalizzato la candidatura, l'indipendentista sicilianista La Rosa che puntava ad essere la voce dei siciliani "stanchi di sentirsi colonizzati e defraudati"¹². Il comunicato arriva l'11 luglio anche se le attività si avvieranno solo il 28 agosto. Così come Grillo nel 2012, sceglie lo Stretto di Messina per far partire la sua campagna di mobilitazione. Questo sforzo non sarà premiato: il suo consenso si fermerà allo 0,72 % dei voti validi.

L'idea di una mobilitazione lunga caratterizza anche la campagna del M5S. Nel 2012 la necessità è acquisire visibilità. Fino all'arrivo di Grillo, il candidato Cancellieri era poco più che uno sconosciuto ai siciliani e solo la presenza del comico al suo fianco ne aumenta la popolarità. Nel 2017 l'inizio della campagna è anticipato rispetto all'apertura ufficiale dei comizi. Cancellieri non è più uno sconosciuto e l'allungamento dei tempi risponde a necessità diverse rispetto alla campagna precedente: una definizione dell'agenda dei temi e una proiezione verso il voto nazionale. Il nome di Cancellieri, come candidato alla presidenza del M5S, è scontato, ma anche per lui si svolgeranno delle consultazioni sul web, le cosiddette *Regionarie*. Le elezioni on line confermano un risultato prevedibile (51% per Cancellieri)¹³. Il 9 luglio avverrà l'investitura ufficiale nel corso di una manifestazione pubblica: a Palermo nella cornice del Castello a Mare "sarà Beppe Grillo ad annunciare il nome del candidato dei 5 Stelle alla Presidenza della Regione, qualche ora dopo la votazione on line degli iscritti al movimento. Lo farà insieme a Davide Casaleggio"¹⁴.

¹⁰ Per la sua campagna sono stati intervistati nel 2012 Luigi Pulvirenti il suo portavoce, nel 2017 l'addetto stampa Francesco Lamiani.

¹¹ Sabella, A. (2017) *Siamo la speranza dei siciliani. Asse Musumeci-Armao-Lagalla*, *LiveSicilia*, 1 settembre.

¹² Macaudo, A. (2017) *Parte la campagna di Siciliani Liberi La Rosa candidato Governatore*, *LiveSicilia*, 28 agosto.

¹³ Uno strascico giudiziario mette in dubbio la candidatura di Cancellieri che però viene autorizzato dai vertici romani del movimento a proseguire la corsa alla carica di Governatore della Sicilia: Mauro Giulivi, un attivista del M5S, presenta un ricorso al Tribunale di Palermo, che sospende l'esito delle votazioni sul web. Era stato escluso dalla competizione on-line per la scelta dei candidati per via di un procedimento disciplinare avviato nei suoi confronti. Vedi *M5S, la polemica dopo i voti. L'escluso presenta un ricorso*, *LiveSicilia*, 14 luglio 2017.

¹⁴ *Regione, ecco il candidato M5S. Lo annuncerà Beppe Grillo*, *Live Sicilia*, 24 maggio 2017.

Rispetto al 2012 - che possiamo ricordare per la traversata di Grillo e per la consacrazione di Cancellieri - il Movimento decide di costruire due differenti campagne elettorali, una successiva all'altra: dal 9 luglio al 28 agosto si realizza la prima che sarà contraddistinta dall'*hashtag* #aTuttaSicilia. Il movimento mostra il suo profilo istituzionale investendo sui tre politici - Di Maio, Di Battista e Cancellieri - che più degli altri sono considerati i volti del movimento nelle sedi parlamentari. Il M5S è pronto ad amministrare la Sicilia, ad uscire dalla sua fase "infantile" per entrare nell'età adulta del governo; dopo una breve pausa l'11 settembre avrà inizio la seconda campagna. Con *hashtag* #SceglieteilFuturo la strategia del Movimento cambia: la focalizzazione è adesso sulla figura di Cancellieri per farne un leader affidabile e "affabile".

Non tutte le candidature godono di questo lungo "slancio". Quelle della sinistra sono, in questo caso, travagliate e caratterizzate da brevi campagne.

La ricandidatura di Crocetta - apparentemente la scelta più naturale per il centro-sinistra siciliano - viene osteggiata dai principali partiti della coalizione. Solo 5 anni prima, nel 2012, la sua elezione aveva fatto parlare di ondata rivoluzionaria. Crocetta raccontava così la sua vittoria alla carica di Presidente dei siciliani: "Con la mia elezione credo che cambi veramente la storia di questo Paese, si è rotto un muro di gomma, per la prima volta è stato eletto un candidato del centrosinistra che ha scelto come valore fondante la lotta alla mafia. Credo che siano questi due elementi forti del cambiamento che dimostrano come in Sicilia, come dice anche Camilleri, sia entrata aria nuova e pulita"¹⁵. Trascorsi appena due anni di governo già le cronache giornalistiche raccontavano di una rivoluzione gattopardesca, dove tutto deve cambiare perché tutto resti come prima. Secondo Orlando quella che doveva essere la "Rivoluzione siciliana" si è rivelata "una discontinuità solo annunciata": "Crocetta ha agito in piena continuità con il passato, e tra un diluvio di conferenze stampa ed una carovana di annunci ci ha fatto dimenticare che tutto è tranne che il nuovo"¹⁶.

Noncurante di questa condizione, Crocetta aveva tentato di lanciare la sua campagna elettorale ad aprile con il sostegno di #RiparteSicilia¹⁷, un movimento da lui stesso fondato a febbraio dello stesso anno. A luglio i democratici bocciarono definitivamente la manovra di Crocetta aprendo la strada a nuovi candidati con alla base l'idea di una riproposizione della formula politica utilizzata da Orlando nelle Amministrative di Palermo. Questa sembra la strategia vincente per la segreteria del partito democratico che Rosato, capogruppo del PD alla Camera descrive così: "ci vuole discontinuità e l'eleganza di una coalizione ampia che prenda atto dell'esperienza che c'è stata e che parte proprio da Palermo, dalla capacità di Orlando di aggregare forze politiche, anche eterogenee per fare la stessa cosa alla Regione"¹⁸.

¹⁵ Elezioni Sicilia, vince Crocetta: è una rivoluzione Boom dell'astensionismo, tonfo del Pdl Il M5S è il primo partito, *Il Messaggero*, 29 ottobre 2012.

¹⁶ Brancato, R. (2014) *A proposito del governo Crocetta: la rivoluzione del Gattopardo*, *TempoStretto*, 7 settembre.

¹⁷ *La Sicilia al voto il 5 novembre: da Crocetta sgarbo al Pd, si candida con il suo movimento*, *Today*, 7 aprile 2017.

¹⁸ Cataldo, S. (2017) *Il Pd scarica Crocetta, fari su Grasso. Rosato: "Rosario, esperienza chiusa"*, *LiveSicilia*, 2 luglio.

Il candidato ideale sembra in una prima fase il Presidente del Senato Grasso, siciliano e al di fuori dei giochi regionali. Lui stesso, tuttavia, chiude rapidamente questa ipotesi per la Presidenza della Regione Siciliana, aprendo una lunga fase di pesante incertezza per il centro-sinistra che riguarda anche la composizione della stessa coalizione¹⁹. Le ipotesi in campo sono diverse a partire dal metodo per l'individuazione: primarie o summit tra le forze politiche in campo? A fine agosto finalmente il PD siciliano approda alla candidatura di Micari, Rettore dell'Università degli Studi di Palermo, fortemente voluta da Orlando e sostenuta da Renzi. Con grave ritardo rispetto a Cancellieri e Musumeci, l'8 settembre prende il via la campagna del candidato e del PD. La sua candidatura appare fin dall'inizio debolissima, per la progressiva perdita di supporti politici. Mancano i gruppi alla sinistra del partito democratico ma anche il supporto di Leoluca Orlando che lo aveva proposto. Quest'ultimo gli rimprovera di aver accettato di candidare nel listino personalità non in linea con il progetto iniziale: una grande alleanza tra il civismo e i territori. Viene meno anche l'appoggio di Crocetta che in un primo momento aveva messo da parte le sue velleità politiche per supportare il rettore, in quanto, per una sentenza del Tar, la sua lista a Messina viene esclusa. "Una sfida gentile" sarà lo slogan sui suoi manifesti, una parola d'ordine che riecheggia "*la force tranquille*" di Mitterrand²⁰.

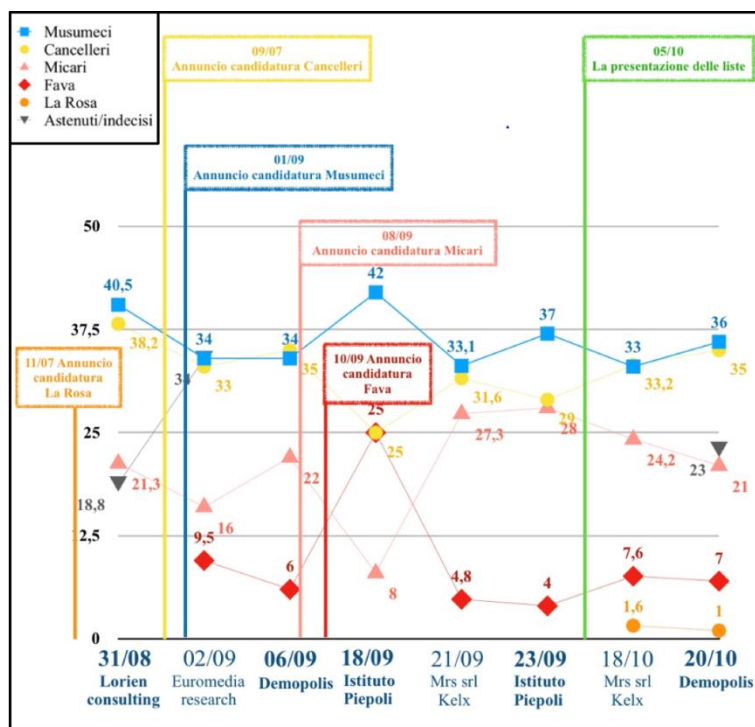
Qualche giorno più tardi di Micari partirà anche l'ultima campagna in ordine di tempo, quella di Fava, Vicepresidente della Commissione Antimafia al Parlamento Nazionale. La candidatura verrà ufficializzata il 10 settembre 2017, ad un'assemblea di formazioni di sinistra (Sinistra italiana, Mdp e Possibile) e di raggruppamenti della società civile. Nel 2012 anche la campagna elettorale di Giovanna Marano si era avviata in ritardo ma per un motivo diverso. Il cambio "in corsa" del candidato era stato necessario per via della incandidabilità di Claudio Fava, che non risiedeva in Sicilia come disposto dalla legge elettorale. Sempre sotto la bandiera di "Libera Sicilia", la Marano prenderà il suo posto non modificando in buona sostanza contenuti e slogan della campagna. Al centro della comunicazione di Fava il tema dell'antimafia, con uno dei due slogan che riprende quello utilizzato nel 2012: "Cento passi per la Sicilia" con un riferimento preciso ad una sua precedente pubblicazione (da cui trae origine l'omonimo film) e alla vicenda umana e politica di Peppino Impastato²¹.

¹⁹ Si ricorda lo strappo dai bersaniani, non disposti a sostenere un PD in coalizione con Alfano.

²⁰ Lo slogan fu coniato dal pubblicitario Séguéla che curava la strategia della comunicazione del candidato socialista in Francia nel 1981 e risulta essere l'ispirazione anche del team di comunicazione di Micari.

²¹ Il riferimento alla storia di Impastato suscita la reazione risentita del fratello "È chiaro a tutti il riferimento a un film con quel titolo, ma pure a mio fratello Peppino, alla nostra storia e alle lotte che nel nome di Peppino abbiamo condotto in questi 40 anni, spesso in grande solitudine, per salvarne la memoria e ottenere giustizia. Non possiamo non sottolineare che coloro che hanno avuto un ruolo importante in questo percorso non sono stati neppure informati". Vedi Puglisi, R. (2017) *Impastato, il fratello accusa Fava Ma di chi sono i 'cento passi'?* LiveSicilia, 26 settembre.

