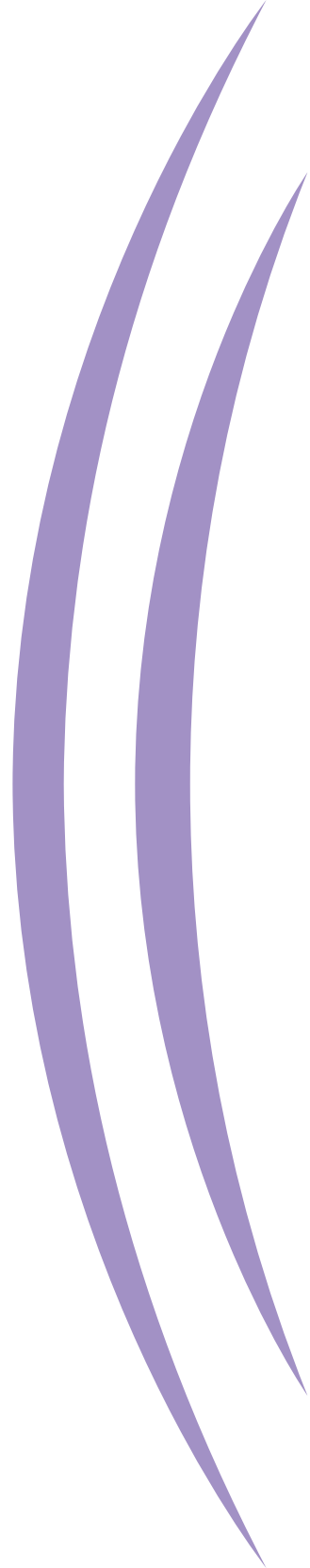
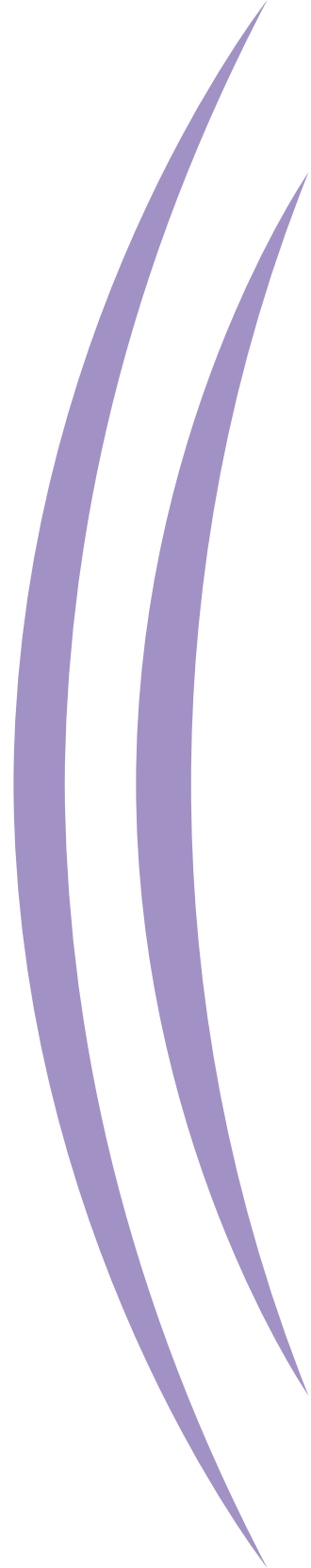


PAR
CONDICIO



IL CORECOM
PIEMONTE:
TRE ANNI
DI PAR CONDICIO





2008-2009-2010 MONITORAGGI A CONFRONTO

In questo volume sono raccolte le esperienze di monitoraggio delle emittenti locali piemontesi in occasione di tre importanti consultazioni elettorali: le elezioni politiche del 13 e 14 aprile 2008, le elezioni europee del 6 e 7 giugno 2009 e le elezioni regionali del 28 e 29 marzo 2010. In contemporanea a queste consultazioni si sono svolte elezioni amministrative di rilievo in diversi comuni e province e, nel 2009, anche il Referendum sulla legge elettorale. I rapporti di monitoraggio si sono focalizzati sulle competizioni nazionali, regionali e sulle consultazioni locali nelle province e nei comuni superiori a 15.000 abitanti¹, in modo da evidenziare la visibilità dei candidati nelle diverse competizioni. Per esigenza di sintesi e per rendere più agevole il confronto fra i diversi monitoraggi, non è qui riportata la totalità di statistiche prodotte ma una selezione utile a comprendere l'offerta complessiva del sistema dei media piemontesi e le principali differenze editoriali emerse fra le testate.

I risultati quantitativi esposti di seguito si riferiscono a notiziari, programmi di informazione e di comunicazione politica trasmessi nei periodi campionati². I messaggi autogestiti gratuiti (MAG) e i messaggi autogestiti a pagamento (MAP) sono stati esaminati a parte per la diversa natura dei programmi – di fatto propagandistica e in quanto tale non assimilabile alla politica editoriale delle emittenti – e per le diverse normative in materia rispetto agli altri generi di programma. Questi messaggi sono un'*opportunità* per i

¹ Nel 2008 si è votato per la Provincia di Asti e per i Comuni di Ivrea e Orbassano; nel 2009 per le Province di Torino, Alessandria, Biella, Cuneo, Novara, Verbano-Cusio-Ossola e per i Comuni di Alba, Bra, Casale Monferrato, Cossato, Fossano, Novi Ligure, Rivoli, Saluzzo, Settimo Torinese, Tortona, Verbania, Vercelli.

² La distinzione fra programmi di informazione e di comunicazione politica non è sempre agevole. La definizione offerta all'articolo 2, comma 1, lettera c), del codice di autoregolamentazione di cui al decreto del Ministro delle comunicazioni 8 aprile 2004 (si intende «per programma di comunicazione politica», ogni programma in cui assuma carattere rilevante l'esposizione di opinioni e valutazioni politiche manifestate attraverso tipologie di programmazione che comunque consentano un confronto dialettico tra più opinioni, anche se conseguito nel corso di più trasmissioni»), ripresa anche dalle direttive dell'AGCOM, è ampia e potenzialmente inclusiva di tutti i programmi di informazione che accolgono un confronto fra opinioni. Tuttavia, formalmente, le emittenti locali sono tenute a comunicare ai rispettivi Corecom l'elenco e il calendario di queste trasmissioni sette giorni prima della messa in onda. Una pratica che non è stata sempre seguita con tempestività, lasciando quindi qualche margine di indeterminatezza sul confine fra programmi di informazione e programmi di comunicazione politica.

competitori politici, ma non un *dovere* per le emittenti. Qualora vi sia la volontà, le reti devono comunicare in anticipo la disponibilità a offrire spazi autogestiti e, qualora vi sia un interesse, i competitori politici debbono avanzare una richiesta di inclusione nei modi e tempi previsti. Nel capitolo di questo volume dedicato alla trasmissione di MAG e MAP sono approfonditi gli obblighi delle emittenti locali (ad esempio, l'avviso di offerta di spazi, la garanzia di condizioni economiche uniformi, la sovrimpressione della scritta "messaggio elettorale a pagamento", eccetera), fra i quali è esclusa l'uguaglianza di spazi poiché la trasmissione di messaggi autogestiti dipende dalla volontà delle emittenti e dei competitori politici, nonché della correttezza formale delle domande di partecipazione inoltrate.

Le reti televisive locali, come quelle nazionali, hanno il dovere di informare i cittadini sulle alternative politiche in maniera equa, con obiettività e imparzialità. Questo impegno è indicato nella legislazione vigente e ribadito dalle disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e parità di accesso ai mezzi di informazione preparati dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in occasione di ogni consultazione elettorale. Per comprendere la complessità di fare informazione sui temi elettorali a livello locale, e nel contempo interpretare correttamente i risultati dei monitoraggi, è utile tuttavia sottolineare preliminarmente due aspetti: il primo riguarda l'*eterogeneità* delle diverse competizioni elettorali analizzate, il secondo la *specificità locale* dei media monitorati.

Sul primo punto, è bene ricordare che nel triennio considerato si sono svolte 6 diverse elezioni (per il rinnovo del Parlamento Nazionale, del Parlamento Europeo, dell'Assemblea Regionale, di Consigli provinciali e comunali, e un Referendum), ognuna delle quali ha adottato modalità e regole di voto differenti. Il sistema elettorale influisce sulla sfera politica favorendo o scoraggiando la formazione di alleanze politiche, la nascita di nuovi partiti e movimenti, l'indicazione di un *leader*, candidato premier o governatore. In aggiunta agli influssi di cambiamento stimolati dal sistema di voto a cui si assiste nei periodi pre-elettorali, la sfera politica si evolve naturalmente nel tempo. Le trasformazioni sono stimulate dalle sollecitazioni degli elettori (vittorie e sconfitte elettorali, sondaggi, manifestazioni), dalle questioni che si impongono all'agenda dell'attualità (emergenze, crisi economica, scandali), dalle esperienze di governo (rapporti fra alleati, successi o insuccessi), nonché dalle ambizioni politiche e personali dei *leader*. I media impegnati a raccontare le vicende politiche e le contese elettorali devono tener conto delle peculiarità del sistema politico in un momento dato, in modo da pianificare adeguatamente l'offerta informativa e calibrare la rappresentazione mediatica. Di conseguenza, anche per interpretare correttamente il concetto di pluralismo dei media, è necessario considerare il tipo di elezioni monitorate (per cosa si chiamano i cittadini alle urne), la geografia politica (chi sono i concorrenti e come sono composti gli schieramenti) e l'architettura elettorale (il sistema elettorale e gli elettori coinvolti). Per fare un esempio, se nelle elezioni regionali assume particolare importanza l'equità di accesso dei candidati che competono per il ruolo di governatore, nelle elezioni europee, con un sistema elettorale proporzionale, l'attenzione all'equità di accesso si sposta sulle singole liste concorrenti.

