

A14

41

Convegni

10

Fulvio Venturino

Elezioni e
personalizzazione
della politica



Copyright © MMV
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Raffaele Garofalo, 133 A/B
00173 Roma
redazione: (06) 72672222 – telefax 72672233
amministrazione: (06) 93781065

ISBN 88-7999-979-3

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: febbraio 2005

Alla memoria di Mario Gabelli

INDICE

<i>Presentazione</i>	
Renato Mannheimer	7

<i>Introduzione</i>	
Fulvio Venturino	9

Parte I **I casi nazionali**

<i>“Il fuoco sacro della Concordia e della Fratellanza” Candidati e comitati elettorali nel primo voto a suffragio universale in Francia e in Italia (1848–1849)</i>	
Gian Luca Fruci	19

<i>L'influenza del sistema elettorale Uno studio sulla personalizzazione della campagne elettorali in Italia</i>	
Maria Serena Piretti	47

<i>I candidati e lo spettro della comunicazione inefficace Una ricerca sulla campagna per le elezioni europee del 1999 in Italia e in Francia</i>	
Mauro Barisione	71

<i>Le immagini dei leader e le scelte degli elettori Un'analisi delle elezioni italiane del 2001</i>	
Gianna Grasso	95

<i>Voto differenziato e personalizzazione nelle elezioni italiane del 2001</i>	
Fulvio Venturino	113

Parte II I casi locali

<i>Partiti e partiti personali</i> <i>La campagna di Raffaele Fitto</i> <i>nelle elezioni regionali del 2000 in Puglia</i> Marco Giaffreda	135
<i>La campagna elettorale permanente</i> <i>dei “campioni delle preferenze”</i> <i>Le elezioni regionali del 2000 in Calabria</i> Roberto De Luca	159
<i>Strategie comunicative e personalizzazione</i> <i>La campagna elettorale per le elezioni provinciali</i> <i>del 2003 a Roma</i> Lorella Cedroni, Antonio Sofi	179
<i>Incumbency e nuove strategie di propaganda elettorale</i> <i>Le elezioni comunali e provinciali a Catania</i> Vittoria Cuturi	199
<i>La campagna fuori dai media</i> <i>Elezioni amministrative</i> <i>e campagne elettorali in Sicilia</i> Rossana Sampugnaro	219
<i>Conclusioni</i> <i>Sistema elettorale, personalizzazione</i> <i>e comunicazione politica</i> Vittoria Cuturi	249
Riferimenti bibliografici	267
Notizie sugli autori	287

Presentazione

Renato Mannheimer

Questo volume raccoglie tutti i contributi presentati nel gruppo di lavoro su *La personalizzazione della competizione*, che si è riunito nell'ambito del convegno internazionale *Le campagne elettorali*, organizzato dalla Sise (Società italiana di studi elettorali) a Venezia dal 18 al 20 dicembre 2003. La Società italiana di studi elettorali è un'associazione, fondata nel 1979 da Alberto Spreafico, che da venticinque anni raccoglie studiosi e cultori del fenomeno elettorale provenienti da tutte le discipline: dalle giuridiche alle storiche, dalle politologiche alle psicologiche, ecc. La Sise ha promosso in questi anni numerosi gruppi di studio e seminari, dando luogo una vera e propria "spinta propulsiva" della riflessione sulle elezioni nel nostro paese.

Il convegno di Venezia ha visto la partecipazione di circa cinquanta studiosi provenienti da tutto il mondo. In particolare, al gruppo di lavoro su *La personalizzazione della competizione* hanno partecipato undici intervenuti, con la presentazione di dieci paper.

L'oggetto della discussione, la personalizzazione, ha acquisito un grande rilievo nel recente dibattito politologico — e politico — del nostro paese. Ne parlano spesso i giornali, i leader nelle loro dichiarazioni e perfino la gente comune. I motivi del crescente interesse sul fenomeno sono molteplici, ma tutti legati alla convinzione che, da qualche tempo in qua, la reputazione, la capacità di infondere fiducia, le caratteristiche personali del candidato, il suo modo di comunicare, perfino il suo aspetto, abbiano acquisito un rilievo maggiore di un tempo nella formazione delle scelte elettorali dei cittadini, specie quelli che prima delle elezioni si dichiarano indecisi su cosa votare.