Fig.1 - Timeline della campagna e sondaggi politico elettorali



3. La struttura dei comitati e la professionalizzazione

I cinque anni mettono in luce un cambiamento di prospettiva rispetto alle campagne elettorali, cambiamenti che risultano ancora più evidenti nel caso di Giancarlo Cancelleri²² che nel 2012 può essere considerato – nonostante alcune esperienze locali – un *absolute beginner* in politica. L’approccio alla campagna del candidato grillino è profondamente cambiato anche se mantiene alcuni punti fermi nei due appuntamenti elettorali. Conferma la “non importanza” di una sede fisica per le attività del Movimento 5 stelle. Nonostante nel 2012 esistessero due comitati a Gela e Caltanissetta: “le assemblee, alla fine, venivano svolte ovunque dal bar alla cantina dell’attivista di turno²³”. Questa convinzione è presente anche nel 2017, nonostante vi sia una sede a Caltanissetta, un ex supermarket offerto in comodato gratuito e sfruttato principalmente nella parte finale della campagna²⁴.

Nel 2017 la struttura del comitato siciliano a sostegno di Cancelleri è, tuttavia, profondamente cambiata per una pluralità di motivi. Il ruolo dello staff di comunicazione nazionale si è ridotto ed è emersa la centralità di un gruppo di giovani professionisti, cresciuti affiancando il gruppo parlamentare regionale del M5S negli anni del governo Crocetta. La campagna locale non è più frutto dello spirito di iniziativa dei *MeetUp* ma coordinata da un responsabile²⁵ che cura le iniziative locali.

²² Nel 2012 è stata realizzata un’intervista al candidato mentre nel 2017 è stato intervistato l’addetto stampa Marco Benanti.

²³ Da un’intervista a Giancarlo Cancelleri nel 2012.

²⁴ Perlopiù venivano utilizzate le sedi dei *MeetUp* locali che servivano da base di appoggio nelle varie tappe del tour.

²⁵ Samuele Cutrera, un collaboratore del gruppo parlamentare all’Assemblea Regionale Siciliana.

Anche sul fronte della differenziazione delle funzioni avviene un cambiamento: nel 2012 esistevano delle aree di intervento che producevano una generica suddivisione dei compiti mentre cinque anni più tardi osserviamo la presenza di responsabili dei settori. Quelli individuati sono un'area legislativa con il compito di curare la stesura del programma coordinata da Claudia La Rocca, ex Deputato regionale, ora membro dello staff di Cancelleri; area coordinamento logistico delle iniziative elettorali, gestito da Luciano Zaami, dipendente del gruppo 5 stelle all'Ars; area comunicazione – la più importante tra tutte - che ha ben due responsabili di settore (il capo ufficio stampa Tony Gaudesi e Marco Benanti che gestisce i rapporti con la stampa nazionale ed internazionale) e un'agenzia che cura la pubblicità (*Dia Communication*); area web, con un supporto e con la supervisione della Casaleggio Associati che include tutta la gestione della comunicazione e che si articola in sub-aree²⁶.

Nel 2012 erano presenti alcuni dei professionisti impegnati nel 2017 ma una gran parte delle attività erano affidate ai volontari: Benanti, giornalista, era affiancato da un "gruppo redazione" composto da volontari; il web era gestito da attivisti volontari o dagli stessi candidati (Stefano Martellano, Livio Lombardo, Luciano Zaami, Sebastiano Intellisano e Giovanni De Caro, che metteva anche a disposizione il server per gli eventi). Questi volontari curavano il profilo *Facebook*, *Twitter*, il canale *Youtube* del candidato Presidente e il sito web del 5 Stelle Sicilia e, inoltre, con il supporto dei referenti provinciali che tramite i *MeetUp* mobilitavano gli attivisti locali, gestivano anche l'organizzazione degli eventi di campagna, i comizi, le feste, il volantaggio e i banchetti. Per quanto la gestione poteva sembrare "fatta in casa" in realtà era curata strategicamente e i volontari erano attivisti dotati di competenze specifiche nel settore comunicazione. Questo spiega la stabilizzazione di questi rapporti nel periodo postelektorale quando alcuni sono stati contrattualizzati dal gruppo parlamentare del movimento 5 Stelle.

Già a partire dal 2012 è radicale la scelta del web: a prescindere dalla necessità di mantenere il budget basso, il candidato predilige la piattaforma digitale per diffondere i messaggi. La pubblicità tradizionale (spot in tv, radio e annunci sui giornali) è pressoché assente, in parte per la presunta inutilità rispetto al voto e in parte per una forte diffidenza per i media tradizionali. Questo sentimento diffuso sta alla base anche della mancata commissione di sondaggi e dell'assenza di agenzie di consulenza esterne (a parte la Casaleggio). I simboli di questa campagna *low cost* sono molti e, fra tutti, anche la scelta della gestione dell'agenda degli eventi affidata nel 2012 ad Azzurra Cancelleri, sorella del candidato e futura Deputata alla Camera, supervisionata, nelle ultime due settimane di campagna, da Beppe Grillo. Il coordinamento dell'agenda sarà curato nel 2017 da una giovane contrattualizzata che ha lavorato per Cancelleri durante il mandato e che continua a farlo nell'attuale legislatura. Cambia anche il ruolo delle organizzazioni "altre" (associazioni, centri sociali, gruppi

²⁶ L'agenzia *Dia Communication* è il web designer che si occupa del sito personale di Cancelleri; Luciano Zaami è responsabile del sito Movimento 5 Stelle Sicilia; Samuele Cutrera, gestisce le pagine *Facebook*; un collaboratore personale di Luigi Di Maio cura *Instagram*.

sportivi, organizzazioni di categoria): da informale (2012) diventa esplicito, come testimonia ad esempio il “Patto del gambero”²⁷. I *MeetUp* rimangono centrali per il loro supporto sul territorio e per le risorse umane e materiali messe a disposizione del candidato.

Il confronto delle strutture di mobilitazione²⁸ nelle campagne di Giovanna Marano (2012) e Claudio Fava (2017) è possibile – anche se con molte cautele – in ragione della vicenda che abbiamo richiamato. L’approccio alla campagna 2012 è ben descritto da Giovanna Regalbuto: “Libera Sicilia non è un partito ma un comitato costituito da volontari che, mettendo a disposizione le loro competenze e attitudini, si impegnarono nella campagna elettorale”. Il modello è quello dell’esperto-militante con un’organizzazione che prevede alcune distinte aree di intervento (anche se con qualche sovrapposizione). Il comitato aveva individuato: un mandatario (Claudio Fava che in caso di vittoria della Marano sarebbe diventato Vicepresidente), un’area di rapporti con la stampa (Giovanna Perrotta), un’area comunicazione (Fava, Salici e Navarra, esperti di comunicazione). La gestione del web (grafica, *Facebook*, *Twitter*, canale *Youtube* e la piattaforma *liquid feedback*) era curata dal comitato “Libera Sicilia 2012” di Roma che, nell’ultima settimana di campagna, mandò il giornalista Giorgio Giorgi ad occuparsi delle piattaforme internet. La gestione dell’agenda del candidato affidata a Massimo Blandini per Claudio Fava ed a Johnny Ricotta e Celeste Costantino per Giovanna Marano; l’organizzazione degli eventi, la raccolta fondi e le manifestazioni di autofinanziamento gestite dai comitati locali, senza alcun apporto esterno legato ad agenzie o consulenti, neppure per la commissione di sondaggi.

Nel 2017 Fava si lascia alle spalle questo modello di campagna e si affida - non senza dubbi - a *Strategica* un’agenzia di comunicazione integrata che curerà la grafica di campagna (manifesti, santini, pieghevoli con il programma, gli slogan), la pubblicità e la comunicazione. A premessa della sua intervista il direttore di *Strategica* Carlo Ramo²⁹ racconta un simpatico scambio di battute³⁰ attraverso cui è stato possibile cogliere gli obiettivi di campagna e l’utilità del ricorso a competenze esterne per la comunicazione di un candidato come Fava. Ramo ammette che l’approccio alla comunicazione del candidato è scadente e che occorre lavorare moltissimo sul suo profilo. Lo ritiene antipatico al pubblico, non in grado di ascoltare i consigli e per niente un uomo da comizio. Il suo linguaggio, troppo curato e forbito, “non arriva al cuore della gente. Non riesce a calarsi nel focus del suo elettorato”. Per Ramo, l’obiettivo di campagna non è vincere ma “contarsi” e preparare il terreno per le nazionali. Bisogna occupare uno spazio politico che si contrappone tanto alla destra quanto alla sinistra del Partito Democratico. È una campagna corta e con scarse risorse, bisogna quindi

²⁷ *Cancelleri incontra i pescatori di Trapani e sigla il ‘patto del gambero’: Non saranno più abbandonati*, su <https://www.blogsicilia.it>

²⁸ La campagna elettorale di Giovanna Marano è stata descritta da Giovanna Regalbuto responsabile del comitato elettorale di Catania. Nel 2017 per il candidato Claudio Fava sono stati intervistati il portavoce Sergio Lima e il consulente Carlo Ramo dell’agenzia di comunicazione *Strategica*.

²⁹ Carlo Ramo è un esperto di comunicazione con una carriera trentennale alle spalle.

³⁰ Dice Ramo: “con lei abbiamo un problema, è antipatico!” e Fava risponde: “Non sempre”. Carlo Ramo a sua volta: “Non sempre ma spesso”.

concentrarsi sull'obiettivo, ovvero far parlare la stampa della lista e "rubare spazio ai competitors".

Accanto a Carlo Ramo, troviamo un'altra figura importante della campagna: Sergio Lima. È lui ad occuparsi della parte organizzativa: cura l'agenda del candidato, funge da coordinatore dei volontari, svolge il ruolo di portavoce. Alessia Rotolo è il capo Ufficio Stampa. Entrambi poi curano i profili *social* del candidato.

La struttura organizzativa dispone di comitati elettorali provinciali, collocati nelle sedi dei partiti e delle organizzazioni che supportano Claudio Fava. Esistono, tuttavia, due comitati elettorali più importanti: uno a Palermo (ex sede del comitato elettorale di Ferrandelli³¹) ed uno a Catania. Lima sottolinea la scelta precisa dei materiali per arredare le due sedi. A Catania, ad esempio, la sede è un ambiente luminoso costruito con materiali di riciclo in cui vengono realizzati incontri tematici su ambiente e rifiuti.

Nel 2012 gli appoggi esterni alla candidatura arrivavano tramite il sito web di Libera Sicilia 2012: "tramite la sezione 'Ci metto la faccia' era possibile appoggiare la lista di Giovanna Marano. Tanti erano gli *endorsements* tra i personaggi noti: Franco Battiato, Giuseppe Fiorello, Leo Gullotta e Nino Frassica". Nel 2017 invece non vi è uno strumento predisposto per questo scopo e l'appoggio alla lista arrivò soltanto da un famoso attore messinese. Non vi è inoltre, né per la prima né per la seconda tornata, l'appoggio e il sostegno diretto da parte di associazioni. Nel 2012 il supporto dei volontari - giovani con un'età media di 28 anni - era indistinto e riguarda tutti gli aspetti della campagna, nel 2017 è relativo agli allestimenti delle sale stampa, al volantinaggio, ai banchetti e all'organizzazione delle feste.

Musumeci mette in gioco per entrambe le campagne uomini politici di esperienza (alcuni a lui personalmente legati) e attiva strutture già stabilmente operative: la rete di *#DiventeraBellissima* e la sua segreteria personale. In entrambe le campagne elettorali vengono istituite due sedi operative del suo comitato, una a Palermo e una a Catania³². Il loro ruolo è complessivamente residuale poiché, come riferisce Lamiani "il cuore pulsante della campagna era la macchina di Musumeci", dove il Presidente stabiliva con i suoi più diretti collaboratori le strategie per la campagna. In ogni provincia vi è un responsabile per ogni partito a supporto della candidatura.

Siamo in presenza di team con una precisa segmentazione dei compiti e le aree d'intervento sono attribuite a responsabili. Notevole è in entrambi i casi il ricorso ad agenzie e consulenti esterni, anche se il rapporto con questi ultimi è di continua contrattazione. Il candidato pone dei paletti all'ideazione della campagna sentendosi esso stesso un esperto in quanto ex-giornalista. Nonostante ciò, non diminuisce il ruolo dei professionisti la cui opera rimane essenziale sia nel 2012 che nel 2017.