L'identità locale delle emittenti è un altro aspetto rilevante per comprendere il ruolo informativo che esse svolgono. Le TV piemontesi mantengono la propria missione di interesse territoriale, alcune con un respiro regionale, altre strettamente provinciale. In questo quadro, le reti offrono un collegamento prezioso fra candidati

e territorio, sia che ci sia una sovrapposizione diretta fra tipo di elezioni e territorio (nelle elezioni comunali o provinciali la dimensione locale è implicita nel tipo di voto), sia quando la consultazione è nazionale o europea ma i candidati esprimono un'appartenenza regionale o comunque competono in una circoscrizione. Questa volontà di rappresentare il locale rende certamente più ambizioso e complesso il racconto elettorale: le redazioni di notiziari o programmi di informazione devono riflettere contemporaneamente la dimensione *nazionale* e quella *locale*, poiché simultaneamente si svolgono diverse competizioni elettorali e i protagonisti politici si confrontano e promuovono eventi che hanno un impatto sui diversi livelli. In aggiunta all'informazione prettamente elettorale, sulle attività di candidati e partiti politici, c'è poi la cronaca ordinaria sui lavori delle amministrazioni locali che riguardano i provvedimenti presi dalle giunte locali e i temi di dibattito nei consigli regionali, provinciali e comunali. La distribuzione degli spazi televisivi fra partiti politici è ovviamente influenzata dalla quantità di informazione locale proposta da una rete e dalle composizioni politiche delle amministrazioni in carica.

Per offrire un quadro più completo possibile dell'offerta televisiva locale in Piemonte, nel triennio 2008-2010 i progetti di monitoraggio hanno esaminato diverse emittenti: 12 reti nel 2008 e 16 nel 2009 e 2010. La tabella 1 riporta l'elenco di reti monitorate ogni anno. La quantità di ore di trasmissione visionata è stata ingente: 2.545 nel 2008, 5.908 nel 2009 e 3.250 nel 2010. Le divergenze di estensione nei periodi considerati sono conseguenza della diversa ampiezza delle tre campagne elettorali.

Tabella 1

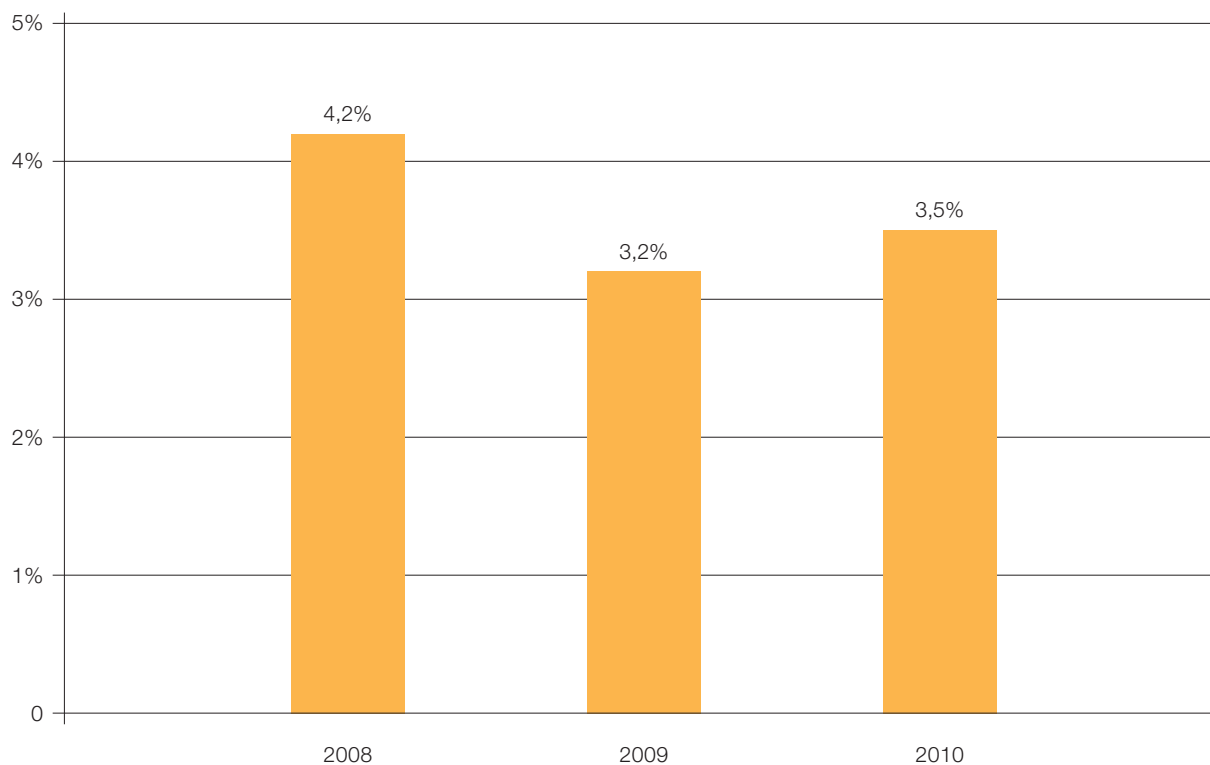
RETI MONITORATE

| Reti | 2008 | 2009 | 2010 |
|--------------------|------|------|------|
| Altitalia TV | | x | x |
| GRP | x | x | x |
| Primantenna | x | x | x |
| Quadrifoglio | | x | x |
| Quarta Rete | x | x | x |
| Rete 7 | x | x | x |
| Rete Canavese | x | x | x |
| Telecity | x | x | x |
| Telecupole | x | x | x |
| Telegranda | | x | x |
| Telestudio | x | x | x |
| Telesubalpina | x | x | x |
| VCO Azzurra | x | x | x |
| Videogruppo | x | x | x |
| Videonovara | | x | x |
| TGR Rai (Piemonte) | x | x | x |

Il volume dell'offerta informativa su soggetti politici individuali e partiti politici è stata di circa 108 ore nel 2008, 190 nel 2009 e 113 nel 2010. L'attenzione dei media locali alle contese elettorali è stata certamente consistente, occupando quote di palinsesto significative (grafico 1) e offrendo ai cittadini piemontesi una genuina opportunità di conoscere programmi e candidati sia a livello nazionale sia a livello locale. La densità di informazione politica nel palinsesto è variata a seconda dell'importanza delle consultazioni: le elezioni politiche del 2008 hanno raccolto la percentuale più elevata di attenzione nei palinsesti (4,2% di pertinenza politica sul totale delle ore monitorate), seguite dalle elezioni regionali del 2010 (3,5%) e dalle elezioni europee del 2009 (3,2%). L'attenzione alle campagne elettorali del triennio è comunque relativamente costante. La percentuale leggermente superiore riscontrata nel primo anno è in parte da attribuirsi al numero inferiore di emittenti monitorate nel 2008 (12) rispetto agli anni successivi (16): le quattro reti aggiunte al campione di emittenti nel 2009 e 2010 si sono, infatti, rivelate meno propense a dedicare ampi spazi di palinsesto all'informazione politica ed elettorale.

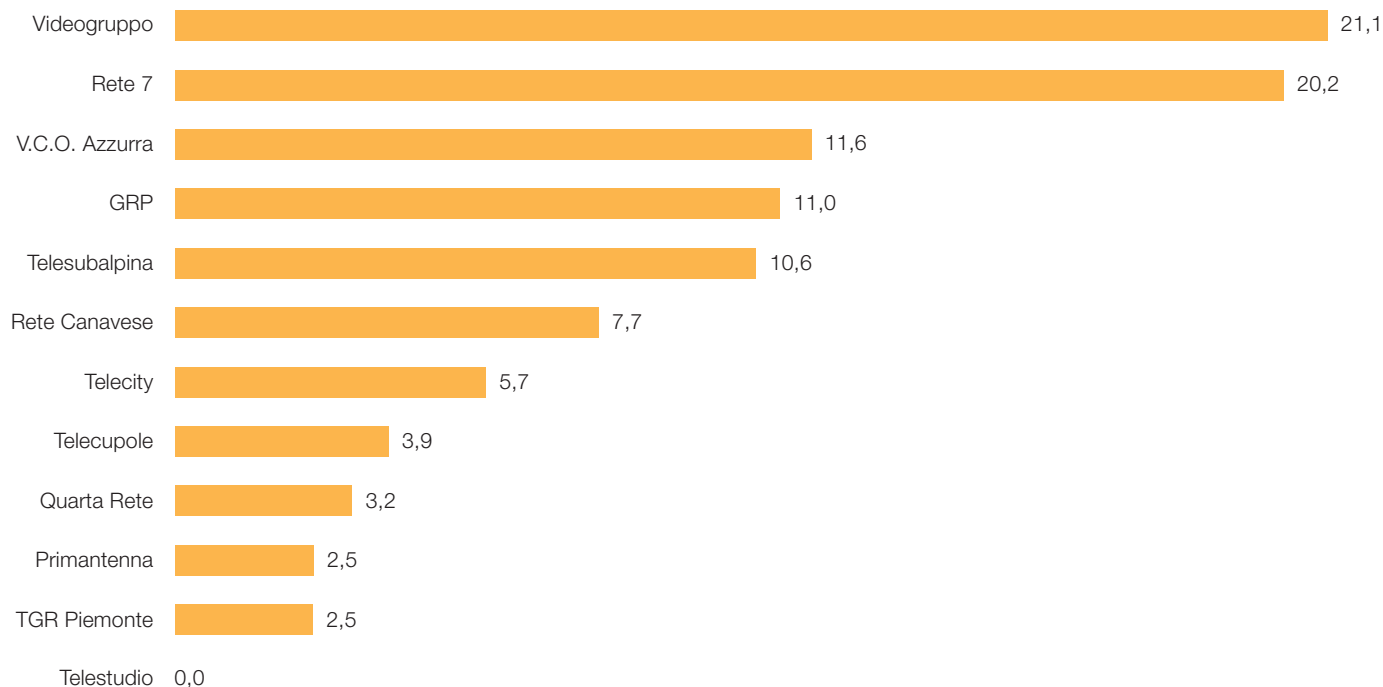
I profili delle reti sono molto diversi, come si evince dai dati riportati nella quinta sezione di questo volume, tuttavia, il sistema dei media locale nel suo complesso assolve alla funzione di informare i cittadini sui temi politici ed elettorali di interesse pubblico. L'informazione offerta è ampia e distintiva, legata al territorio e varia nei *format* televisivi. A supporto di questa tesi, basti ricordare che in occasione delle elezioni del 2010, l'offerta locale è stata superiore a quella nazionale non solo, come è logico, sulle competizioni amministrative ma anche sulla politica nazionale. La Rai, in seguito alla presentazione del regolamento attuativo della legge sulla Par Condicio della Commissione Parlamentare di Vigilanza, decise di sospendere tutti i talk show politici, fra cui *Annozero*, *Porta a Porta*, *Ballarò*, *Ultima parola*, *In ½ ora*. Al contrario, le emittenti locali hanno continuato ad offrire i propri programmi di approfondimento e talk show politici, garantendo ai telespettatori una opportunità di seguire contraddittori. In aggiunta, inoltre, è stato trasmesso da diverse TV locali (in Piemonte da Alitalia, Telestudio e Videogruppo) lo show di Michele Santoro *Rai per una notte*. Anche il faccia a faccia fra i candidati Mercedes Bresso e Roberto Cota condotto da Giovanni Floris, uno Speciale Ballarò parte dell'iniziativa denominata *Il Giro d'Italia 4x4* promossa dalla Federazione Italiana della Stampa, è stato trasmesso sul sito internet di Repubblica e su alcune emittenti locali (Quarta Rete, Rete 7 e VCO Azzurra).