Diversi elementi hanno contribuito al rafforzamento della percezione di una accresciuta importanza del fattore "persona" nella scelta elettorale. In primo luogo, naturalmente, i recenti mutamenti nelle normative che presiedono allo svolgimento delle elezioni, sia a livello locale, sia a livello nazionale. Ancora, c'è una indubbia influenza "culturale", esercitata da quanto avviene in taluni paesi — in primo luogo gli Stati Uniti — ai quali si fa spesso riferimento nel dibattito politico. Ma, probabilmente, il fattore principale sta nel forte ridimensionamento, specie negli ultimi anni (ma a seguito di un processo di erosione che è cominciato molto tempo addietro) dei criteri di riferi-

mento tradizionali (comuni nella cosiddetta Prima Repubblica) per la scelta di voto. Vale a dire, le appartenenze subculturali, religiose, territoriali, ecc. Perduti questi appigli (anche per effetto dell'ingresso nel corpo elettorale di generazioni formatesi politicamente negli ultimi anni), l'elettore cerca di basare la sua scelta su altri elementi. Per gran parte della popolazione conta ancora la collocazione sul *continuum* sinistra-destra. Ma va crescendo il segmento dei "lontani" dalla politica — più di un terzo dell'elettorato — per i quali anche questa dimensione ha poco valore o significato. Di qui l'attenzione, talvolta inconsapevole, alla dimensione "umana", alla fiducia nel leader in quanto tale. Una modalità "facile" per orientare (o per rafforzare) le proprie scelte o — lo notano bene alcuni saggi di questo volume — le proprie preclusioni. La "personalizzazione" della politica è a tutti evidente a livello nazionale. Ma ormai da diverso tempo ha assunto un'intensità forse ancora maggiore nei Comuni, nelle Province, nelle Regioni. Perché è qui — e non (ancora) a livello nazionale — che il Sindaco (o il Presidente, o il Governatore) viene eletto direttamente. E instaura spesso con i cittadini una sorta di filo diretto che prescinde in una certa misura dal partito di appartenenza. Resta il fatto che quasi metà dell'elettorato dichiara oggi di prendere in considerazione più la figura del candidato che il partito a cui egli fa riferimento. Si tratta, beninteso, di una percezione personale, che non necessariamente corrisponde alla dinamica reale, dato che il processo di scelta del voto è in larga misura inconsapevole. Ma è certo indicativa del peso assunto dai caratteri del leader.

Tutto ciò ha comportato un rilevante mutamento anche nelle modalità di progettazione e di svolgimento della stessa campagna elettorale. Con la messa in atto di tecniche comunicative relativamente nuove o, comunque, poco sperimentate in passato.

Occorre però ricordare che la percezione, ancora presente in diversi commenti giornalistici, che la personalizzazione sia un fenomeno sorto solo di recente è sicuramente errata. Diversi saggi raccolti in questo volume mostrano persuasivamente come si tratti di un fenomeno che ha origini lontane nel tempo (già nell'800) anche nel nostro paese. Ma è certo che negli ultimi anni essa ha assunto delle caratteristiche e delle peculiarità differenti da un tempo, fino ad influenzare fortemente l'andamento, anche quotidiano, della vita politica. E le stesse relazioni — e i conflitti — tra i leader.

Questo libro tocca dunque una tematica fondamentale per comprendere il funzionamento del sistema politico italiano, e sottolinea al

tempo stesso come il fenomeno della personalizzazione vada analizzato a fondo, con criteri scientifici rigorosi, distinguendo i diversi ambiti territoriali cui si fa riferimento.

Ciò che si inquadra nei fini della Sise: stimolare gli studi seri e approfonditi sui molteplici diversi aspetti del fenomeno elettorale.