³¹ Ex deputato della Regione Siciliana, nonché candidato Sindaco alle amministrative di Palermo del 2012 e del 2017.

³² La sede di Catania è la storica segreteria di Via Caronda.

Nel dettaglio ritroviamo nel 2012: il mandatario Rocco Crimi; il giornalista Luigi Pulvirenti capo ufficio stampa, contrattualizzato; Marco Piras, consulente esterno, per la gestione del sito web; l'area comunicazione e la pubblicità affidata a Dario Tosini e alla sua agenzia *DRT*; i sondaggi commissionati all'agenzia demoscopica *Demopolis*; l'agenda del candidato a Patrizia De Luca e Alessia Trombino, le segretarie personali dell'On. Musumeci; l'organizzazione degli eventi, la raccolta fondi e la gestione del mailing attivo e passivo, per lo più curata dalle strutture locali di partito che operavano attraverso l'ausilio dei volontari, quest'ultimi impegnati anche in banchetti, feste e cene. Nel 2017 l'ufficio stampa e i rapporti con la stampa sono gestiti da Francesco Lamiani; la comunicazione è affidata al consulente Gianluca Giansante che idea il manifesto con lo slogan "l'unico pizzo che piace ai siciliani" e all'agenzia *Reattiva* di Andrea Sasso che ha curato la grafica, la pubblicità e che svolge il ruolo di web designer; Tony Siino, consulente esterno contrattualizzato, cura i *social media*; gli eventi sono per lo più gestiti dall'organizzazione di *#DiventeraBellissima* che opera con le proprie risorse; la raccolta fondi è promossa da una persona di fiducia di Musumeci; inoltre, i sondaggi sono commissionati ad agenzie esterne.

Anche la campagna di Micari mostra l'intervento di consulenti che si muovono in un perimetro strettissimo di tempo e di risorse, condizionati dalla scelta del candidato di non mettere a fuoco i suoi veri punti di forza.

Poche erano le risorse economiche e molte le difficoltà a creare eventi condivisi tra i candidati delle liste in suo supporto, fu una campagna cortissima, avevamo appena un mese e mezzo e questo ha giocato un ruolo determinante per la sconfitta. Se avessimo avuto più tempo probabilmente saremmo riusciti farlo conoscere ai siciliani. Micari avrebbe potuto essere il candidato del cambiamento, era l'unico veramente nuovo. Avremmo potuto investire sul suo profilo professionale, ma per farlo avrebbe dovuto sganciarsi dal rapporto con i partiti e magari sviluppare un profilo critico nei confronti del governo Crocetta. Per quanto Micari non si sia mai fatto "fotografare" con lui, nel corso della sua campagna elettorale, si affiancava a dinosauri della politica³³.

Nel ridotto tempo a disposizione, l'obiettivo della campagna è quello di dare a Micari quella visibilità di cui non dispone: gode di una buona immagine ed è conosciuto nei ristretti ambiti accademici e a Palermo. Lo slogan di campagna "La sfida gentile" che rievoca per lo stesso significato "La force tranquille" di Mitterand racconta la personalità di Micari: una persona mite, pacata ed onesta (Fig. 2). Due sono le strategie adottate: una massiccia cartellonistica in tutte le province e l'uso dei *social network* e della tv.

³³ L'intervista è resa da Simone Di Stefano, consulente di comunicazione, che aveva lavorato anche con Davide Faraone.

Fig.2 - Slogan e i manifesti a confronto: Fabrizio Micari e Francois Mitterrand



Il team che gestisce la campagna si costituisce con vistoso ritardo e si basa per lo più sulla segreteria regionale e sulla rete degli eletti del Partito Democratico, riconducibili principalmente a Renzi o ad Orlando. Vi sono due principali sedi, una a Catania ed una a Palermo, nella struttura dell'associazione "Cambiamenti" di Faraone.

Per la gestione della campagna elettorale "il gruppo ha lavorato come una squadra" con riunioni di staff giornaliere. C'è una divisione per aree d'intervento con la presenza di responsabili: Riccardo Polizzi, commercialista, svolge le funzioni di mandatario da volontario; ad occuparsi del coordinamento della campagna e della raccolta fondi a Catania e Palermo è Giovanni Di Salvo, l'avvocato di fiducia di Micari che presta il suo servizio gratuitamente; il *web designer* di campagna è Francesca Passantino, contrattualizzata, che offre una consulenza limitata; Simone Di Stefano, il consulente politico di Faraone, oltre a definire il piano di comunicazione della campagna, cura la pubblicità; il responsabile della gestione dei *social network* è Alessio De Giorgi, *Social Media Manager* contrattualizzato affiancato dalla professionista Serena Tudisco; l'agenzia di comunicazione *Proforma* si occupa della sponsorizzazione e della gestione del budget; Francesca Bertè, collaboratrice del gruppo parlamentare del PD all'ARS, gestisce i media tradizionali; un altro collaboratore del gruppo svolge le mansioni da *speechwriter*; all'agenzia di consulenza *Quorum/YouTrend* sono commissionati i sondaggi; infine, Francesco Venezia, già suo collaboratore all'Università, si occupa dell'agenda. L'apporto delle organizzazioni di partito è limitato per le divisioni interne del Partito Democratico. Si segnala, in termini di supporto volontario, l'aiuto di associazioni giovanili e studentesche di Palermo.

4. I temi della campagna elettorale

L'allungamento dei tempi della campagna elettorale non contribuisce a costruire una campagna su temi divisivi - pur presenti nei programmi elettorali nel 2012 e nel 2017 - ma ne accentua esclusivamente la dimensione conflittuale.

Le agende delle due campagne elettorali sono molto diverse anche in relazione alla storia personale dei candidati alla presidenza. Un caso particolarmente significativo è quello di Giancarlo Cancellieri che nel 2012 presentava un programma aderente alle 5 stelle del movimento: 1. Tagli ai costi della politica; 2. Rifiuti; 3. Acqua; 4. Turismo (rilancio dei distretti); 5. Lavoro. Nel 2017, dopo 5 anni di legislatura, il registro è profondamente

cambiato: Cancelleri personalizza il suo programma focalizzando la sua attenzione sui temi legati al territorio siciliano e al suo sviluppo, anche in ragione di un'esperienza parlamentare quinquennale. L'aspetto più rilevante è la capacità del M5S di dettare l'agenda della campagna, per una lunga fase, grazie a due temi, ambedue legati al processo elettorale. I due *hashtag* che dominano la copertura dei media sono *#iovotolibero* ed *#impresentabili*: il primo evoca la possibilità di operazioni elettorali irregolari a discapito del M5S e chiama in causa il Ministro degli interni Minniti, mettendo in evidenza la sua inerzia rispetto al problema; il secondo *hashtag* evidenzia la presenza di candidati "impresentabili" nelle liste del centrodestra.

L'effetto della seconda di queste campagne è rilevante ai fini del risultato elettorale. Permette al M5S di spostare l'attenzione su temi più vicini alla sua storia ma soprattutto di incrinare l'immagine di Musumeci di uomo irreprensibile e non incline a mediazioni. Nei fatti, la presentazione ufficiale delle candidature (5 ottobre) produce un mutamento del quadro: i sondaggi rilevano una riduzione della credibilità nel candidato Musumeci. Anche se non modifica radicalmente il suo consenso, Cancelleri esce rafforzato da un complessivo riequilibrio della forza dei contendenti (Fig. 1).

Anche la funzione degli slogan evolve: nel 2012 "cambia volto" agiva emozionalmente evocando il tema classico del movimento "votate per voi", perché "votare per un candidato del 5 stelle equivaleva a votare per loro stessi" considerato che gli eletti avrebbero semplicemente avuto il ruolo di portavoce dentro le istituzioni; nel 2017 *#aTuttaSicilia* e *#sceglieteilfuturo* hanno il solo scopo di promuovere i tour di campagna (Fig. 3).

Cancelleri evidenzia le modalità di costruzione partecipata del programma che riadatta i temi nazionali al contesto regionale. Nel 2012, per accogliere le proposte e i suggerimenti dei cittadini, il M5S utilizzava la piattaforma *liquidfeedback*; nel 2017 indice l'evento *I-day*³⁴.

La campagna di Fava rimane saldamente legata al tema dell'antimafia e della legalità. Uno dei due slogan riprende quello utilizzato nel 2012 da Giovanna Marano: "Cento passi per la Sicilia" ed è, al tempo stesso, un programma, il filo conduttore della campagna e il *leitmotiv* dei discorsi di Fava. Come ricorda Sergio Lima, i 60/70 comizi della campagna elettorale del 2017 avevano uno "sfondo" legato all'antimafia: per scelta del candidato erano state individuate le piazze di luoghi simbolici come Corleone, Castelvetro, San Cristoforo a Catania. I temi dell'integrità morale e dell'onestà sono ricorrenti, tanto da diventare anche il secondo slogan. Quest'ultimo, ideato da Carlo Ramo nel 2017, è un paradosso e allo stesso tempo un ossimoro. Esso affianca il termine "scandalosamente" con tre diversi aggettivi: "onesto", "coerente" e "libero" (Fig. 4).

³⁴ L'*I-day* si svolge dall'11 febbraio al 12 marzo 2017 in 150 piazze siciliane. I cittadini dell'isola avrebbero avuto la possibilità di incontrare i leader del Movimento e di presentare le loro proposte per il governo regionale. In più occasioni Cancelleri svilupperà l'idea che "i veri *stakeholders* di questa regione non sono solo i luminari, ma anche e soprattutto i cittadini che spesso hanno idee più semplici e attuabili su come risolvere i problemi di questa terra" Vedi www.sicilia5stelle.it

Il team di Fava è consapevole che la lotta alla mafia “non raccoglie molti consensi” e “pesca nello stesso bacino di altri candidati alla Presidenza della Regione” sottolineando che “l’antimafia non risolve la crisi economica...”³⁵. Caro ad entrambi i candidati è il tema dell’ambiente. Anche se risulta come rilevante per i Cinque Stelle, solo Fava e Marano ne fanno un tratto distintivo che si riflette anche nelle scelte dei materiali di campagna: poca carta e più web con un modello economico che fa proprie la qualità della vita, la sostenibilità ed il riciclo. Nel 2012 la sindacalista Marano punta anche su un nuovo modello di welfare (meno assistenziale e più selettivo), su un rafforzamento della sanità che passi da una territorializzazione dei servizi e sull’introduzione del reddito minimo a livello regionale.

Le differenze sono probabilmente da attribuire a diverse modalità di costruzione del programma: nel 2012 prevedeva la partecipazione dei cittadini con la piattaforma *liquidfeedback*, nel 2017 una modalità più centralizzata con la gestione diretta di Claudio Fava³⁶.

La continuità dei temi è presente anche nella campagna di Musumeci: interventi strutturali, snellimento della burocrazia, riforma della sanità, restituzione delle risorse ai comuni (ricordiamo la lunga esperienza negli enti locali) e, per le isole minori l’istituzione di un assessorato e interventi strutturali che le rendano autonome energicamente. Specie nel 2017 è costruito cercando di rafforzare i momenti di condivisione con i partiti alleati: alle riunioni venivano individuate le tematiche, si coinvolgevano gli stakeholder e si definivano le linee programmatiche. A ben vedere la campagna si concentra sul candidato: sulla capacità di saper intervenire sui problemi e sulla sua affidabilità. La strategia prevalente prescinde dai temi specifici e punta a “vendere” il candidato che viene considerato il vero valore aggiunto. Non bisogna dimenticare anche la visione piena di speranze per la Sicilia che Musumeci contrappone a quella del M5S: il suo mantra nel 2017 è “dobbiamo fare vincere il partito della speranza e non quello della disperazione”.

Anche Micari sposa “la speranza” nel futuro, incentrando la campagna sui giovani e sul lavoro: vuole invertire la fuga dei cervelli, non sprecare i sacrifici fatti da famiglie ed atenei siciliani per formare questi giovani che, terminati gli studi, vanno via non riuscendo a trovare un lavoro che rispecchi le loro ambizioni.