QUOTA DI PALINSESTO (%) DEDICATA A SOGGETTI E PARTITI POLITICI



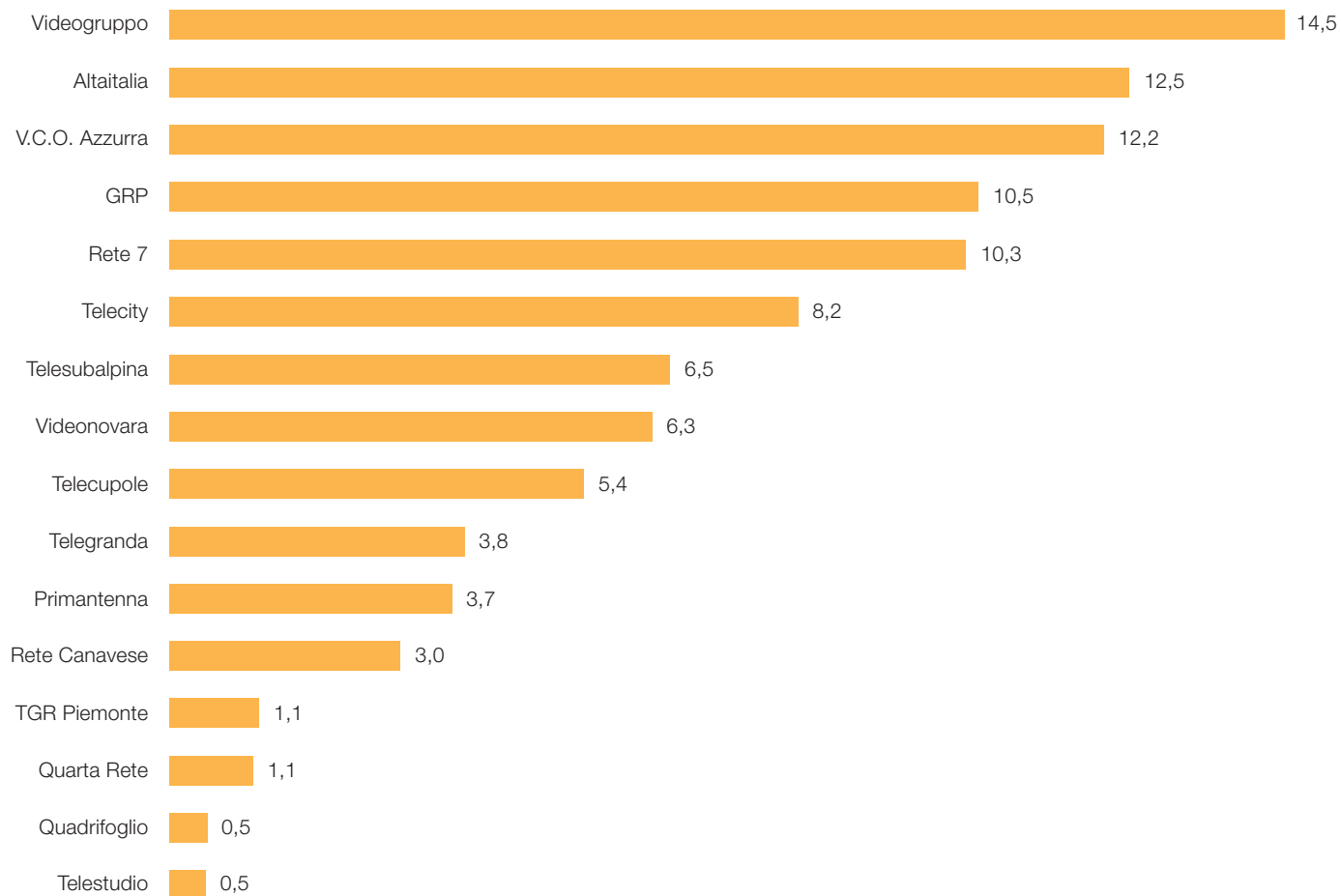
Il volume della copertura complessiva dei soggetti politici suddiviso per emittente evidenzia i diversi profili delle reti: alcune dedicano quote di palinsesto significative alle tematiche politiche ed elettorali, altre si confermano più orientate verso una programmazione di intrattenimento. Nel 2008 (grafico 2), le reti che offrono più informazione sui soggetti politici sono state Videogruppo e Rete 7, seguite da V.C.O. Azzurra, GRP e Telesubalpina. Viceversa, le reti che hanno proposto livelli di copertura più contenuti sono Telestudio, Primantenna e Quarta Rete. Discorso a parte merita il TGR Rai che contribuisce in maniera inferiore a causa dei limiti di trasmissione (tre edizioni giornaliere del notiziario per un totale di circa 50 minuti). In occasione delle elezioni politiche del 2008, le prime cinque emittenti raccolgono oltre il 70% della comunicazione su soggetti e partiti politici offerta dalle emittenti considerate.

COPERTURA COMPLESSIVA DEI SOGGETTI POLITICI PER EMITTENTE NEL 2008 (%)



Durante la competizione elettorale del 2009, le emittenti che si sono distinte per un palinsesto ricco di comunicazione su soggetti e partiti politici sono state Videogruppo, Altaitalia e V.C.O. Azzurra. Videogruppo e V.C.O. Azzurra hanno confermato lo stesso profilo editoriale mostrato nel 2008, quando si sono distinte fra le reti più ricche di informazione politica, mentre per Altaitalia manca il termine di confronto poiché la rete è stata inserita nel campione di monitoraggio nel 2009. Le emittenti che hanno inciso meno in termini percentuali sul monte ore complessivo offerto dall'emittenza locale a soggetti politici sono Telestudio, Quadrifoglio e Quarta Rete. Anche in questo caso, queste reti hanno confermato un profilo simile a quello osservato nel 2008, consolidando la propria vocazione prevalente di intrattenimento.

COPERTURA COMPLESSIVA DEI SOGGETTI POLITICI PER EMITTENTE NEL 2009 (%)



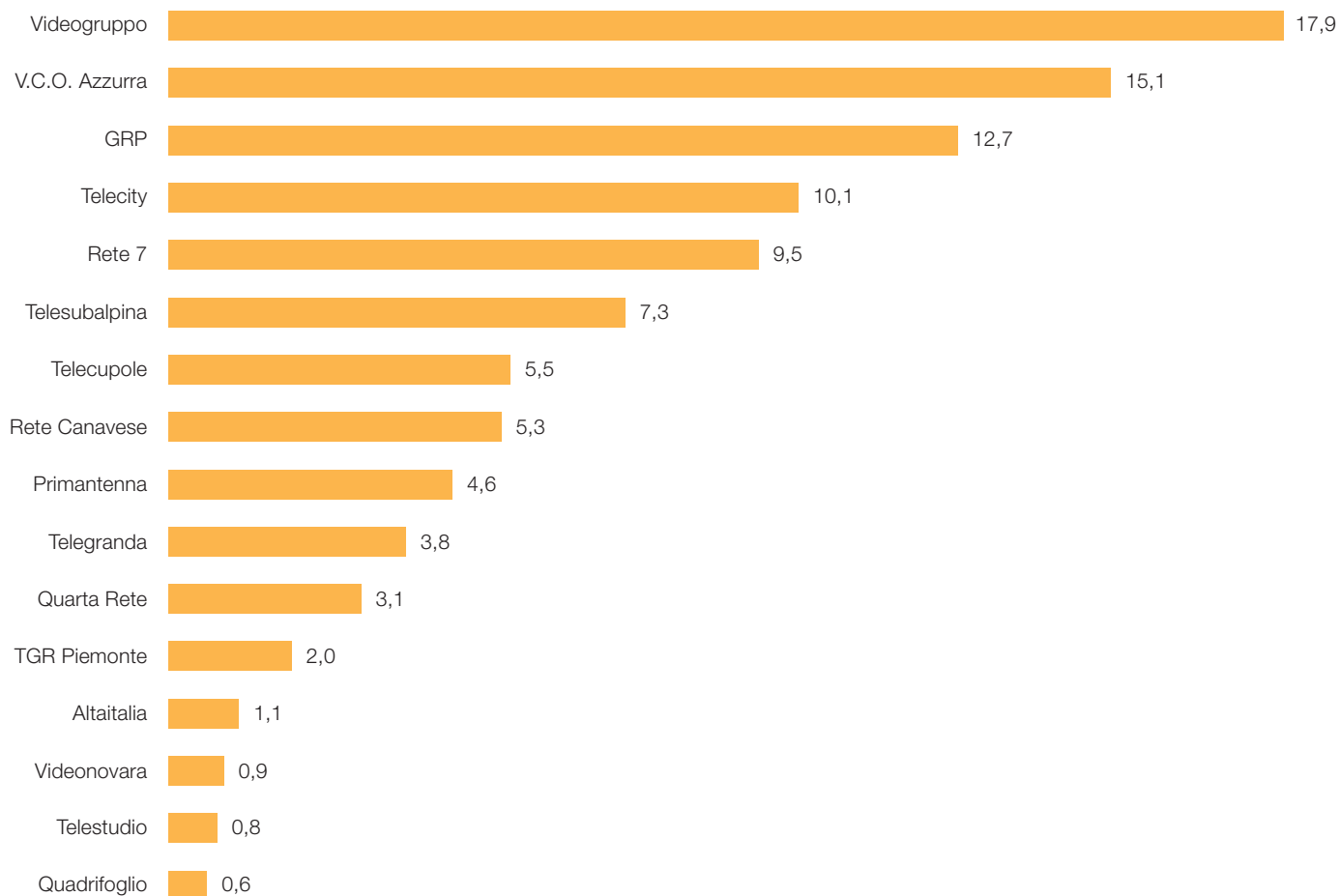
Nel 2010, le reti che hanno offerto più informazione sulla competizione elettorale sono state Videogruppo, V.C.O. Azzurra e GRP; le emittenti che hanno dedicato minore spazio alla comunicazione politica sono state Quadrifoglio, Telestudio e Videonovara.