Introduzione

Fulvio Venturino

Da qualche anno sembra definitivamente accettato il famoso detto di Winston Churchill, secondo cui nonostante i numerosi difetti la democrazia è il sistema politico preferibile a tutte le alternative esistenti. La diffusione di questa convinzione è una conseguenza prodotta dai trentennali successi della democrazia nel corso della terza ondata di democratizzazione e dal discredito che ricade oggi sui sistemi politici non democratici. Non del tutto imprevedibilmente, la diminuzione dell'interesse dei ricercatori per la comparazione fra la democrazia e gli altri regimi si accompagna a una crescente attenzione per il paragone fra gli ideali della democrazia e le sue realizzazioni pratiche. E com'è inevitabile in questi casi, si finisce non tanto per enfatizzare le qualità della democrazia a scapito dei suoi difetti — come Sir Winston, che ebbe a trattare con entrambi i totalitarismi del XX secolo — ma piuttosto sono i difetti a venire esaltati a scapito delle qualità.

Ai critici dei sistemi occidentali non sono mai mancati i motivi di condanna. Tali motivi abbondano anche oggi, e in questo lavoro abbiamo l'ambizione di trattarne uno. La democrazia è stata considerata in passato come il sistema politico in cui il dibattito pubblico favorisce l'adozione di scelte illuminate da parte di individui onniscienti. Si è a lungo ritenuto inoltre che le scelte della democrazia debbano riguardare temi e argomenti di carattere collettivo, come le ideologie e i programmi di governo. Questa visione è stata successivamente fatta oggetto di critiche in nome di una considerazione più realistica delle condizioni di funzionamento di una democrazia. Recentemente, una delle critiche più frequenti riguarda l'evoluzione della democrazia verso metodi di scelta e di governo basati su una crescente personalizzazione.

La personalizzazione della politica democratica è un fenomeno che non è ancora stato definito con precisione. Essa si manifesta in diversi ambiti e per mezzo di diverse attività, quali la guida dei governi, la conduzione dei partiti, la ricerca di visibilità individuale dei candidati in occasione delle campagne elettorali, le motivazioni delle scelte degli elettori. Ciò che unifica tanta diversità è il tono polemico impiegato per condannare ogni presunta manifestazione di personalizzazione. I termini usati — personalizzazione, ma anche populismo, deriva ple-

biscitaria, leaderismo, cesarismo, perfino presidenzialismo — sono invariabilmente caratterizzati da una denuncia dello scadimento della qualità del governo democratico. In questa sede non siamo interessati ad entrare in questa polemica anti-personalistica. Cercheremo invece di presentare alcuni aspetti della personalizzazione della politica, senza pretesa di completezza, ma limitandoci all'esame della personalizzazione dei processi elettorali.

La personalizzazione delle elezioni viene di solito considerata un fenomeno politico, sorto in tempi recenti, che può essere ricondotto a due cause principali. Prima di tutto, la personalizzazione elettorale deriva dalle modalità delle campagne elettorali moderne, e specialmente dall'impiego della televisione come strumento principale di propaganda. Più di quanto accada con altri mezzi di comunicazione, la videopolitica induce lo spettatore a valorizzare il medium rispetto al messaggio, ovvero colui che parla più delle cose che dice.

Meno frequentemente citato, ma non meno importante, è il contributo alla diffusione della personalizzazione garantito da alcuni interventi di ingegneria elettorale. A partire dagli anni Novanta alcune democrazie hanno reagito ad una perdurante crisi di governabilità introducendo l'elezione diretta delle cariche di governo. Trattare questi casi di riforma istituzionale come tendenze striscianti verso la "presidenzializzazione" dei sistemi parlamentari è probabilmente improprio, e certamente fuorviante. Vero rimane che esperienze differenti quali il premierato israeliano o le elezioni locali in Italia hanno abituato gli elettori a trattare la competizione elettorale anche come materia di contesa personale fra candidati, al pari di quanto da sempre avviene nei sistemi presidenziali.

Accanto a questi cambiamenti della forma di governo nell'ultimo decennio si sono avute anche riforme del sistema elettorale che hanno favorito la diffusione del principio maggioritario, spesso abbinato al principio proporzionale all'interno di sistemi elettorali di tipo misto. Le elezioni maggioritarie presentano come è noto la duplice caratteristica di svolgersi in collegi uninominali di piccole dimensioni e di presentare esplicitamente agli elettori una competizione fra candidati piuttosto che fra partiti. Anche in questo caso, la tendenza verso la personalizzazione elettorale è talmente chiara che generano stupore soprattutto quei casi — come l'Italia dopo il 1993 — in cui essa non si manifesta con la massima evidenza.