Il candidato, tuttavia, è fortemente vincolato dalla presenza di una coalizione litigiosa: la ricerca dell’equilibrio limita gli spazi di azione (e specialmente le critiche al governo in carica) impedendo a Micari di emergere come il vero neofita della politica.

³⁵ Intervista a Carlo Ramo.

³⁶ Viene attivata una forma di *e-democracy* con la formazione di gruppi *Gmail*. Con l’aiuto di facilitatori, i partecipanti realizzarono delle scritture condivise per strutturare alcuni punti del programma tra i quali la riflessione sui beni comuni.

Fig.3 - Slogan e i manifesti a confronto: Giancarlo Cancelleri 2012 vs 2017



Fig.4 - Slogan e i manifesti a confronto: Giovanna Marano e Claudio Fava 2012 vs 2017



Fig.5 - Slogan e i manifesti a confronto: Nello Musumeci 2012 vs 2017



5. Tra il web e la piazza: a che punto è la digitalizzazione delle campagne elettorali

In cinque anni l'ecosistema della comunicazione è cambiato in Sicilia. La crisi della carta stampata si è aggravata con una riduzione delle redazioni giornalistiche tradizionali e con una contemporanea crescita di testate online (*LiveSicilia*, *Meridionews*, ecc.) che hanno in parte colmato questo vuoto dell'informazione. Poco è rimasto anche di un tessuto di televisioni private e di radio che producevano informazione per piccole e medie città. La lenta desertificazione è avvenuta non senza conseguenze per la sfera pubblica: sono state sacrificate professionalità, sono stati archiviati format elettorali interessanti, si sono ridotti gli spazi pubblici di confronto. La piattaforma digitale ha in parte compensato questo vuoto ma pregiudicando il coinvolgimento di alcuni segmenti sociali: i più anziani e i meno istruiti.

Nell'era delle campagne post-moderne, chi voglia raggiungere l'elettorato deve sapere che non esiste uno strumento di comunicazione buono per tutti i segmenti, né un format adatto per tutte le età. La presunta contrapposizione tra web e comunicazione diretta, ad esempio, non esiste se l'ottica è quella di trovare uno strumento adeguato in presenza di una elevatissima segmentazione degli elettorati e di una crisi dei media *legacy*. Comunicazione "faccia a faccia" e web sembrano due strumenti appartenenti a due epoche storiche differenti, separati da una lunga fase dominata dalla televisione e dai giornali. In effetti si tratta di due modalità che nascondono un approccio simile alla campagna elettorale ossia una mobilitazione che trova un suo fondamento nell'attivazione dei singoli e nel loro coinvolgimento. Come vedremo in queste campagne, la piattaforma digitale non sopprime la piazza ma ne moltiplica le potenzialità. La sintesi tra web e piazza assume tuttavia delle forme diverse in ragione delle esperienze politiche e delle sensibilità dei candidati e fa parte delle retoriche utilizzate nella campagna elettorale. Le attività sul territorio (a prescindere dal loro concreto dispiegarsi) sono utilizzate per evidenziare l'interesse per i problemi degli elettori, caricando di elementi valoriali le operazioni di mobilitazione.

Lo studio delle campagne mostra che dietro le stesse etichette possano nascondersi pratiche anche molto differenti. È esemplificativo il caso M5S: Cancelleri racconta che, nel 2012, eccezion fatta per quelli in cui vi era Grillo, i comizi non si svolgevano sul palco. Durante i comizi "Si stava tra la gente, in modo da stare tutti su uno stesso livello, inoltre almeno mezz'ora del comizio era svolto a microfono aperto". Ciascun cittadino aveva la possibilità di prendere la parola e fare domande ai candidati. Le prime domande arrivavano "dagli attivisti con cui ci si accordava prima del comizio sui temi da affrontare e sui principali problemi locali". Nel 2017 Cancelleri è ormai noto ai più e la presenza di Luigi Di Maio e Di Battista rende il tutto più istituzionale. I comizi (adesso per lo più da un palco) sono quelli di un aspirante Governatore di cui la gente poteva fidarsi: competente sui temi e consapevole dei problemi della Sicilia. Nel 2017 "fare campagna" diventa l'occasione per incontrare senza filtri istituzionali gli elettori. Il tono è trionfale anche sui giornali "Il tour è partito: due big del calibro di Luigi Di Maio e Alessandro Di Battista a sfidare la colonnina di mercurio per le

infuocate strade di Sicilia, un pulmino elettrico con tanto di Trinacria e sedici tappe da percorrere in cerca di Palazzo d'Orleans"³⁷. Le differenze con il 2012 sono evidenti. Adesso il M5S mostra il suo profilo istituzionale: i tre rappresentano il M5S nelle istituzioni e le istituzioni sono adesso da riformare e non da abbattere. I tre girano in lungo e in largo la Sicilia (50 città in meno di venti giorni: grandi comuni ma anche piccole realtà come Gallodoro o Pedagaggi). La storia che questi giovani politici raccontano sui *social network* - tra un bagno al mare, un ombrellone ed un gelato - è una Sicilia positiva, fatta di storie di persone che ce l'hanno fatta mettendo in piedi una piccola azienda o una *startup*, di coloro che faticano per andare avanti come i pescatori o i produttori di "eccellenze alimentari" come i dolci e l'uva. La critica alle istituzioni politiche è presente ma, secondo lo stesso Cancellieri, la Regione è riformabile e può diventare "una struttura produttiva". Il candidato rivendica la centralità degli incontri con le categorie di lavoratori e la comunicazione diretta con i cittadini, una strategia che differenzerebbe il movimento dagli altri concorrenti che per vincere puntano maggiormente sulla "ramificazione politica territoriale", su comizi tradizionali e meno sul contatto diretto.

La ricerca di un contatto diretto con gli elettori è presente nella campagna di tutti i candidati nel 2017 ma non sempre con le modalità tradizionali del "porta a porta" (intendiamo passeggiate nei mercati e nelle vie cittadine). Micari si accompagna a Leoluca Orlando per giri nei mercati poche volte e lo stesso può dirsi di Fava (medi centri in 5/6 diverse occasioni). Tuttavia anche nelle campagne Marano-Fava, la comunicazione diretta è fondamentale: più che le piazze, sono privilegiati quei luoghi dove è possibile interloquire con segmenti omogenei di elettorato che esprimono esigenze precise. Claudio Fava, in particolare, organizza incontri con gruppi generalmente vicini alle formazioni di sinistra: reti di studenti per il diritto allo studio, comitati di insegnanti precari, associazioni ambientaliste (Legambiente, comitati contro le discariche), forum del terzo settore, sindacati e comunità LGBT. Secondo Lima, questo risponde ad una scelta strategica precisa di Fava che punta al voto d'opinione. Quest'ultimo risulta coerente con la scelta di precisi "asset di riferimento" come "beni comuni, ambiente, antimafia e cultura" e sulla scelta di concentrare la campagna sulle tre maggiori aree urbane della Sicilia (Catania, Palermo e Messina) dove quel tipo di voto sarebbe più ampio.

I media tradizionali hanno avuto un ruolo molto marginale per entrambi i candidati (forse anche per un problema di budget) mentre maggiore attenzione viene riservata alla rete: la Marano affidava la gestione a Libera Sicilia 2012 di Roma che ha prodotto una campagna più interattiva ed intensa mentre Claudio Fava utilizza la piattaforma digitale in senso più "arcaico" limitandosi a proporre una raccolta fondi e offrendo la rassegna stampa dei principali eventi della campagna. Su *Facebook* si limita a pubblicare "pillole" su temi come istruzione, lavoro, trasporti e rifiuti con risultati modesti in termini di interazioni.

³⁷ Di Cataldo, S. (2017) *M5S alla conquista della Sicilia. Così la caccia ai piccoli Di Matteo*, *Live Sicilia*, 8 Agosto.

Anche le feste sono un luogo d'incontro privilegiato come nel 2012. Fava e Musumeci sono coinvolti in feste di finanziamento. Cancelleri, insieme agli altri esponenti del M5S, organizzava incontri conviviali con i cittadini-elettori: un aperitivo ecologico, in cui viene utilizzato solo materiale riciclabile, musica dal vivo con gruppi locali. Nel 2017 il "portavoce che ti serve" è un giro pizza nel quale il Deputato regionale serve al tavolo dei commensali. Si tratta di un gioco di parole con un efficace doppio senso: oltre a servirti la pizza, il candidato ti serve dentro le istituzioni per dare voce alle tue istanze.

La retorica del valore della comunicazione diretta è presente anche nelle parole di Musumeci: comizi, riunioni con categorie e centinaia e centinaia di micro incontri al bar, per strada, in contesti informali dove il candidato stringe mani e non si sottrae al dialogo. Lamiani, racconta la lunga campagna del 2017:

Abbiamo consumato la suola delle scarpe e visitato tutti i comuni siciliani dal piccolo al grande centro. Passavamo tanto tempo in macchina per spostarci da un luogo all'altro ed era questo il momento ideale per le riunioni. Abbiamo parlato con il barbiere, la perpetua, il capitano dei carabinieri e tutte quelle figure locali che nel passa parola fanno la differenza.

Anche nel 2012 il tour è stato lungo. Pulvirenti ricorda che furono toccati ben 280 comuni siciliani, alcuni di poche centinaia di abitanti e lo stesso avvenne nel 2017. I dati elettorali confermano la lettura di Lamiani "Musumeci vince nei piccoli centri [...] La strategia di attivare le reti tradizionali e la campagna lunga ha dato al candidato la possibilità di visitare anche i più piccoli e sperduti centri della Sicilia". Per quanto Musumeci riconosca l'importanza di veicolare i messaggi anche attraverso i nuovi strumenti di comunicazione, al primo posto, nella sua gestione strategica della campagna, mette sempre la comunicazione diretta e la televisione, con un ulteriore rafforzamento rispetto al 2012. Per Musumeci restano fondamentali i comizi di cui resta sempre "un maestro" anche per i consulenti dei concorrenti, anche se nel 2017 incrementa le attività che prevedono l'incontro diretto con gli elettori (banchetti, volantinaggio, feste, porta a porta). La sua retorica e la capacità di adattarsi al suo interlocutore sono i suoi principali punti di forza.

Musumeci riserva grande attenzione anche alla comunicazione sui media tradizionali (tv-radio-giornali). Si può dire che sia l'unico che continua ad investire molto sulla carta stampata attraverso l'acquisto di spazi sui giornali (ricordiamo nel 2012 anche la "lettera agli elettori"). Per la tv sono creati degli *spots* da *Video Makers* esperti. Tra questi è interessante ricordare quello del 2012 - "Mi presento" - trasmesso nella fase iniziale della campagna, che poi si tradusse in "Mi impegno"; infine la comunicazione sui *social network*, con i quali si evidenzia anche la modernizzazione del candidato che, nonostante sia un politico "di vecchio stampo" che ama il modo tradizionale di fare campagna elettorale, non trascura l'uso della rete già nel 2012: oltre l'uso del canale *Youtube*, *Facebook*, *Twitter* ed *Instagram* (già

presente nel 2012, quando ancora non era uno strumento diffuso), Musumeci utilizzava *Flickr* e *Google Place*. La pubblicità sui *social network* era costruita *ad hoc* e mirava a proporre il candidato come una novità assoluta. Lo slogan di campagna compariva su 40/60 siti web attraverso banner pubblicitari, specie nell'ultima settimana di campagna, con una grande attenzione ai pubblici di riferimento.

Quella di Micari si configura come una campagna in "salita" dove tutti sono impegnati a limitare i danni. Limitata la pubblicità a pagamento sui quotidiani per problemi di budget, Micari sfrutta tutti gli spazi gratuiti. Coglie gli inviti dei programmi televisivi: va a Piazza Pulita e accetta l'invito di Lucia Annunziata a "In mezz'ora". Di Stefano ricorda che non si è dato grande peso alla comunicazione diretta, ma solo per mancanza di tempo: pochi comizi, generalmente nei grandi centri oltre che diversi incontri con categorie.

La strategia di utilizzo dei *social* e specialmente di *Instagram* assolve una serie di funzioni che i tradizionali siti web dei cinque candidati non riescono a sviluppare.