Confrontando gli atteggiamenti di rete nei tre anni analizzati, si può notare che un gruppo di emittenti, fra cui Videogruppo, Rete 7, V.C.O. Azzurra e GRP, mantiene nel corso del tempo la propria vocazione informativa dedicando ampio spazio a soggetti e partiti politici in tutte le competizioni elettorali. Altre emittenti, fra cui Telestudio, Quadrifoglio, Quarta Rete, hanno invece offerto costantemente spazi più ridotti alla

politica mostrando un orientamento più spiccato verso una programmazione di intrattenimento. Diverse scelte editoriali fra un anno e l'altro si notano in Altaitalia e Videonovara che, a fronte di quote significative di informazione durante la competizione del 2009, riducono sensibilmente la propria offerta nella campagna elettorale del 2010.

Grafico 4

COPERTURA COMPLESSIVA DEI SOGGETTI POLITICI PER EMITTENTE NEL 2010 (%)





IL PLURALISMO POLITICO

In questa sezione sono sintetizzati i risultati principali dei monitoraggi delle tre diverse competizioni elettorali nel 2008, 2009 e 2010. I grafici illustrano la distribuzione dei tempi di parola (durata dell'intervento in voce del soggetto politico) e dei tempi di antenna (durata dell'attenzione su un soggetto politico) fra i competitori politici in tutte le emittenti monitorate. Questo dato consente di avere un quadro complessivo sul pluralismo politico offerto dal sistema dei media locali nel suo insieme, sul cosiddetto *pluralismo esterno* che misura la diversificazione offerta dai mezzi di comunicazione e si fonda sulla concorrenza fra diverse emittenti, ognuna delle quali porta una voce e un punto di vista. La domanda implicita in questo caso è se il pubblico dell'emittenza locale ha avuto a disposizione un'informazione plurale sulle alternative politiche. Le tabelle per rete, che presentano la percentuale di tempo di antenna e di parola ricevuto dai competitori in ogni emittente, offrono invece uno sguardo sul *pluralismo interno*, quello cioè offerto dai palinsesti di ogni singola emittente.

Elezioni politiche e amministrative del 2008

Il monitoraggio del periodo di campagna elettorale compreso fra il 16 marzo e l'11 aprile 2008 ha rilevato un tempo di antenna complessivo di circa 108 ore, includendo i notiziari e i programmi di informazione e comunicazione politica di 11 emittenti locali e le tre edizioni quotidiane del TGR Rai del Piemonte.

Nel 2008 si è votato per il rinnovo del Parlamento con un sistema elettorale proporzionale, corretto da quote di sbarramento e un premio di maggioranza. Per quanto riguarda le quote di sbarramento, la legge

elettorale prevedeva tre livelli: 1) la soglia minima del 10% per le coalizioni; 2) la soglia del 4% per i partiti che correvano da soli; 3) la soglia del 2% per i partiti che entravano in coalizioni. Il premio di maggioranza, introdotto per incrementare la governabilità, offriva al partito che otteneva più voti il numero di seggi eventualmente mancante per raggiungere la quota del 55% di seggi alla Camera dei Deputati. Le liste dei candidati erano bloccate, senza la possibilità per l'elettorale di indicare una preferenza. Queste "correzioni" al sistema proporzionale puro hanno stimolato i partiti a fondersi fra loro dando vita a soggetti unici, a formare alleanze elettorali e a indicare il proprio candidato premier.

Alle elezioni politiche si giunge dopo la caduta anticipata del governo Prodi il 24 gennaio 2008 e lo scioglimento delle Camere il 6 febbraio. Il quadro politico alla vigilia del voto appare molto diverso rispetto alle elezioni precedenti. Innanzitutto si sono formati due nuovi partiti: il Partito Democratico, costituito nel 2007 principalmente dalla fusione dei Democratici di Sinistra e La Margherita, e il Popolo della Libertà, lanciato da Silvio Berlusconi nello stesso anno durante una manifestazione a Piazza San Babila a Milano e formalizzato nel febbraio 2008 con l'unione dei due partiti maggiori del centrodestra Forza Italia e Alleanza Nazionale. A seguito della caduta anticipata del governo di centrosinistra, il segretario del Partito Democratico Walter Veltroni sceglie di non proseguire nell'esperienza dell'Ulivo e di rompere l'alleanza con la sinistra radicale. Il Partito Democratico promuove la suggestione della "vocazione maggioritaria" del partito e di alleanze omogenee per il governo del paese. In extremis, Walter Veltroni accetta un'alleanza politica con l'Italia dei Valori di Antonio Di Pietro, con l'accordo – sfumato dopo la sconfitta elettorale – che tutti i parlamentari eletti sarebbero confluiti nel medesimo gruppo, e con i Radicali Italiani, che accettano di candidare alcuni dei propri esponenti nelle liste del Partito Democratico. Nello schieramento politico di centrodestra, il Popolo della Libertà ripropone l'alleanza con la Lega Nord, mentre l'Unione di Centro di Pierferdinando Casini sceglie di non allearsi con nessuno e presentarsi sola alle elezioni. Le forze della sinistra radicale (Rifondazione Comunista, Partito dei Comunisti Italiani, Verdi e Sinistra Democratica) si alleano sotto la sigla Sinistra Arcobaleno e indicano come candidato premier l'ex presidente della Camera Fausto Bertinotti.

In questo quadro politico, la campagna elettorale si concentra sulle *leadership* anche perché, abolite le preferenze, la competizione fra candidati è sostanzialmente assente. Il governo uscente, caduto prematuramente, era di centrosinistra e sempre di centrosinistra erano le amministrazioni piemontesi più importanti (in particolare la Regione e il capoluogo Torino, guidati rispettivamente da Mercedes Bresso e Sergio Chiamparino).

I candidati premier nelle circoscrizioni Piemonte 1 e Piemonte 2 erano 15 (tabella 2). I leader più importanti erano Silvio Berlusconi (Popolo della Libertà e Lega Nord), Walter Veltroni (Partito Democratico e Italia dei Valori), Fausto Bertinotti (Sinistra Arcobaleno), e Pierferdinando Casini (Unione di Centro).

Tabella 2

CANDIDATI PREMIER E LISTE AFFILIATE NELLE ELEZIONI POLITICHE 2008

| | Candidato Premier | Liste affiliate | Simboli | | Candidato Premier | Liste affiliate | Simboli |
|---|-----------------------|--|---------|----|-------------------|--|---------|
| 1 | Silvio Berlusconi | Popolo della Libertà Lega Nord | | 9 | Stefano Montari | Per il Bene Comune | |
| 2 | Walter Veltroni | Partito Democratico Italia dei Valori | | 10 | Bruno De Vita | Unione Democratica dei Consumatori | |
| 3 | Fausto Bertinotti | Sinistra Arcobaleno | | 11 | Antonio Piarulli | Movimento PPA – Movimento Politico Pensiero Azione | |
| 4 | Pierferdinando Casini | Unione di Centro | | 12 | Marco Ferrando | Partito Comunista dei Lavoratori | |
| 5 | Enrico Boselli | Partito Socialista | | 13 | Giuliano Ferrara | Aborto? No, grazie | |
| 6 | Daniela Santanché | La Destra | | 14 | Sergio Riboldi | M.E.D.A. – Movimento Europeo Diversamente Abili | |
| 7 | Flavia D'Angeli | Sinistra Critica | | 15 | Renzo Rabellino | Lista Grilli Parlanti | |
| 8 | Stefano De Luca | Partito Liberale Italiano | | | | | |

La distribuzione del **tempo di antenna** (grafico 5) complessivo fra tutti i soggetti politici individuali e collettivi evidenzia una copertura completa rispetto a tutti i competitori in lizza, sebbene prevalgano le due liste maggiori, il Partito Democratico con il 27,4% e il Popolo della Libertà con il 21,1%. Nella competizione elettorale nazionale, il Popolo della Libertà era alleato con la Lega Nord, che ottiene il 6% del tempo di antenna, mentre il Partito Democratico si è presentato insieme all'Italia dei Valori che ha registrato il 2,8% di attenzione. Le due coalizioni maggiori hanno quindi ricevuto un'attenzione da parte dei media locali piemontesi elevata ed equilibrata. Un tempo di antenna inferiore, ma sempre rilevante, hanno ottenuto i partiti non affiliati alle due coalizioni maggiori: La Sinistra Arcobaleno ha ricevuto il 10,6% di spazio, l'Unione di Centro il 7%, il Partito Socialista il 4%, La Destra il 3,1%. Le altre liste hanno ottenuto percentuali di attenzione inferiori al 3%.