La presenza di elezioni primarie è un altro aspetto del processo elettorale suscettibile di ampliare la tendenza alla personalizzazione.

Rispetto agli esempi precedenti, le primarie costituiscono un'eccezione da due punti di vista. In primo luogo, non sono considerate come un fenomeno degenerativo, ma piuttosto come un perfezionamento della democrazia garantito dal ruolo preminente accordato alla partecipazione dei cittadini. Inoltre, a differenza delle riforme del sistema elettorale, le primarie rimangono al momento un tema relativo al dibattito sui possibili futuri sviluppi, visti gli ostacoli che l'istituto incontra ad espandersi al di fuori dell'esperienza politica statunitense.

Ricapitolando, la personalizzazione elettorale viene considerata una malattia delle democrazie, imputabile alla centralità comunicativa della televisione, alla demoelezione delle cariche di governo e all'impiego di sistemi elettorali a impianto maggioritario. In questo modo, la personalizzazione è ricondotta ad eventi relativamente recenti e viene perciò ritenuta una tendenza in atto al più da un paio di decenni. In realtà, gli studi politici odierni e passati mostrano numerosi antecedenti della personalizzazione. In ordine di tempo, l'esame del potere carismatico di Max Weber costituisce lo studio più noto di un fenomeno politico importante che è ricondotto alla qualità personali di un individuo. Gli studi sui modelli di partito hanno mostrato il ruolo preminente dei singoli individui per il funzionamento dei partiti di notabili ottocenteschi. E le tendenze personalistiche — anche di tipo degenerativo — presenti all'interno dei partiti di massa e dei partiti pigliatutti sono state stigmatizzate da Roberto Michels e da Otto Kirchheimer ben prima che l'attenzione si incentrasse sui partiti populistici o sui partiti personali. Nel più ristretto campo degli studi elettorali in Italia, le ricerche sul voto di scambio e sul voto di preferenza hanno inaugurato l'esame degli aspetti personalistici della competizione elettorale molto prima dell'avvento della Seconda Repubblica.

Gli articoli raccolti in questo volume tengono conto dell'ampiezza dei contorni della personalizzazione elettorale e, per renderne conto, assumono prospettive differenti. Nella prima parte vengono trattati fenomeni di personalizzazione a livello di sistemi politici nazionali. Nel contributo che apre il volume Gian Luca Fruci prende in esame i metodi di selezione collettiva delle candidature in occasione delle prime elezioni italiane e francesi a suffragio universale maschile dirette svoltesi nel biennio 1848-1849, evidenziando il ruolo fondamentale giocato, secondo i canoni aristocratici del governo rappresentativo classico, dai singoli candidati in un processo elettorale non competitivo, animato da costellazioni politiche quasi esclusivamente locali e basate sulle attività fortemente partecipate dei comitati elettorali.

Maria Serena Piretti tratta il caso italiano assumendo una prospettiva di lungo periodo, che prende le mosse dalle elezioni dell'Italia liberale, passa per il ventennio fascista e attraversa la storia repubblicana arrivando fino alle ultime elezioni maggioritarie. Nonostante i cambiamenti del contesto politico e l'avvicendamento dei sistemi elettorali, gli elementi di personalizzazione della campagna non mancano di manifestarsi in tutti i periodi presi in esame.

Mauro Barisione utilizza interviste qualitative realizzate in Italia e in Francia in occasione delle elezioni europee del 1999 per studiare le reazioni degli elettori agli stimoli forniti dalla comunicazione televisiva. Sorprendentemente, l'impatto della comunicazione risulta molto meno significativo di quanto solitamente si pensi, anche se rimane difficile stabilire quanto ciò dipenda dalla campagna "a bassa intensità" che è tipica delle elezioni europee.