Oltre a diventare uno strumento di forte personalizzazione del messaggio come vedremo nel paragrafo successivo, *Instagram* (la vera novità del 2017) è lo spazio pubblico che serve più per esporre alleanze ed *endorsements* che ad evidenziare punti programmatici, più per mostrare vicinanza ai problemi di piccole comunità che pragmatiche soluzioni alle questioni. È un fiorire di incontri: Cancelleri sente gli albergatori, sale nelle barche dei pescatori e firma con loro il "patto del gambero"; Micari corre da Pif per firmare il "patto per i disabili", incontra imprenditori delle conserve, dei gelati, del tessile e dei rifiuti industriali e si rapporta con alcune associazioni di categoria; Musumeci sceglie i floricoltori, i produttori di olio e alcune associazioni di categoria come Ugl, Cisl e Coldiretti. In questa rappresentazione della rete di sostegno, Musumeci accentua il profilo istituzionale di presidente *in pectore*, interloquendo con gli amministratori locali come affidabile punto di riferimento. Le foto rappresentano nel suo caso più gli eventi riusciti (specie incontri al chiuso) che momenti della relazione con i sostenitori (non mancano tuttavia i *selfies* con i militanti). Fava rappresenta gli interlocutori privilegiati della campagna che sono i giovani (e il diritto allo studio) e il mondo della scuola e si serve della piattaforma per annunciare eventi in agenda.

Facebook assolve funzioni indispensabili per la mobilitazione e per la documentazione degli eventi, in quest'ultimo caso soppiantando *Youtube* che nel 2012 conteneva i principali eventi di campagna. È sicuramente la piattaforma *social* preferita dai candidati alla Presidenza e mantiene il suo carattere di strumento *pull* grazie al quale la comunicazione arriva sulla base di una decisione (anche se con limitata consapevolezza) del singolo individuo. È la rete individuale di relazioni che determina il tipo di informazione e la probabilità di entrare in contatto con i messaggi dei candidati o con quelli dei loro oppositori.

Il *live streaming* - utilizzato specie da Cancelleri e Musumeci - amplifica la portata di eventi locali, allargando la potenziale platea di soggetti coinvolti e conseguentemente la

visibilità del candidato. L'attenzione sul candidato³⁸ viene tenuta costante attraverso un resoconto delle principali tappe della campagna che è percepita nella sua complessità e nella sua fatica giornaliera. I messaggi dei candidati annunciano anche gli eventi a venire, sollecitando la partecipazione sul territorio o la visione delle dirette. Entrando in contatto *live* con chi segue lo *streaming*, il candidato personalizza il rapporto con l'elettore: lo mette in primo piano nelle dirette, ascolta le sue opinioni e i suoi suggerimenti o semplicemente lo ringrazia per il sostegno alla sua candidatura. Dall'altra parte la promozione di un evento attraverso una diretta *Facebook*³⁹ fa aumentare il tasso di coinvolgimento degli utenti: la posizione del *supporter* è a suo modo privilegiata perché consente (apparentemente) di "sbirciare dietro le quinte" osservando da vicino i politici prima e dopo l'inizio ufficiale di un grande evento.

I grandi eventi "oceanici", tuttavia, se togliamo i comizi negli ultimi giorni di campagna elettorale, sono veramente pochi se comparati a quelli del 2012: limitata la presenza dei leader nazionali e brevi i loro tour. La campagna dei candidati va avanti a tappe forzate con 10/15 eventi al giorno nell'ultima settimana di campagna elettorale. Se tutti dissimulano la fatica, Cancellieri⁴⁰ evidenzia la necessità e la doverosità di quello sforzo: "se potessimo raggiungere tutti i siciliani ad uno ad uno, per spiegare loro quanto è importante tornare a votare e credere che un cambiamento sia possibile, lo faremmo [...] Siamo in giro da mesi e da anni".

6. La Personalizzazione nelle immagini della campagna

La personalizzazione appare un tratto distintivo delle campagne elettorali specie in un contesto caratterizzato da una profonda destrutturazione del sistema dei partiti (maggiore rispetto al resto dell'Italia) e con un "cambio di casacca" frequente, specie nelle sedi parlamentari (Sampugnaro 2004; Chiaramonte e Emanuele 2014). Se consideriamo l'aspetto della personalizzazione del voto, storicamente è un contesto dove si afferma un legame particolaristico tra elettore ed eletto che si esprime con un ricorso al voto di preferenza. Le percentuali di coloro che selezionano il candidato insieme al partito sono elevate e la personalizzazione è un fenomeno diffuso (Tab. 2) tanto da investire anche gli elettori del M5S: in soli cinque anni le schede che esprimono una preferenza personale passano dal 49,6% (2012) al 57,7% (2017). Leader e politici riconoscibili fanno affermare che sono lontani i tempi della negazione di ogni forma di personalizzazione ossia "dell'uno vale uno".

Anche la personalizzazione della comunicazione appare rilevante. Il web è un interessante punto di osservazione. Rispetto al 2012 possiamo affermare di essere in presenza di un tipo diverso di personalizzazione che non si limita a evidenziare negli slogan

³⁸ La presenza sui *social* si differenzia tra i candidati, non solo in termini qualitativi, come abbiamo appena visto, ma anche in termini quantitativi. I post pubblicati dai candidati nel periodo che va dall'annuncio della candidatura al giorno del voto sono: Cancellieri pubblica 455 post (media 3,79 al giorno); Musumeci 235 (media 2,5); Micari 155 (media 2,98); Fava 274 (media 4,4) La Rosa 139 (media 1).

³⁹ La resa di *Facebook* è molto diversa per i singoli candidati. Vedi Sampugnaro e Montemagno (2017).

⁴⁰ Cancellieri su *Instagram*, 24 ottobre 2017.

l'affidabilità o le qualità del politico. Le vicende personali penetrano nella campagna elettorale accostandola ai canoni dell'*intimate politics* (Stayner, 2012). È il politico che decide di documentare la propria vita privata e di fornire quest'informazione ai media determinando a "*flows of personal information and imagery into the mediated sphere*" (*ibidem*, p.14).

Tab.2 - Tasso di preferenza alle elezioni regionali siciliane per i principali partiti

Lista	2006	2008	2012	2017
M5s	/	/	49,6	57,7
Pdl-Fi	87,2	65,1	88,9	80,0
Pd	78,8	60,4	84,6	86,7
Udc	92,8	85,7	95,5	91,5
Mpa-Pop-Aut.	96,1	88,7	96,7	96,5

Fonte: Riggio (2017)

Un flusso di immagini - diffuse specie con *Instagram* - entra nel dibattito elettorale sulla campagna. Ritroviamo tutte le tre dimensioni dell'*intimate politics* individuati da Stayner: scelte private, partner e familiari, spazi di vita personali. Con *Instagram* i candidati raccontano le storie personali, la loro vita quotidiana e la loro umanità. Più degli altri, Micari e Cancelleri mettono in "piazza" le loro relazioni sentimentali e le loro qualità di partner affidabili nei confronti delle loro donne. L'intento è quello di definire meglio il profilo del candidato con un trasferimento di valori da una dimensione privata ad una dimensione pubblica (Van Zoonen, 1991). È Cancelleri a utilizzare la piattaforma digitale per costruire la sua immagine di uomo della strada - "uno di voi": mette le mani nell'impasto del pane all'interno di un piccolo laboratorio, abbraccia i militanti e sta in ascolto dei loro problemi. Nella fase iniziale della campagna, Micari sembra poco capace di utilizzare *Instagram*: produce post lunghi e poco adatti alla rete in cui dichiara "io sto cercando di fare una campagna elettorale", provando ad esporre punti programmatici. Si tratta di una fase breve che cede il passo, anche nel suo caso, ad una rappresentazione che tende ad umanizzare il personaggio: suona il pianoforte al conservatorio o "incoccia la semola" al *couscous fest*⁴¹. Le immagini mettono in luce le debolezze e la tenerezza dell'uomo comune, aprendo i riflettori su momenti della storia personale. Micari non rinuncia alla sua normalità, confermando la data di matrimonio con la storica compagna in piena campagna elettorale. Posta su *Instagram* uno scorcio di vita familiare e successivamente una foto della cerimonia ammettendo che: "il 5 novembre è un giorno importante ma il 24 lo è molto di più. Ci sposiamo", confermando di essere "una persona straordinariamente normale" (Fig. 6).

Anche Cancelleri affida le immagini del suo privato ad *Instagram*: il volto segnato del padre e l'abbraccio; i momenti quando in piena campagna si concede qualche minuto di riposo; il legame forte e duraturo con Elena Catanzaro con la quale condivide l'impegno politico e che è sempre a suo fianco nei momenti più importanti della campagna elettorale

⁴¹ Micari su *Instagram*, 25 settembre 2017.

(Fig.7). I personaggi politici assumono tratti “familiari” e suscitano la curiosità del comune cittadino che si diverte, come succede con altre celebrità, a cercarne vizi privati e preferenze individuali (Mazzoleni e Sfardini, 2009).

Fig.6 - Le relazioni di Micari



La personalizzazione di Musumeci è più tradizionale e allo stesso tempo più centrale nella strategia della comunicazione: la sua campagna “vende” il candidato, concentrandosi sulla positività, sulla capacità di intervenire sui problemi e sulla sua affidabilità. È lui il vero valore aggiunto della coalizione. Lo slogan 2012 “Mi fido di voi. Una storia condivisa” aveva proprio l’obiettivo di richiamare una storia politica lunga caratterizzata da un’integrità morale di cui Musumeci poteva fare un vanto. Nel 2017 la campagna di comunicazione viene diversificata per aree geografiche: nella Sicilia occidentale si puntava maggiormente sulla visibilità del candidato, “perché in quell’area il candidato risulta meno noto”; nella Sicilia orientale si puntava più sulla riconoscibilità e sul voto retrospettivo.

Fig.7 - Le relazioni di Cancellieri



7. Modelli di campagna a confronto

L'analisi comparata non può che risultare interessante considerata la possibilità di confrontare 3 candidati su 5. Due hanno ritentato la corsa alla guida del Governo regionale (Musumeci e Cancelleri) e Claudio Fava può essere considerato il naturale successore dell'ex candidata Giovanna Marano che, come anticipato, prese il suo posto nella tornata elettorale precedente. Il primo aspetto interessante da analizzare è l'uso di strumenti in campagna elettorale⁴². La comparazione tra gli strumenti di mobilitazione tradizionale legati ai *legacy media* (annunci su giornali, spot Tv o alla radio) e quella sui media digitali che includono tutti gli strumenti di comunicazione che utilizzano la rete, evidenzia delle interessanti evoluzioni (Tab. 3).

Le due tabelle rappresentano l'utilizzo dei mezzi nel 2017 tra tutti i candidati e, comparativamente per il 2012 e 2017, quelle di Cancelleri, Musumeci e Fava (associato al profilo della Marano per i motivi soprariocordati).

I nuovi media risultano essere utilizzati quasi uniformemente da tutti i candidati nel 2017 con alcune particolarità. Tutti hanno un proprio sito internet e sono presenti sulle piattaforme *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* che, come abbiamo osservato, è la vera novità delle ultime regionali. Tutti dispongono di un sito internet che è una piattaforma di condivisione di materiali, per la raccolta dei fondi (più sviluppata nel caso di Fava) e di rassegne stampe. Un maggiore interattività è presente in quelli di Micari e Musumeci. Complessivamente meno importante rispetto al 2012 è il canale *Youtube*, sostituito per certi aspetti dalle dirette *Facebook*. Il *live streaming* è una pratica molto comune in campagna elettorale, specie per Cancelleri e Musumeci.

La tradizionale messaggistica (*newletters*, lettera agli elettori, ...) per posta elettronica ha perso centralità nelle campagne elettorali del 2017. Dalle interviste e da prove di funzionamento dell'indirizzo di posta elettronica (mailing passivo)⁴³, gli unici a mostrare reale attenzione a questo strumento sono i team di Musumeci e Micari che hanno fornito informazioni richieste entro 36 ore. In modalità *push*, la posta elettronica è stata gestita dalle organizzazioni di partito che hanno trasmesso informazioni su eventi di campagna agli iscritti e ai simpatizzanti su base locale. Ad esclusione di Musumeci, nel 2017 tutti i team personali mostrano di aver archiviato questo strumento che aveva ancora una sua vitalità nel 2012 (vedi Cancelleri e Marano). Nei fatti anche nel 2012, lo strumento delle newsletter era in crisi in favore di altre piattaforme: la Marano metteva in evidenza la migrazione verso strumenti di messaggistica istantanea come *Telegram* o *WhatsApp* per veicolare materiali elettorali e per attivare i volontari. La cura dei *data bases* di elettori è crescente rispetto al 2012 per Cancelleri che ha utilizzato elenchi dei simpatizzanti dei *MeetUp* locali.