Anche per quanto riguarda il **tempo di parola** (grafico 6), si registra un sostanziale bilanciamento fra le due coalizioni maggiori: nel centrosinistra il Partito Democratico e l'Italia dei Valori hanno ottenuto rispettivamente il 25,1% e il 2,9%, nel centrodestra il Popolo della libertà ha ricevuto il 20,5% e la Lega Nord il 6,4%. Oltre alle liste dei due principali schieramenti, percentuali di tempo di parola superiori al 3% sono stati ottenuti da Sinistra Arcobaleno (11,4%), Unione di Centro (7,3%), Partito Socialista (4%) e La Destra (3,3%).

Gli esponenti politici aggregati nella voce “Altri soggetti politici” includono amministratori locali in carica o candidati di liste civiche che non avevano formalizzato appartenimenti con le liste candidate alle elezioni politiche. Il tempo di antenna di questi soggetti è pari a 11,5% e il tempo di parola a 11,6%.

Grafico 5

TEMPO DI ANTENNA (%) PER APPARTENENZA POLITICA (2008)

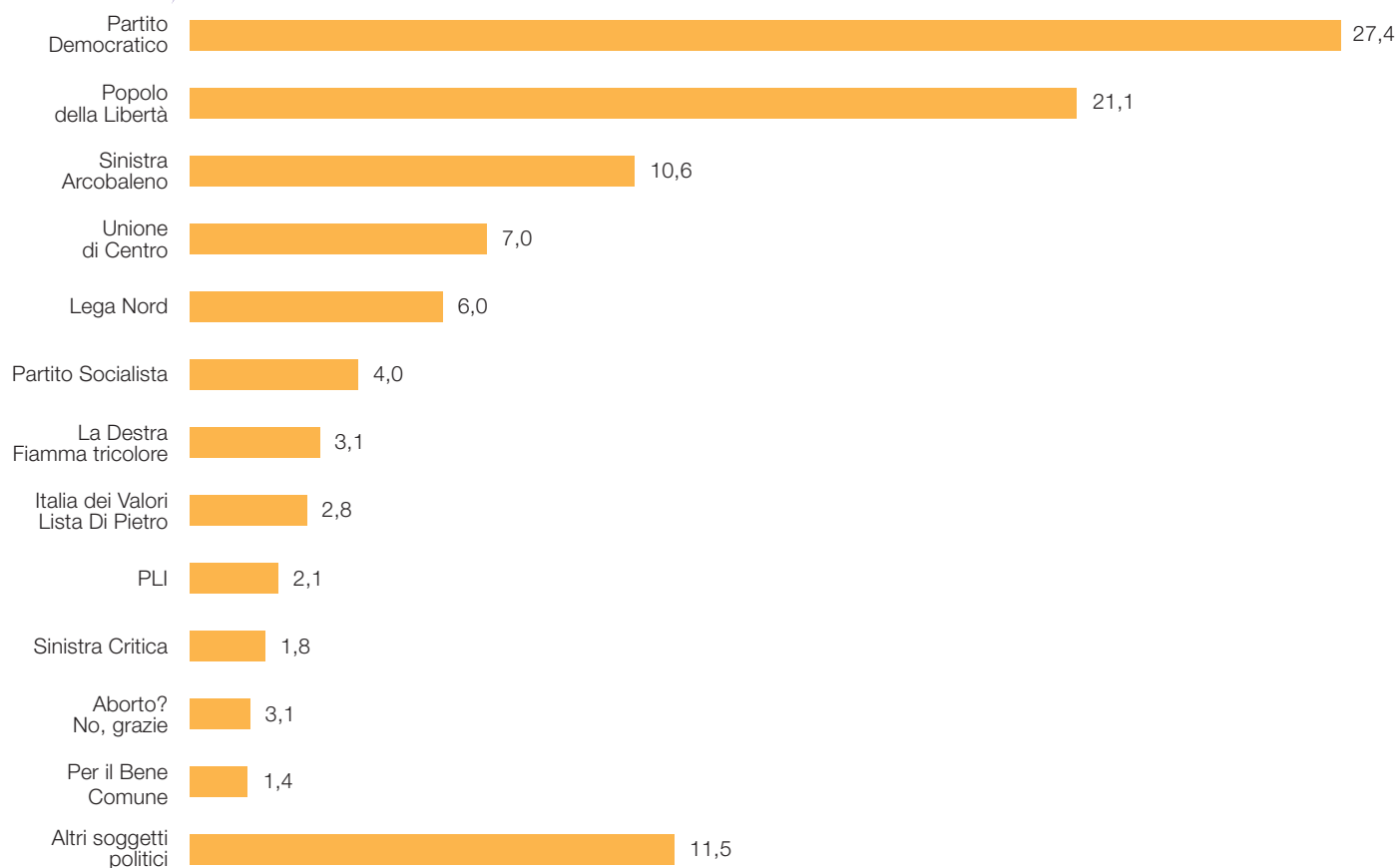
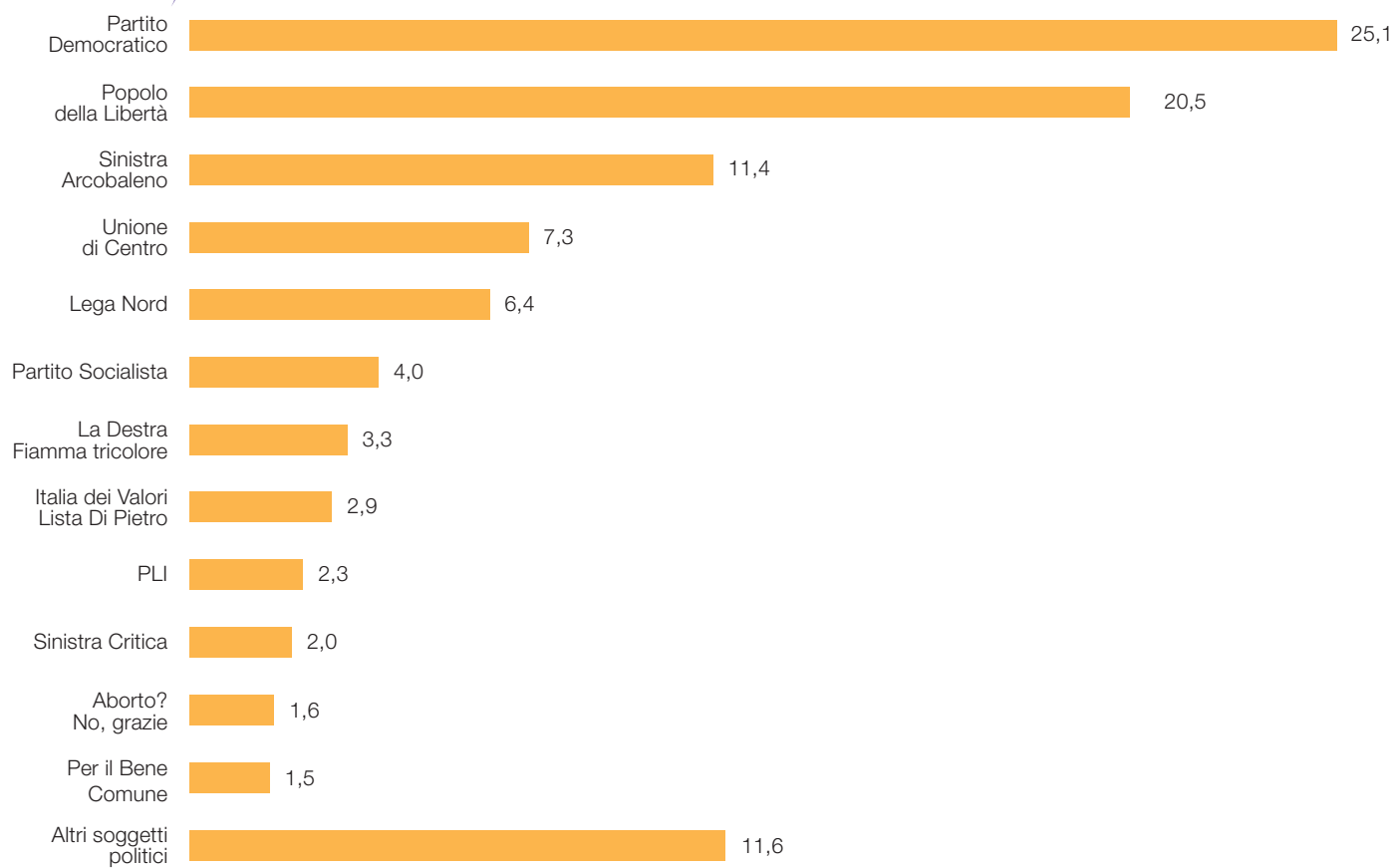


Grafico 6

TEMPO DI PAROLA (%) PER APPARTENENZA POLITICA (2008)



Le tabelle che seguono riassumono le percentuali dei tempi di antenna e di parola per tutti i soggetti e partiti politici aggregati per candidato premier e per rete.

Quasi tutte le emittenti hanno concentrato gran parte del tempo di antenna (tabella 3) sulle due coalizioni maggiori, guidate da Silvio Berlusconi e Walter Veltroni. Si distinguono Quarta Rete, con un tempo significativamente alto per la Sinistra Arcobaleno di Fausto Bertinotti (36,3%), e Videogruppo, che offre ampi spazi alle liste minori. In generale, tutte le reti mostrano un equilibrio di trattamento per le due coalizioni maggiori di centrodestra e centrosinistra, con una leggera prevalenza per le liste che sostengono Veltroni come candidato premier. L'alleanza di partiti di sinistra che ha scelto come leader Fausto Bertinotti ha un tempo di antenna elevato, oltre che - come già visto - su Quarta Rete, anche su Videogruppo (16,5%) e Telecity (15,5%). L'Unione di Centro di Pierferdinando Casini emerge soprattutto su Rete 7 (11,5%), GRP (10,1%) e Telecity (9%).

La distribuzione del **tempo di parola** (tabella 4) conferma le osservazioni fatte sul tempo di antenna. In particolare, si rinnova la concentrazione degli spazi di accesso sulle due coalizioni maggiori e il sostanziale equilibrio di trattamento da parte di tutte le reti nei confronti delle liste guidate da Berlusconi e Veltroni.