Gianna Grasso prende in esame la letteratura sul tema della personalizzazione del processo elettorale in atto in Italia a partire dall'introduzione del sistema elettorale prevalentemente maggioritario. L'analisi delle ricerche disponibili mostra il notevole impatto sulle scelte di voto esercitato in occasione delle elezioni del 2001 dalle immagini dei due candidati premier, Rutelli e Berlusconi. Questo effetto è significativo soprattutto nei confronti di alcune fasce di elettorato maggiormente esposte alla comunicazione televisiva.

Nelle elezioni italiane per la Camera dei Deputati è stato riscontrato un esteso ricorso al voto differenziato, vale a dire all'utilizzo delle due schede con cui l'elettore esprime le proprie preferenze al maggioritario e al proporzionale per sostenere formazioni differenti. Fulvio Venturino utilizza dati di sondaggio raccolti in occasione delle elezioni parlamentari del 2001 per cercare una spiegazione di questa pratica. Le possibili cause prese in esame sono parecchie, ma quella dominante risulta la scarsa simpatia provata dall'elettore per il leader della coalizione.

La seconda parte del volume presenta una serie di ricerche sulla personalizzazione delle elezioni locali in Italia. Marco Giaffreda esamina le strategie applicate nella campagna per le elezioni regionali del 2000 da Raffaele Fitto, giovane candidato del centrodestra alla carica di "governatore" della Puglia. Per una migliore valutazione, l'analisi è preceduta da un breve esame della precedente campagna realizzata dallo stesso Fitto per le elezioni europee dell'anno precedente. L'articolo fa emergere una singolare compresenza di tattiche moderne, incentrate sul partito personale del candidato, e di comportamenti di tipo

tradizionale, che proseguono invece le consuetudini delle campagne elettorali della Prima Repubblica.

Roberto De Luca evidenzia la capacità dei candidati al Consiglio Regionale di attirare voti di preferenza individuali in occasione delle elezioni del 2000 in Calabria. Una capacità che non si limita a determinare la sorte dei singoli candidati, ma che influenza anche il risultato della competizione fra i partiti. Gli elettori infatti indirizzano il proprio voto ai partiti soprattutto in base alle simpatie personali per uno specifico candidato.

Lorella Cedroni e Antonio Sofi esaminano le elezioni del 2003 per la Provincia di Roma. Analizzando il contenuto dei manifesti affissi sui muri emergono le differenti strategie messe in campo dai due candidati principali. L'*incumbent* Silvano Moffa, candidato per il centro-destra, ha fatto ricorso soprattutto alla sua passata esperienza di Presidente della Giunta Provinciale. Enrico Gasbarra, candidato per il centrosinistra, ha invece puntato maggiormente sulla novità del suo personaggio, già noto sulla scena politica romana, che tuttavia concorreva per la carica in qualità di *opponent*. In entrambi i casi, il ricorso alla personalizzazione è stato marcato, anche se di tipo differente.

Vittoria Cuturi prende in esame alcune tornate elettorali a livello comunale e provinciale a Catania, disputate successivamente all'introduzione dell'elezione diretta del Sindaco e del Presidente della Provincia. L'analisi empirica, basata su dati aggregati, conferma la presenza del tradizionale effetto *incumbency*, che garantisce un vantaggio elettorale al candidato che si presenta ad un'elezione in qualità di Sindaco o di Presidente in carica. Ma viene anche riscontrato un trasferimento di *incumbency* su altri candidati della stessa parte politica dell'*incumbent*, nonché un utilizzo dell'*incumbency* in forme improprie, quando la popolarità ottenuta dall'occupazione di una carica viene utilizzata per la conquista di un'altra carica.

Anche l'articolo di Rossana Sampugnaro presenta i risultati di una ricerca empirica condotta in Sicilia in occasione di alcune recenti elezioni provinciali e comunali. L'impiego di tecniche di analisi qualitativa e quantitativa permette di evidenziare il ruolo della comunicazione faccia a faccia nell'orientare le scelte di voto degli elettori, nonostante la prevalenza generalmente attribuita alla comunicazione mediatica e soprattutto televisiva.

Nelle conclusioni, Vittoria Cuturi ricostruisce il contributo che lo studio dei diversi aspetti della personalizzazione fornisce alla comprensione dei processi elettorali.