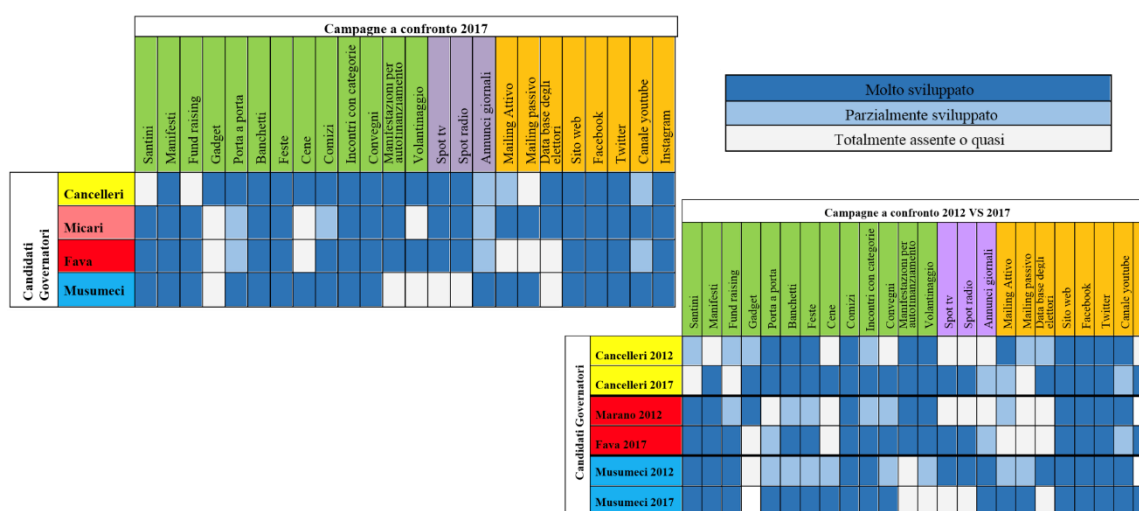
I media tradizionali confermano la loro crisi come strumenti principali della campagna

⁴² Il peso da attribuire ad ogni strumento è dipeso da due domande: "Quanto è importante l'uso di nella tua campagna elettorale?", "Quanto spesso è stato utilizzato ...nella tua campagna elettorale?"

⁴³ A 15 giorni dal voto, abbiamo inviato una e-mail per ricevere informazioni su eventi nella provincia di Catania.

elettorale, crisi che era evidente già nel 2012. Tutti usufruiscono degli spazi televisivi gratuiti della Rai Regionale e delle Tv Locali, anche coloro i quali li avevano snobbati nel 2012 (Cancelleri e Marano). Nel 2017 il candidato grillino e Fava approfittano degli spazi gratuiti per gli annunci in radio e tv e acquistano degli spazi sul cartaceo, anche se in misura ridotta: Cancelleri una sola mezza pagina su “La Sicilia”; Fava per promuovere gli eventi di chiusura della campagna elettorale a Catania e Palermo. Per la campagna del 2017, Musumeci – ricordiamo che nel 2012 aveva fatto un forte uso dei media tradizionali - concentra le sue risorse esclusivamente sui giornali, acquistando nel corso della campagna diversi spazi. Micari, tra tutti il candidato alla ricerca di una maggiore riconoscibilità, investe principalmente le sue risorse nelle tv (anche locali) e nella radio, poche sui giornali.

Tab.3 - Gli strumenti della campagna e il grado di sviluppo delle attività. Campagne a confronto



Rimangono vitali gli strumenti cartacei per la propaganda ma il materiale stampato è ridimensionato anche per motivazioni etiche: “vogliamo una campagna a basso impatto ambientale” dice Lima. Rimangono i “santini” anche se con l’eccezione di Cancelleri: adesso non li utilizza più a differenza del 2012 quando non era ancora riconoscibile. Ciascun candidato, pur spinto da esigenze differenti, ha fatto uso dei manifesti elettorali: Micari per creare visibilità attorno alla sua figura, poco nota al di fuori del territorio palermitano; Musumeci per affermare la sua riconoscibilità, tanto che più che usare una sua foto mostra la sua inconfondibile sagoma; Fava per rimarcare il suo profilo antimafia e Cancelleri, approfittando di spazi concessi gratuitamente, per promuovere i suoi tour regionali.

Passando all’analisi delle attività di tipo tradizionale della campagna elettorale, possiamo notare che tutti i candidati nel 2017 hanno dato particolare importanza agli incontri con le categorie o con gruppi di cittadini e ai tradizionali comizi, molti dei quali realizzati anche in centri piccoli e medi (specie Cancelleri e Musumeci). L’unica eccezione è costituita da Micari, poco incline ai comizi e più presente negli incontri con le categorie. La campagna

sul web non oscura quella sul territorio ma ne rafforza l’impatto, consentendo di amplificare l’effetto.

Infine, se osserviamo l’autofinanziamento e quindi le manifestazioni e la vendita di gadget per finanziare la campagna, possiamo notare che sono svolte in maniera più assidua dal M5S che non riceve i finanziamenti dallo Stato (vedi anche campagna 2012). Anche Fava e Micari si impegnano in manifestazioni di autofinanziamento, mentre Musumeci - come nel 2012 - si limita alla raccolta fondi tramite attività di *fundraising*, tuttavia non legate a manifestazioni pubbliche.

Il secondo elemento di comparazione attiene alla professionalizzazione delle campagne elettorali nella gestione delle attività di mobilitazione e di comunicazione. Le campagne non sono più “*place for amateurs*” (Johnson 2001) ma attività organizzate ed implementate con il fondamentale supporto di esperti (sondaggisti, *spin doctors*, *political consultant*). Il quadro del 2017 mostra una rapida evoluzione delle campagne sia sul fronte dell’articolazione delle organizzazioni - più segmentate nel 2017 - sia sul fronte della professionalizzazione con la presenza di agenzie “a tutto servizio” per Micari e Fava e con l’aumento di contratti per la realizzazione delle campagne. Le tabelle tengono conto degli strumenti e del loro affidamento a diverse tipologie di personale: professionisti esterni al partito e contrattualizzati; i professionisti e/o volontari, ovvero coloro che possiedono una specifica competenza professionale e la mettono a disposizione del partito o del movimento a titolo gratuito poiché simpatizzanti; i volontari, ovvero uomini di partito o simpatizzanti che svolgono delle attività di campagna e che non possiedono una specifica professionalità.

Tab.4 - Strumenti della campagna e professionalità: Campagne a confronto

		Campagne a confronto 2017																							
		Santini	Manifesti	Fund raising	Gadget	Porta a porta	Banchetti	Feste	Cene	Comizi	Incontri con categorie	Convegni	Manifestazioni per autofinanziamento	Volantinaggio	Spot tv	Spot radio	Annunci giornali	Mailing Attivo	Mailing passivo	Data base degli elettori	Sito web	Facebook	Twitter	Canale youtube	
Candidati Governatori	Cancellieri																								
	Micari																								
	Fava																								
	Musumeci																								

		Campagne a confronto 2012 VS 2017																						
		Santini	Manifesti	Fund raising	Gadget	Porta a porta	Banchetti	Feste	Cene	Comizi	Incontri con categorie	Convegni	Manifestazioni per autofinanziamento	Volantinaggio	Spot tv	Spot radio	Annunci giornali	Mailing Attivo	Mailing passivo	Data base degli elettori	Sito web	Facebook	Twitter	Canale youtube
Candidati Governatori	Cancellieri 2012																							
	Cancellieri 2017																							
	Marano 2012																							
	Fava 2017																							
	Musumeci 2012																							
Musumeci 2017																								

		Professionisti esterni	Professionisti e/o volontari	Volontari	Attività assente

La professionalizzazione investe tutti i campi come evidenzia la tabella 4 ma si mostra più spiccata nell’area della comunicazione. Sono gli strumenti del *web campaigning* ad evidenziare una professionalizzazione più intensa. Nel 2012 che poteva considerarsi una fase di

accreditamento di alcuni strumenti, la ricerca dell'*expertise* in questo campo poteva assumere forme molto diverse (Strömbäck e Kioussis, 2014) con un “non omogeneo” utilizzo di veri esperti.

Diminuisce la presenza degli “amatori” specie nell’area comunicazione tradizionale (manifesti e spot radio-tv) e scompare del tutto nell’area del web. Quando presente, la gestione della pubblicità su tv, radio e giornali è affidata a esperti di settore, singoli professionisti o agenzie di pubblicità che curano la creazione di slogan, i video, ma anche la grafica di manifesti e santini. Tutti i candidati puntano sulla qualità del prodotto e si avvalgono di servizi esterni. Ancora nel 2012 la Marano per i suoi santini e per i manifesti di partito si serve di volontari che si sperimentano grafici (senza particolari competenze). Nel caso di Cancelleri si realizza una forma insolita di professionalizzazione: la campagna è progettata da giovani professionisti (alcuni di loro già presenti come volontari “competenti” nel 2012) che sono retribuiti dal gruppo parlamentare del movimento all’ARS con il supporto della Casaleggio. Ancora più definito è l’apporto dei *social media managers* di cui tutte le campagne sono dotate. La comunicazione digitale va programmata, studiata, promossa e gestita da esperti. Per quanto la comunicazione digitale consenta di abbattere alcuni costi delle campagne, oggi, questa è difficilmente gestibile solo con volontari e con *supporter* qualificati: i costi di gestione sono generalmente considerati anche in presenza di campagne a basso budget e *labor-intensive*. Nel 2012 ci aveva provato la Marano con risultati poco esaltanti ma nel 2017 Fava non ripeterà la stessa esperienza. Rimangono nelle mani dei volontari alcune attività: la gestione della posta elettronica e la fondamentale attività di *fundraising* sono gestite dai *supporter* dei candidati anche se scelti, in quest’ultimo caso e nel 2017, tra persone portatrici di qualche esperienza.

In entrambe le competizioni, i volontari lavorano maggiormente nelle attività di mobilitazione sul territorio: volantaggio e banchetti nei mercati e durante gli eventi. L’organizzazione logistica di attività quali i comizi, gli incontri con le categorie, la partecipazione e l’organizzazione di convegni, il porta a porta, sono affidate da tutti i candidati nel 2017 e nel 2012 a volontari. Solo Musumeci, nel 2017, sembra aver fatto un passo indietro rispetto alla campagna precedente in cui questi servizi erano gestiti da professionisti esterni.

Un’attività che merita un commento, ma che non troviamo presente nelle nostre tabelle, è certamente l’uso dei sondaggi. Nel 2017 a parte il candidato Fava, tutti gli altri aspiranti Governatori hanno fatto uso di questo strumento. A Cancelleri sono stati resi gratuitamente, mentre Musumeci e Micari hanno chiesto una consulenza ad agenzie esterne. Specie per il candidato Micari (si è rivolto all’agenzia torinese *Quorum/YouTrend*), era fondamentale conoscere il proprio livello di consenso tra gli elettori siciliani e la sua riconoscibilità nel territorio, tutte informazioni necessarie per una campagna breve e con risorse umane e finanziarie molto limitate.

Nella tabella 5 prendiamo in considerazione un ultimo aspetto relativo alla differenziazione

dei compiti. L'intento è quello di evidenziare la presenza o meno di un responsabile nelle tornate 2012 e 2017 in cinque aree della campagna elettorale: *social network*, pubblicità, organizzazione dei volontari e delle attività sul territorio, ufficio stampa e *fundraising*. La mancanza di un responsabile non corrisponde all'assenza di un'attività ma alla mancanza di una specifica attribuzione di responsabilità o ad una gestione diretta da parte del candidato.