Le reti che dedicano più tempo di antenna e di parola agli "Altri soggetti politici" - fra cui Rete Canavese, V.C.O. Azzurra e Primantenna - sono quelle che seguono con più assiduità la politica di piccoli comuni e le competizioni amministrative, dove è più frequente la presenza di liste civiche non riconducibili ad appartenenze politiche nazionali.

Tabella 3

TEMPO DI ANTENNA (%) DEI SOGGETTI POLITICI PER CANDIDATO PREMIER E RETE (2008)

| Candidato Premier | GRP | Primantenna | Quarta Rete | Rete 7 | Rete Canavese | Telecity |
|-------------------------------|----------|-------------|-------------|----------|---------------|----------|
| Silvio Berlusconi | 30,0% | 24,4% | 18,0% | 34,9% | 24,8% | 27,4% |
| Walter Veltroni | 36,8% | 35,1% | 20,9% | 31,1% | 36,0% | 39,9% |
| Fausto Bertinotti | 6,5% | 3,1% | 36,3% | 8,9% | 5,6% | 15,5% |
| Pierferdinando Casini | 10,1% | 3,2% | 5,2% | 11,5% | 2,2% | 9,0% |
| Enrico Boselli | 5,0% | 4,4% | | 3,0% | 1,6% | 1,9% |
| Daniela Santanché | 3,8% | 3,3% | 0,4% | 4,8% | 2,7% | 1,1% |
| Flavia D'Angeli | 1,4% | 1,3% | 5,1% | 0,8% | | 0,6% |
| Stefano De Luca | 0,5% | 2,8% | | | | 2,1% |
| Stefano Montanari | 0,5% | 2,9% | | 0,6% | | 0,1% |
| Bruno De Vita | | 0,2% | | | | 0,5% |
| Antonio Piarulli | | 3,7% | | | | 0,1% |
| Marco Ferrando | | 1,7% | 6,0% | 0,9% | | 0,1% |
| Giuliano Ferrara | 0,0% | 0,3% | | 0,3% | | 0,0% |
| Sergio Riboldi | | 0,1% | | | | 0,0% |
| Renzo Rabellino | | 0,1% | 0,1% | | | 0,0% |
| Altri soggetti politici | 5,6% | 13,4% | 8,2% | 3,4% | 27,1% | 1,8% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 11.53.33 | 2.41.12 | 3.27.38 | 21.47.45 | 8.19.53 | 6.06.23 |

| Candidato Premier | Telecupole | Telestudio | Telesubalpina | V.C.O. Azzurra | Videogruppo | TGR Piemonte |
|-------------------------------|------------|------------|---------------|----------------|-------------|--------------|
| Silvio Berlusconi | 34,0% | | 27,6% | 25,3% | 20,0% | 26,7% |
| Walter Veltroni | 35,5% | 100,0% | 30,3% | 32,4% | 19,2% | 32,1% |
| Fausto Bertinotti | 1,7% | | 6,5% | 9,4% | 16,5% | 6,7% |
| Pierferdinando Casini | 7,6% | | 1,8% | 5,3% | 6,5% | 7,6% |
| Enrico Boselli | 3,0% | | 6,5% | 3,8% | 5,2% | 6,5% |
| Daniela Santanché | 2,6% | | 0,1% | 3,5% | 3,5% | 3,0% |
| Flavia D'Angeli | 0,1% | | 2,7% | | 4,2% | 3,3% |
| Stefano De Luca | | | 4,0% | 3,9% | 4,5% | 1,4% |
| Stefano Montanari | | | 2,2% | | 4,0% | 1,7% |
| Bruno De Vita | | | 1,7% | | 2,4% | 1,0% |
| Antonio Piarulli | | | 2,4% | | 2,6% | 1,4% |
| Marco Ferrando | | | 1,5% | | 2,7% | 1,6% |
| Giuliano Ferrara | | | 4,1% | | 4,2% | 1,5% |
| Sergio Riboldi | | | 1,1% | | 2,2% | 0,1% |
| Renzo Rabellino | | | 2,0% | 1,1% | 2,6% | 1,1% |
| Altri soggetti politici | 15,4% | | 5,7% | 15,4% | 0,0% | 4,4% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 4.11.44 | 0.00.32 | 11.24.55 | 12.31.07 | 22.41.39 | 2.40.52 |

Tabella 4

TEMPO DI PAROLA (%) DEI SOGGETTI POLITICI PER CANDIDATO PREMIER E RETE (2008)

| Candidato Premier | GRP | Primantenna | Quarta Rete | Rete 7 | Rete Canavese | Telecity |
|-------------------------------|---------|-------------|-------------|----------|---------------|----------|
| Silvio Berlusconi | 28,5% | 28,7% | 15,9% | 35,1% | 25,4% | 27,9% |
| Walter Veltroni | 36,2% | 35,6% | 18,6% | 30,1% | 34,7% | 37,7% |
| Fausto Bertinotti | 6,5% | 0,8% | 40,5% | 9,1% | 5,3% | 17,0% |
| Pierferdinando Casini | 11,6% | 2,5% | 5,1% | 11,9% | 2,2% | 10,4% |
| Enrico Boselli | 4,8% | 3,6% | | 3,1% | 1,9% | 1,5% |
| Daniela Santanché | 4,3% | | | 5,1% | 2,7% | 1,3% |
| Flavia D'Angeli | 1,5% | 2,3% | 5,8% | 0,9% | | 0,4% |
| Stefano De Luca | 0,2% | 2,4% | | | | 2,4% |
| Stefano Montanari | 0,7% | 1,8% | | 0,6% | | |
| Bruno De Vita | | | | | | 0,5% |
| Piarulli Antonio | | 2,1% | | | | |
| Marco Ferrando | | 2,3% | 6,8% | 0,9% | | |
| Giuliano Ferrara | | | | 0,3% | | |
| Sergio Riboldi | | | | | | |
| Renzo Rabellino | | | | | | |
| Altri soggetti politici | 5,6% | 18,0% | 7,3% | 3,0% | 27,8% | 1,1% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 9.05.07 | 1.27.25 | 2.59.28 | 20.25.46 | 6.31.09 | 4.28.38 |

| Candidato Premier | Telecupole | Telestudio | Telesubalpina | V.C.O. Azzurra | Videogruppo | TGR Piemonte |
|-------------------------------|------------|------------|---------------|----------------|-------------|--------------|
| Silvio Berlusconi | 39,6% | | 28,1% | 24,4% | 19,7% | 22,9% |
| Walter Veltroni | 30,3% | 100,0% | 25,5% | 32,6% | 18,7% | 24,6% |
| Fausto Bertinotti | | | 7,2% | 10,1% | 16,7% | 6,8% |
| Pierferdinando Casini | 8,3% | | 0,6% | 4,9% | 6,5% | 7,8% |
| Enrico Boselli | 2,8% | | 6,4% | 3,5% | 5,2% | 6,9% |
| Daniela Santanché | 2,0% | | 0,1% | 4,1% | 3,5% | 4,6% |
| Flavia D'Angeli | | | 3,2% | | 4,2% | 5,0% |
| Stefano De Luca | | | 4,7% | 4,4% | 4,6% | 2,5% |
| Stefano Montanari | | | 2,7% | | 4,1% | 3,0% |
| Bruno De Vita | | | 2,0% | | 2,4% | 1,7% |
| Piarulli Antonio | | | 2,8% | | 2,6% | 2,4% |
| Marco Ferrando | | | 1,8% | | 2,7% | 2,7% |
| Giuliano Ferrara | | | 5,0% | | 4,3% | 2,4% |
| Sergio Riboldi | | | 1,3% | | 2,3% | |
| Renzo Rabellino | | | 2,4% | 1,1% | 2,6% | 1,8% |
| Altri soggetti politici | 17,0% | | 6,3% | 15,0% | | 4,8% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 2.36.26 | 0.00.14 | 9.19.33 | 9.52.34 | 22.07.40 | 1.18.22 |

Elezioni europee, amministrative e referendaria del 2009

Il monitoraggio effettuato in occasione delle elezioni europee, amministrative e referendaria del 2009 ha interessato due periodi di campagna elettorale: il primo fra il 10 maggio e il 5 giugno, il secondo, che ha coperto i ballottaggi e il Referendum, fra l'11 e il 19 giugno. In questo arco temporale, le 15 emittenti piemontesi e il TGR Rai del Piemonte hanno dedicato circa 190 ore a soggetti e partiti politici.

Il sistema elettorale italiano per eleggere rappresentanti al Parlamento europeo era di tipo proporzionale con uno sbarramento per le liste che ottenevano un consenso inferiore al 4%. Gli elettori potevano scegliere fino a tre preferenze in ognuna delle 5 circoscrizioni disegnate sul territorio nazionale. A differenza del sistema elettorale in vigore per le elezioni politiche del 2008, in questo sistema vi sono meno correttivi alla proporzionalità del voto (ad esempio non ci sono premi di maggioranza e abbassamenti della soglia di sbarramento per i partiti che si coalizzano) e non si indica un candidato premier o leader di coalizione. Queste differenze hanno portato a privilegiare le campagne elettorali delle singole liste, meno invogliate a coalizzarsi fra loro e più propense a misurare il proprio peso elettorale correndo da sole.