L'ufficio stampa è una attività ben circoscritta con l'individuazione di un responsabile⁴⁴. La presenza di un professionista in questo settore, anche in quelle campagne che potremmo definire *low cost* (Marano e Cancelleri 2012), non deve stupire, essendo obbligatoria per legge la presenza di un addetto stampa contrattualizzato che possieda la qualifica di giornalista. Ad eccezione di Marano e Fava, la "gestione dell'organizzazione" di eventi, comizi, passeggiate, incontri di categoria, l'attività dei volontari e i rapporti con i partiti locali è attribuita ad una figura precisa che coordina le attività sul territorio. Anche la gestione della pubblicità (produzione, distribuzione e affissione) è affidata a responsabili per tutti i candidati del 2017. Nel 2012 Marano e Cancelleri, che condussero una campagna elettorale con risorse limitate, non curarono quest'area di intervento in modo professionalizzato. Anche l'attribuzione delle attività di *fundraising* appare poco definita in termini di responsabilità con l'esclusione di Musumeci nel 2017 e di Micari: la raccolta è gestita per lo più dai volontari, senza che sia coordinata da un responsabile a livello centrale. La centralità dei *social network* nel 2017, infine è testimoniata dalla presenza in ogni organizzazione di un responsabile che conosce le dinamiche proprie del marketing di rete e gli strumenti di promozione.

Tab.5 - Presenza di responsabili per aree d'intervento

1= presenza di un responsabile
0 = assenza

	Gestione dei Social network	Gestione delle Pubblicità	Gestione dell' Organizzazione	Ufficio stampa	Fund Raising
Cancelleri	1	1	1	1	1
Micari	1	1	1	1	0
Fava	1	1	1	1	1
Musumeci	1	1	1	1	1

	Gestione dei Social network	Gestione delle Pubblicità	Gestione dell' Organizzazione	Ufficio stampa	Fund Raising
Cancelleri 2012	1	1	1	1	1
Cancelleri 2017	1	1	1	1	1
Marano 2012	1	1	1	1	1
Fava 2017	1	1	1	1	1
Musumeci 2012	1	1	1	1	1
Musumeci 2017	1	1	1	1	0

⁴⁴ Più di uno nel caso di Cancelleri per una suddivisione delle funzioni dell'ufficio in due aree di intervento: uno dedicato alle attività del candidato, un altro che cura i rapporti con la stampa nazionale ed internazionale.

8. Conclusioni

Nel 2017 la vittoria del leader del centrodestra Nello Musumeci arriva in un quadro politico più semplificato rispetto al 2012 quando i candidati alla Presidenza erano ben dieci rispetto ai cinque dell'ultima competizione, ma in presenza di numerosi elementi di continuità a partire dai politici in corsa per la Presidenza (Musumeci, Cancelleri, Fava), che hanno reso feconda la prospettiva diacronica dell'analisi.

In presenza di competizioni come queste dall'esito incerto, i candidati sono impegnati in campagne lunghe le cui attività principali vengono programmate con largo anticipo, sempre che le coalizioni riescano ad individuare per tempo i leader. Il confronto con le campagne del 2012 e, più nello specifico, l'analisi delle campagne degli stessi candidati evidenzia un'accentuazione di alcune tendenze (già presenti nel 2012) e alcuni cambiamenti sostanziali. Si conferma la professionalizzazione degli staff con un'accentuazione dell'accesso al mercato per reperire l'*expertise* necessaria: non più l'utilizzo di esperti interni alle formazioni politiche o di *supporter* del candidato, ma professionisti del giornalismo, del marketing o della pubblicità. Il riconoscimento delle competenze è legato anche ad una segmentazione più accentuata dei compiti all'interno dei comitati elettorali: le aree di competenza sono più delineate e i compiti suddivisi tra gli esperti. Il ruolo dei volontari e anche dei cosiddetti volontari-esperti si riduce specie nella gestione dei *social network* in favore di professionisti contrattualizzati. Questi ultimi possono avere un rapporto di lavoro limitato allo spazio della campagna elettorale o essere a servizio del partito di riferimento del candidato - è il caso dei consulenti del M5S - per periodi lunghi. A distanza di cinque anni, osserviamo una diversa declinazione della personalizzazione della comunicazione, non limitata a mettere in luce le qualità pubbliche del candidato (affidabilità, competenza, coerenza) ma estesa anche a quelle private (cura dei legami familiari, affabilità, umanità) con uno scivolamento verso l'*intimate politics* che sposta i riflettori all'interno delle case e nei contesti degli affetti privati. Questo non succede per tutti i candidati (Fava e Musumeci non mostrano questo lato personale) ma caratterizza le campagne di Cancelleri (a differenza del 2012) e di Micari che mostrano questi aspetti della loro personalità attraverso *Instagram*. La personalizzazione si accompagna ad una popolarizzazione della campagna che influisce sulla percezione della relazione tra il candidato e i suoi elettori.

La piattaforma digitale subisce una trasformazione con un rapido invecchiamento di alcuni strumenti (posta elettronica, *Youtube*) in favore di *Instagram* e dei sistemi di messaggistica istantanea come *WhatsApp* e *Telegram*. Lo strumento più importante rimane *Facebook* di cui i candidati hanno imparato ad utilizzare tutte le potenzialità: *livestreaming*, creazione di gruppi, etc. Così *Facebook* diventa lo strumento principe di documentazione della campagna: video sugli eventi più importanti già accaduti, annunci di quelli che verranno e dirette.

Questo approdo “definitivo” al digitale non riduce la mobilitazione diretta sui territori che diventa un’attività dura ed estenuante per tutti i candidati. La crisi profonda delle organizzazioni di partito riduce la capacità autonoma di mediazione che questi svolgevano anche nel meridione d’Italia. I candidati alla Presidenza costruiscono centinaia di micro eventi per entrare in contatto con piccoli segmenti omogenei di elettorato a cui proporre soluzioni precise. Le parole d’ordine che erano sufficienti per elettorati identificati non bastano più: è necessario produrre mini-programmi per pubblici specializzati. La piazza dei comizi non sempre è il luogo più adatto per questa operazione, meglio “i contesti specializzati”: associazioni culturali, circoli di anziani, associazioni di categoria, club service, luoghi di lavoro e, in alcuni casi, salotti o condomini. Non serve riempire cinema o sale conferenze ma indirizzare una comunicazione mirata a persone disponibili ad ascoltare e trovare, tra queste, decine di *influencers*.

Piattaforma digitale e comunicazione diretta non sono in conflitto ma sono facce della stessa medaglia: la comunicazione è adesso diretta a segmenti piccoli o piccolissimi di elettorato che necessitano di un *delevering* personalizzato dei messaggi; ambedue corrispondono a una nuova retorica che attribuisce alle relazioni dirette un valore positivo. La nuova mobilitazione trova un suo fondamento, inoltre, nell’attivazione dei singoli e nel loro coinvolgimento. Il web non sopprime la piazza ma ne moltiplica le potenzialità.

Anche in elezioni di second’ordine, come quelle trattate, appare evidente il modello post-moderno di campagne elettorali che assomma, da una parte, una forte personalizzazione e digitalizzazione, dall’altra una territorializzazione della mobilitazione.

Bibliografia

- Cataldi, M. e Paparo, A. (2013) *I flussi elettorali in Sicilia: il Pdl diserta le urne e Grillo pesca dal centrosinistra*, in De Sio, L. e Emanuele, V. (a cura di) *Un anno di elezioni verso le Politiche 2013*, Roma, CISE, pp. 67-74.
- Chiaromonte, A. e Emanuele, V. (2014) 'Bipolarismo Addio? Il Sistema Partitico tra Cambiamento e De-Istituzionalizzazione', in A. Chiaromonte and L. De Sio (eds.), *Terremoto elettorale. Le elezioni politiche 2013*, Bologna, Il Mulino, pp. 233-262.
- D'Alimonte, R. (2017) *Test siciliano per le coalizioni, in palio i consensi per le politiche*, Sole24Ore, 30 Agosto.
- De Lucia, F. (2013) *Elezioni regionali in Sicilia. Il voto di preferenza*, in *Un anno di elezioni verso le politiche 2013*, in De Sio, L., e Emanuele, V. (a cura di), *Un anno di elezioni verso le Politiche 2013*, Roma, CISE, pp. 63-65.
- Emanuele, V. e Riggio, A. (2017) *Trasformismo e adeguamento strategico: l'offerta politica in Sicilia* in Emanuele e Paparo (a cura di) *Dall'Europa alla Sicilia Elezioni e opinione pubblica nel 2017*, Roma, CISE, pp. 235 – 239.
- Johnson, D. (2001) *No Place for Amateurs: How Political Consultants Are Reshaping American Democracy*, London, Routledge.
- Mazzoleni, G. e Sfardini, A. (2009) *Politica pop. Da "Porta a Porta" a "L'isola dei famosi"*, Bologna, il Mulino.
- Riggio, A. (2017) *Sicilia, i tassi di preferenza: il Pd supera Forza Italia*, in Emanuele e Paparo (a cura di) *Dall'Europa alla Sicilia Elezioni e opinione pubblica nel 2017*, Roma, CISE, pp. 279 – 281.
- Sampugnaro, R. (2004) *Le ragioni del 61 a 0 in Sicilia. Spostamento di elettori o di candidati?*, in Raniolo F. (a cura di), *Le trasformazioni dei partiti politici*, Soveria Mannelli, Rubbettino. pp. 27-56.
- Sampugnaro, R. (2011) *Prove di democrazia partecipativa: i Cantieri di Rita Borsellino*, Acireale-Roma, Bonanno.
- Sampugnaro, R. e Montemagno, F. (2018) *La campagna lunga ma anche cortissima. Le strategie dei candidati alla Presidenza della Regione Siciliana nel 2017*, in Emanuele e Paparo (a cura di) *Dall'Europa alla Sicilia Elezioni e opinione pubblica nel 2017*, Roma, CISE, pp. 213 – 228.
- Stanyer, J. (2012) *Intimate Politics: Publicity, Privacy and the Personal Lives of Politicians in Media Saturated Democracies*, Cambridge, Polity.
- Strömbäck, J. e Kioussis, S. (2014) *Strategic Political Communication in Election Campaigns*, in Reinemann, C. (eds.) *Political Communication*, Mouton de Gruyter, , pp.109-128.
- Van Zoonen, L. (1991) *A Tyranny of Intimacy? Women, Femininity and Television News*, in Dahlgren, P. e Sparks, C. (eds.), *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*, London, Routledge.

Note biografiche degli autori

Diego Garzia ha conseguito il titolo di Dottore di Ricerca in “Comparative and European Politics” presso l’Università degli Studi di Siena. Ha studiato in precedenza presso le Università di Roma (Sapienza), Leiden ed Oxford. Dal 2012 al 2016, è stato Jean Monnet Fellow presso l’Istituto Universitario Europeo (EUI). Attualmente, è docente in scienza politica presso l’Università di Lucerna in Svizzera. I suoi studi si focalizzano sul ruolo della personalità nel processo politico, con particolare riferimento alla psicologia delle scelte di voto in ambito italiano ed europeo. Tra le pubblicazioni, si segnalano numerosi articoli in riviste scientifiche quali *Electoral Studies*, *Party Politics*, *Political Psychology*, *Political Research Quarterly* e *West European Politics*.

Fulvio Venturino è professore associato di Scienza Politica presso l’Università di Cagliari. Le sue ricerche vertono sul comportamento elettorale e sulle elezioni primarie. Ha fondato e diretto per un triennio le attività dello standing group *Candidate and Leader Selection*, costituito nell’ambito della Società Italiana di Scienza Politica. È membro di Itanes (Italian National Election Studies). Per il periodo 2017-2020 ricopre il ruolo di presidente della Sise (Società Italiana di Studi Elettorali).

Domenico Fruncillo, Ricercatore confermato, è docente di Scienza Politica e di Sociologia politica presso il corso di laurea in Sociologia dell’Università di Salerno, si occupa di partiti, cultura politica, di elezioni e di astensionismo elettorale. Su questi temi ha pubblicato diversi saggi e alcuni volumi tra cui *Urna del silenzio. L’astensionismo elettorale in Italia* (Roma, Ediesse).