Le elezioni europee del 2009 sono il primo test elettorale dopo la vittoria del centrodestra alle elezioni politiche del 2008. La valenza politica di queste consultazioni è simboleggiata dalla candidatura di diversi leader nazionali: Silvio Berlusconi, ad esempio, è capolista in tutte le circoscrizioni, ma spiccano anche altre candidature eccellenti fra ministri e segretari di partito come Ignazio La Russa, Antonio Di Pietro, Umberto Bossi, Emma Bonino, Nichi Vendola. Il Popolo della Libertà arriva all'appuntamento dopo lo scioglimento ufficiale di Alleanza Nazionale e la celebrazione del congresso fondativo del nuovo soggetto politico. Nel primo anno di attività, il governo gode di una buona popolarità, legata soprattutto all'impegno percepito dagli italiani nei confronti di due emergenze (la questione dei rifiuti a Napoli e il terremoto a L'Aquila). A ridosso del voto per le europee, però, emergono dissensi dentro il Popolo della Libertà sulle scelte delle candidature; in seguito alle dichiarazioni rilasciate da Veronica Lario contro l'eccessiva presenza di donne dello spettacolo nelle liste del partito esplose mediaticamente il caso "veline". Sull'altro fronte, la leadership di Walter Veltroni entra in crisi dopo la sconfitta di Renato Soru alle regionali in Sardegna. Il vicesegretario Dario Franceschini, scelto come leader di transizione fino al congresso che si terrà dopo il voto europeo, prosegue la linea politica dell'autosufficienza. Entrambi i partiti maggiori perderanno consensi rispetto alle elezioni precedenti, in parte per l'emergere di conflittualità interne e in parte per gli effetti di un sistema elettorale proporzionale che concede più scelta agli elettori. Al voto del 6-7 giugno si giunge con un governo nazionale guidato dal centrodestra e le principali amministrazioni locali (Regione e Torino) sempre in mano al centrosinistra.

Per quanto riguarda la competizione nella circoscrizione Nord Ovest, che include Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia e Liguria, si sono presentate 15 liste (tabella 5). Le principali a livello nazionale erano Popolo della Libertà, Partito Democratico, Lega Nord, Italia dei Valori, Unione di Centro, Rifondazione Comunista e Partito dei Comunisti Italiani, Sinistra e Libertà, La Destra e Lista Bonino-Pannella.

| | Liste candidate | Simboli | | Liste candidate | Simboli |
|---|--|---------|----|--|---------|
| 1 | Popolo della Libertà | | 9 | La Destra (insieme a Pensionati, MPA, Alleanza di Centro) | |
| 2 | Partito Democratico | | 10 | Fiamma Tricolore | |
| 3 | Lega Nord | | 11 | Forza Nuova | |
| 4 | Italia dei Valori | | 12 | Vallée d'Aoste | |
| 5 | Unione di Centro | | 13 | Liberal Democratici Maie | |
| 6 | Rifondazione Comunista Comunisti Italiani | | 14 | Partito Comunista dei Lavoratori | |
| 7 | Sinistra e Libertà | | 15 | Autonomie Liberté Démocraties, | |
| 8 | Lista Bonino-Pannella | | | | |

Nel complesso, il sistema dei media locali ha offerto anche in queste elezioni un discreto livello di pluralismo esterno, garantendo un accesso a tutte le liste candidate.

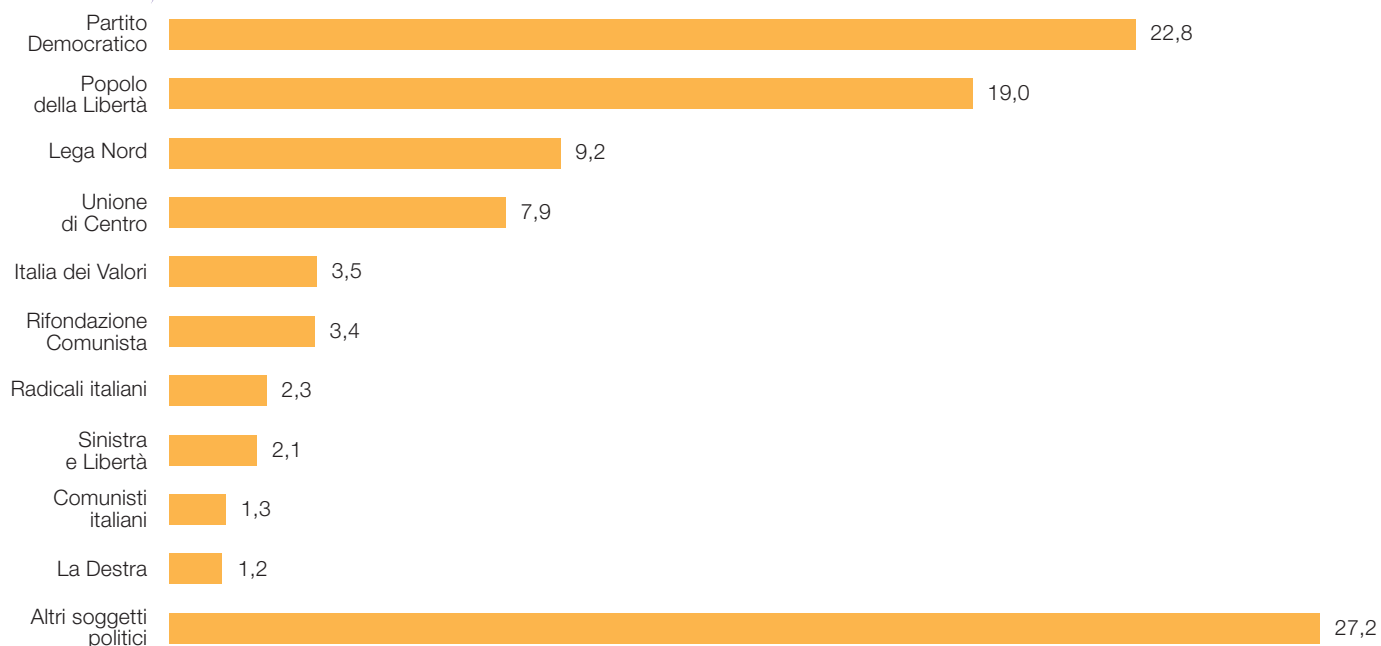
La distribuzione del **tempo di antenna** ha registrato una prevalenza dei partiti maggiori: Popolo della Libertà (22,8%), Partito Democratico (19%), Lega Nord (9,2%) e Unione di Centro (7,9%). A seguire, con percentuali superiori al 3%, si trovano l'Italia dei Valori (3,5%) e Rifondazione Comunista (3,4%). L'elevata percentuale degli "Altri soggetti politici" (27,2%) è da attribuirsi alle numerose competizioni amministrative, provinciali e comunali, che si sono svolte in contemporanea e hanno visto la partecipazione di numerose liste civiche. A differenza del 2008, dove la legge elettorale ha stimolato la formazione di coalizioni e il sistema dei media ha riprodotto un equilibrio di trattamento fra le coalizioni

stesse, il sistema elettorale proporzionale delle elezioni europee ha favorito la corsa individuale dei partiti e i media locali hanno ricercato un equilibrio di trattamento fra le liste, utilizzando il parametro del peso ricoperto da ognuna di esse in Parlamento. In altre parole, nel 2008 l'equilibrio è stato raggiunto con un trattamento sostanzialmente equo fra la coalizione di centrodestra guidata da Berlusconi (Popolo della Libertà e Lega Nord) e il centrosinistra di Veltroni (Partito Democratico e Italia dei Valori), nel 2009 si nota una maggiore attenzione nel dare uno spazio equo ai due partiti maggiori: Popolo della Libertà e Partito Democratico.

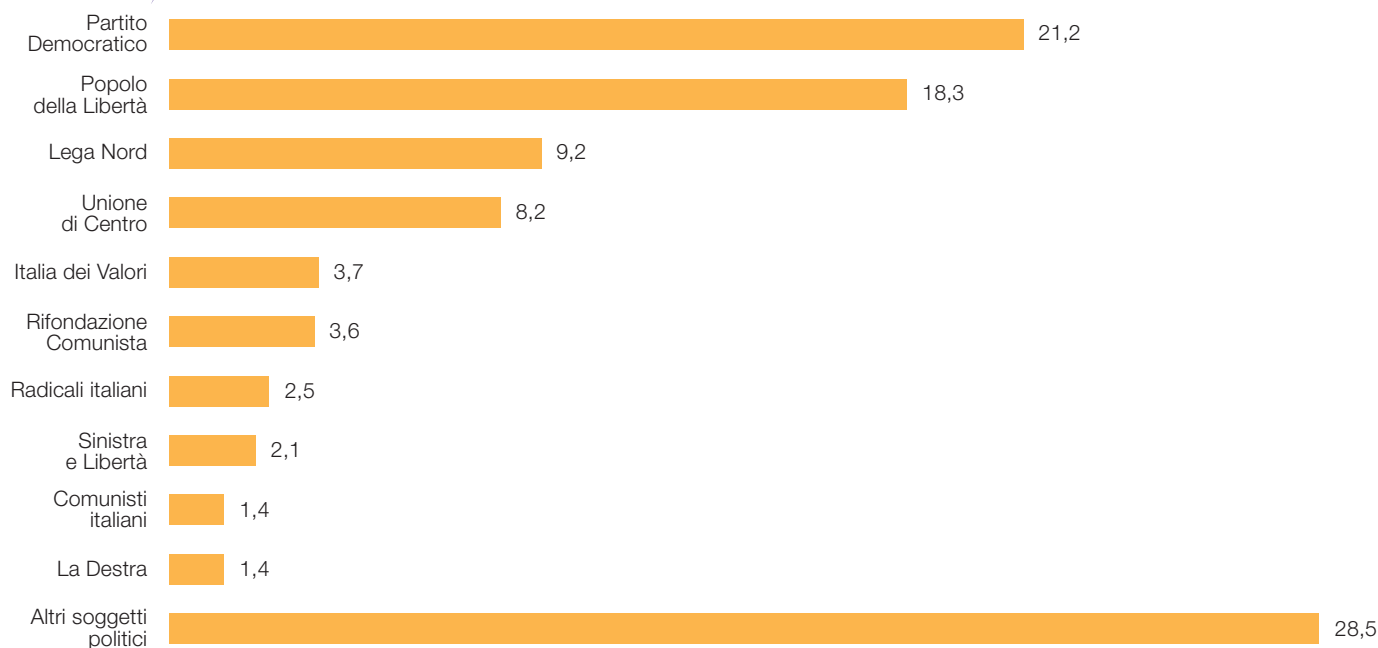
Il **tempo di parola** si distribuisce in maniera simile al tempo di antenna, con un leggero calo dei partiti maggiori a vantaggio dei partiti minori. Il Popolo della Libertà è il partito che raccoglie più spazi di parola (21,2%), seguito da Partito Democratico (18,3%), Lega Nord (9,2%), Unione di Centro (8,2%), Italia dei Valori (3,7%), Rifondazione Comunista (3,6%). Ancora una volta, infine, l'accesso diretto ai mezzi di comunicazione è elevato per i soggetti riconducibili a liste civiche e partiti minori (28,5%).