Marco Giannatiempo, Dottore di ricerca in Sociologia, Analisi Sociale, Politiche Pubbliche e Teoria e Storia delle Istituzioni. Cultore della materia “Scienza Politica” presso l’Università di Salerno. Ha pubblicato di recente l’articolo “La narrazione dell’austerità” (*Democrazia e Diritto*, n. 3/2017).

Roberto De Luca è ricercatore di “Sociologia dei fenomeni politici” presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell’Università della Calabria, dove insegna “Sistemi elettorali e organizzazioni politiche”. Fra le sue ultime pubblicazioni “La democrazia elettorale in Italia” (Rubbettino, 2017) e, con L.M. Fasano, ha curato il volume “Il Partito Democratico dei nativi” (Epoké, 2018). Indirizzo e-mail: rdeluca@unical.it

Salvatore Borghese è co-fondatore di Quorum e YouTrend. Laureato alla LUISS in Scienze di Governo e della Comunicazione pubblica, è specializzato nello studio dei sistemi elettorali. È autore di numerosi articoli di analisi politica ed elettorale apparsi su “Repubblica”, “Il Fatto Quotidiano”, “L’Espresso” e per l’agenzia AGI. Nel 2017, in occasione dell’approvazione della nuova legge elettorale, ha contribuito all’ideazione e alla realizzazione dei contenuti del “Dossier *Rosatellum*”.

Lorenzo Pregliasco è co-fondatore di Quorum e YouTrend. Analista politico, collabora con “L’Espresso” e ha scritto per “Politico”, “Euronews” e “Aspenia”. Membro della European Society for Opinion and Marketing Research, è professore a contratto presso il Dipartimento di Scienze politiche e sociali dell’Università di Bologna e ha organizzato il primo Executive Education programme in Political Communication and Campaigning a King’s College London.

Luigi Di Gregorio - Ricercatore di Scienza Politica presso l’Università della Tuscia

Michele De Vitis - Dottore di ricerca in teoria politica presso la Luiss Guido Carli.

Francesco Giovanni Truglia, attualmente ricercatore Istat Dottorato in Metodologia delle Scienze Sociali. Docente a contratto di Analisi Statistica Spaziale per i dati sociologici presso la Facoltà di Sociologia di Sapienza, Università di Roma. Ha tenuto lezioni e seminari sull' Analisi spaziale dei dati, presso i Dipartimenti di Statistica e di Comunicazione e ricerca sociale della Sapienza, Università di Roma. È consulente statistico presso diversi enti pubblici e privati. E autore di *La Statistica e le statistiche: fonti e strumenti per l'analisi dei dati* (Edizioni LED, 2009 con F. Antolini), *La metropoli Ineguale. Analisi sociologica del quadrante est di Roma*, Aracne, 2015, con R. Cipollini). Ha pubblicato saggi e articoli su riviste scientifiche italiane e internazionali tra le quali *Sociologia e ricerca sociale*, *Italian Journal of Applied Statistics*, *Economic Modelling*.

Matteo Cavallaro: Chercheur associé presso il Centre d'économie de l'Université Paris Nord.

Davide Policastro: Founding Partner presso Quorum S.a.S. e YouTrend.

Guido Salza: Dottorando presso l'Università degli Studi di Milano.

Massimo Angelo Zanetti: Ricercatore presso l'Università della Valle d'Aosta.

Giuseppe Maria De Rosa, dottore magistrale in Politica Internazionale e Diplomazia presso l'Università degli Studi di Padova

Maria Paola Faggiano è Direttore del Laboratorio di Comunicazione e Ricerca sociale (CorisLab) presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza Università di Roma. È membro dell'Osservatorio di Sociologia elettorale attivo presso il medesimo Dipartimento. Ha pubblicato numerosi saggi, articoli e volumi su temi metodologici e sociologici.

Ernesto Dario Calò è dottorando in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza - Università di Roma, dove ha conseguito la laurea in Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa. Svolge attività di ricerca nel medesimo Dipartimento, in particolare in collaborazione con l'Osservatorio di Sociologia Elettorale.

Melissa Mongiardo è dottoranda in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza - Università di Roma. Laureata in Informazione, Editoria e Giornalismo presso il Dipartimento di Filosofia, Comunicazione e Spettacolo dell'Università di Roma Tre, svolge attività di ricerca con la cattedra di Comunicazione Politica dell'Università di Roma Tre e presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, in particolare collaborando con l'Osservatorio di Sociologia Elettorale.

Lorenzo Barbanera è dottorando in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza - Università di Roma, dove ha conseguito la laurea in Sociologia, Ricerca Sociale e Valutazione. Dopo aver lavorato all'istituto CENSIS ha continuato a svolgere attività di ricerca, in particolare collaborando con l'Osservatorio di Sociologia Elettorale del CoRis.

Giuseppina Bonerba è docente di “Introduzione al sistema italiano dei media” e “Teorie e tecniche della comunicazione pubblicitaria” presso il Dipartimento di Scienze politiche dell'Università degli studi di Perugia. È membro del consiglio scientifico della sezione PIC dell'AIS per il triennio 2017/2020. Si occupa di *media studies*, migrazioni, sociologia delle emozioni, studi di genere. Tra le sue pubblicazioni: *Un racconto funzionale dell'amore: lo script dell'eroina rifiutata* (Quaderni di teoria sociale, 1, 2018); *Il discorso razzista nei media. Analisi del linguaggio politico nel talk show* (Voci. Rivista di Scienze Umane 2016); *Da uomo marginale a cittadino globale. Indagine sul consumo mediale degli immigrati in Umbria* (Carocci 2013).

Matteo Gerli è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze Umane e Sociali dell'Università per Stranieri di Perugia. Ha conseguito il dottorato di ricerca in Teorie e Ricerche sulla Politica (Università degli Studi di Perugia) e il Master in Data Science (Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"). Nel 2016, ha partecipato come ricercatore-borsista al progetto europeo ANTICORRP (*Anticorruption Policies Revisited. Global Trends and European Responses to the Challenge of Corruption*). I suoi ambiti di studio comprendono: il rapporto tra scienza e società; il processo di europeizzazione delle attività di ricerca scientifica; la comunicazione politica, con particolare attenzione al racconto giornalistico dell'immigrazione.

Rolando Marini è professore associato presso l'Università per Stranieri di Perugia, dove insegna "Sociologia dei media" e "Sociologia del giornalismo internazionale". È membro del Comitato direttivo dell'Associazione Italiana di Sociologia. È responsabile di unità locale nel PRIN "Media e terrorismi". Ha scritto *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting* (Laterza, 2006) e *Media Logic. La logica dei media* (Armando, 2017). È curatore e co-autore di *L'Europa dell'euro e della guerra* (Rai-Eri, 2001), *Immigrazione e società multiculturale* (Angeli, 2004), *Altri flussi* (Guerini, 2011) e di *Società, potere, influenza* (Altravista, 2017).

Sofia Verza è dottoranda in "Politica, Politiche Pubbliche e Globalizzazione" presso il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Perugia. La sua ricerca si focalizza sul rapporto tra media e policy making in relazione al tema del terrorismo. Laureata in Giurisprudenza presso l'Università degli Studi di Trento, è stata Visiting Scholar presso la Bilgi University (Istanbul) e la Columbia University (NYC). Collabora con la "Global Freedom of Expression Initiative" della Columbia e lo European Centre for Press and Media Freedom (Lipsia).

Marco Improta è laureato in Scienze Internazionali e Diplomatiche all'Università di Bologna – Campus di Forlì. Attualmente è studente del corso di laurea magistrale in Governo e Politiche presso la LUISS Guido Carli e collabora con il Centro Italiano Studi Elettorali (CISE). I suoi interessi di ricerca riguardano il comportamento di voto, i partiti e la comunicazione politica. Infine, si occupa di politica italiana per il giornale online Atlas.

Felice Addeo è ricercatore in Sociologia Generale presso l'Università di Salerno, Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione. È un metodologo con ampia esperienza di ricerche empiriche nelle Scienze Sociali. Dal 2008 è professore di ruolo di "Tecniche di Ricerca Sociale e di Mercato" e "Metodologia e Tecnica della Ricerca Sociale". Dal 2011 è *Independent Expert Reviewer* e Valutatore per la Commissione Europea. Tra le sue pubblicazioni: *Paideia Between Online and Offline: A Netnographic Research on Fan Fiction Communities* (2017); *Coesione Sociale e regimi di welfare. Un'indagine empirica sugli Stati dell'Unione Europea* (2016); *Concetti e misure della coesione sociale*, con Bottoni G. (2014); *È normale la curva normale? Genesi e sviluppo di un mito* (2008).

Angela Delli Paoli, laureata con lode e menzione in *Scienze della Comunicazione* presso l'Università di Salerno, ha conseguito il dottorato di ricerca in *Imprenditorialità ed Innovazione* presso la Seconda Università di Napoli con la menzione di *Doctor Europaeus*. Nel 2008 è stata *visiting researcher* presso la London Business School. È stata assegnista di ricerca in *Sociologia Generale* presso il Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione (Università di Salerno) e docente a contratto di *Metodologia e tecniche della ricerca sociale* presso l'Università di Salerno e la Seconda Università di Napoli. È autrice di varie monografie (tra cui *Social capital as the substantial concept of social network research. A methodology for a systematic literature review*), contributi in opere collettanee e articoli internazionali. È valutatrice esperta per la Commissione Europea in vari programmi (tra cui Horizon 2020) e membro di svariati expert group della Commissione.

Federica Gregori è laureata in Scienze Politiche presso l'Università degli studi di Teramo. Ha conseguito la laurea specialistica in Scienze della politica e dell'amministrazione presso l'Università degli studi di Perugia. Attualmente è impiegata con la qualifica di Segretaria di Direzione presso l'associazione di categoria ATSC – Agenti Teramo Senza Confini. Ha conseguito nel 2014 la laurea triennale in Scienze Politiche presso l'Università degli studi di Teramo, presentando una tesi dal titolo *La Costituzione della Repubblica Italiana: dalle origini alle più recenti prospettive di riforma*. Ha conseguito nel 2016, con il massimo dei voti, il titolo magistrale con la laurea specialistica in Scienze della politica e dell'amministrazione – istituito presso l'Università degli studi di Perugia - con una tesi intitolata *Trasparenza e controllo dei tetti di spesa in campagna elettorale: un'analisi comparata*. Attualmente impiegata con la qualifica di Segretaria di Direzione presso l'associazione di categoria ATSC – Agenti Teramo Senza Confini.

Rossana Sampugnaro, Phd, è ricercatore presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell'Università degli Studi di Catania e Professore aggregato di Sociologia dei fenomeni politici. La sua attività di ricerca è inerente la partecipazione politica nei partiti e le campagne elettorali. Tra le sue ultime pubblicazioni *Prove di democrazia partecipativa. I cantieri di Rita Borsellino* (Bonanno, 2011) e *The differentiation of Parties through the Lens of an Electoral Campaign* (Partecipazione Conflitto, 1/2015).

Francesca Montemagno è dottoranda in Scienze Politiche presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell'Università degli Studi di Catania. Nel 2013 ha conseguito la laurea magistrale in Scienze della Politica e dei Processi decisionali all'Università "Cesare Alfieri" di Firenze. La sua formazione accademica e i suoi interessi di ricerca sono incentrati sulla comunicazione politica, sui sistemi elettorali e sulla rappresentanza politica. Ha lavorato per tre anni nello staff del Vicepresidente vicario dell'Assemblea Regionale Siciliana. Co-autrice con Rossana Sampugnaro di: *Modelli di campagna elettorale e consulenza politica. Un focus sui parlamentari siciliani* (Volume SISE, 2013).

Le elezioni del 2018 sono state rilevanti e significative per diversi ragioni. I risultati sembrano aver consolidato le tendenze già emerse alle precedenti consultazioni. E tuttavia non sono mancate novità che meritano di essere analizzate attentamente: il sistema elettorale, il ruolo dei leader nazionale e dei candidati locali nella competizione, le modalità e i canali di comunicazione, le strategie dei partiti, la geografia elettorale, l'insediamento sociale e territoriale delle forze politiche. Questo volume raccoglie contributi, dedicati a questi temi, che sono stati presentati nella versione iniziale al convegno organizzato dalla Società Italiana di Studi Elettorali e dallo Standing Group SISP "Partiti, Opinione pubblica ed Elezioni".