Grafico 7

TEMPO DI ANTENNA (%) PER APPARTENENZA POLITICA (2009)



TEMPO DI PAROLA (%) PER APPARTENENZA POLITICA (2009)



La tabella 6 riassume le distribuzioni del **tempo di antenna** fra partiti politici nelle diverse emittenti. Tutti i media locali dedicano particolare attenzione ai due partiti maggiori: Popolo della Libertà e Partito Democratico conquistano gli spazi di maggiore visibilità in tutte le emittenti, a esclusione di Quarta Rete che ha avuto un tempo di antenna consistente per l'Unione di Centro (26%) e di Telegranda che ha mostrato un'ampia copertura per la Lega Nord (19,6%). Un profilo editoriale distintivo hanno mostrato Altitalia e Rete Canavese che, dedicando rispettivamente il 74% e il 75,5% a "Altri soggetti politici", hanno scelto di seguire con più assiduità la politica locale rispetto a quella nazionale.

Confrontando i tempi di antenna concessi ai due maggiori partiti, si rileva uno squilibrio a favore del Popolo della Libertà in 3 reti: Quadrifoglio (42% vs. 21,3%), Rete 7 (36,1% vs. 13,9%) e Videonovara (41,8% vs. 13,6%). Mentre uno squilibrio a favore del Partito Democratico si registra su Quarta Rete (44,2% vs. 22,9%).

La distribuzione del **tempo di parola** (tabella 7) conferma l'apertura delle emittenti locali nei confronti di tutte le liste in corsa. Anche per quanto riguarda gli spazi di accesso diretto ai mezzi di comunicazione si nota una prevalenza dei partiti maggiori in quasi tutte le reti. Il centrodestra (inteso come Popolo della Libertà e Lega Nord) ottiene spazi maggiori del centrosinistra (Partito Democratico e Italia dei Valori) su Videonovara, Rete 7, Quadrifoglio, Telecupole e sul TGR Rai. Il centrosinistra prevale sul centrodestra soprattutto su Quarta Rete.

Tabella 6

TEMPO DI ANTENNA (%) DEI SOGGETTI POLITICI PER LISTE E RETE (2009)

| Liste | Altaitalia | GRP | Primantenna | Quadrifoglio | Quarta Rete | Rete 7 | Rete Canavese | Telecity |
|-------------------------------|------------|----------|-------------|--------------|-------------|----------|---------------|----------|
| Popolo della libertà | 7,8% | 19,5% | 17,6% | 42,0% | 22,9% | 36,1% | 6,5% | 22,2% |
| Lega nord | 1,6% | 11,7% | 9,1% | | 3,5% | 10,5% | 2,7% | 10,5% |
| La Destra | 1,1% | 1,1% | 0,5% | 0,3% | | 1,1% | 0,1% | 2,0% |
| Unione di centro | 7,2% | 4,7% | 10,2% | 0,3% | 26,0% | 8,4% | 4,8% | 5,4% |
| Radicali italiani | 0,0% | 2,6% | 0,5% | | | 4,1% | 0,3% | 4,5% |
| Partito democratico | 4,5% | 24,8% | 27,2% | 21,3% | 44,2% | 13,9% | 9,0% | 29,7% |
| Italia dei valori | 0,5% | 3,7% | 1,7% | 3,2% | 2,1% | 6,7% | 0,3% | 6,5% |
| Sinistra e libertà | 0,9% | 4,3% | 0,8% | 14,6% | 0,0% | 3,9% | 0,3% | 1,0% |
| Rifondazione comunista | 2,5% | 3,9% | 3,0% | 3,1% | 0,8% | 4,2% | 0,2% | 2,8% |
| Comunisti italiani | 0,0% | 1,4% | 2,3% | | | 1,7% | 0,2% | 1,0% |
| Altri soggetti politici | 74,0% | 22,4% | 27,1% | 15,3% | 0,3% | 9,4% | 75,5% | 14,5% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 23.46.17 | 20.02.48 | 6.57.48 | 0.56.04 | 2.03.56 | 19.42.26 | 5.40.55 | 15.34.03 |

| Liste | Telecupole | Telegranda | Telestudio | Telesubalpina | VCO Azzurra | Videogruppo | Videonovara | TGR Piemonte |
|-------------------------------|------------|------------|------------|---------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Popolo della libertà | 27,7% | 14,6% | 29,1% | 24,6% | 27,2% | 19,7% | 41,8% | 32,0% |
| Lega nord | 13,1% | 19,6% | 1,8% | 10,7% | 3,9% | 14,0% | 10,2% | 9,9% |
| La Destra | 1,0% | 3,4% | | 0,2% | | 2,8% | 1,2% | 0,7% |
| Unione di centro | 11,9% | 5,4% | | 7,7% | 11,9% | 8,3% | 5,5% | 7,0% |
| Radicali italiani | 0,7% | | | 4,3% | 0,0% | 5,2% | 2,0% | 1,2% |
| Partito democratico | 16,2% | 30,0% | 31,2% | 22,6% | 23,0% | 17,0% | 13,6% | 28,2% |
| Italia dei valori | 2,6% | 1,8% | 3,1% | 5,3% | 0,6% | 3,9% | 7,5% | 2,8% |
| Sinistra e libertà | 0,3% | | | 4,8% | 0,4% | 1,9% | 3,8% | 1,3% |
| Rifondazione comunista | 2,9% | 4,6% | | 4,2% | 0,6% | 6,8% | 3,7% | 2,4% |
| Comunisti italiani | 0,2% | | | 4,1% | 0,2% | 2,1% | 3,6% | 2,1% |
| Altri soggetti politici | 23,4% | 20,7% | 34,7% | 11,5% | 32,2% | 18,2% | 7,0% | 12,5% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 10.14.59 | 7.18.36 | 0.53.23 | 12.24.12 | 23.08.51 | 27.38.00 | 11.56.48 | 2.11.02 |

Tabella 7

TEMPO DI PAROLA (%) DEI SOGGETTI POLITICI PER LISTE E RETE (2009)

| Liste | Altaitalia | GRP | Primantenna | Quadrifoglio | Quarta Rete | Rete 7 | Rete Canavese | Telecity |
|-------------------------------|------------|----------|-------------|--------------|-------------|----------|---------------|----------|
| Popolo della libertà | 5,7% | 19,4% | 15,8% | 48,5% | 16,2% | 34,9% | 6,0% | 21,0% |
| Lega nord | 1,3% | 11,9% | 8,7% | | 3,3% | 10,7% | 2,3% | 11,1% |
| La Destra | 1,1% | 1,4% | 0,3% | 0,4% | | 1,2% | 0,0% | 2,2% |
| Unione di centro | 7,6% | 3,7% | 11,1% | 0,0% | 30,5% | 9,0% | 4,3% | 4,7% |
| Radicali italiani | 0,0% | 2,6% | 0,4% | | | 4,3% | 0,0% | 5,4% |
| Partito democratico | 4,2% | 22,0% | 27,1% | 23,1% | 47,4% | 13,4% | 9,2% | 30,3% |
| Italia dei valori | 0,3% | 4,0% | 1,7% | 3,5% | 2,4% | 6,9% | 0,0% | 7,7% |
| Sinistra e libertà | 0,9% | 5,2% | 1,0% | 3,8% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,5% |
| Rifondazione comunista | 2,6% | 4,1% | 2,9% | 3,8% | 0,1% | 4,1% | 0,0% | 2,7% |
| Comunisti italiani | 0,0% | 1,2% | 2,6% | | | 1,5% | 0,0% | 0,9% |
| Altri soggetti politici | 76,3% | 24,4% | 28,5% | 16,9% | 0,0% | 9,8% | 78,3% | 13,5% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 22.17.38 | 15.50.56 | 6.02.38 | 0.45.51 | 1.45.47 | 17.43.44 | 4.58.48 | 12.47.26 |

| Liste | Telecupole | Telegranda | Telestudio | Telesubalpina | VCO Azzurra | Videogruppo | Videonovara | TGR Piemonte |
|-------------------------------|------------|------------|------------|---------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Popolo della libertà | 24,7% | 9,7% | 29,1% | 21,0% | 27,3% | 19,1% | 39,5% | 35,7% |
| Lega nord | 13,0% | 20,0% | 0,0% | 11,2% | 3,1% | 14,4% | 10,3% | 12,4% |
| La Destra | 1,2% | 3,9% | | 0,0% | | 2,8% | 1,3% | 0,7% |
| Unione di centro | 13,3% | 5,9% | | 8,5% | 12,4% | 8,3% | 6,1% | 6,4% |
| Radicali italiani | 0,9% | | | 4,7% | 0,0% | 5,3% | 2,1% | 0,8% |
| Partito democratico | 13,4% | 31,3% | 30,0% | 22,3% | 24,1% | 16,6% | 13,6% | 21,7% |
| Italia dei valori | 3,1% | 1,9% | 3,4% | 5,7% | 0,3% | 4,0% | 8,4% | 3,1% |
| Sinistra e libertà | 0,3% | | | 5,4% | 0,3% | 2,0% | 4,3% | 1,8% |
| Rifondazione comunista | 3,3% | 5,0% | | 4,2% | 0,5% | 7,0% | 4,1% | 1,2% |
| Comunisti italiani | 0,0% | | | 4,7% | 0,1% | 2,1% | 4,1% | 1,9% |
| Altri soggetti politici | 26,8% | 22,2% | 37,5% | 12,4% | 31,8% | 18,3% | 6,2% | 14,3% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 7.36.16 | 6.21.30 | 0.49.27 | 10.37.17 | 19.58.02 | 26.38.39 | 10.18.29 | 0.56.06 |

Elezioni regionali e amministrative del 2010

Il monitoraggio per le elezioni regionali del 2010 ha coperto la campagna elettorale dall'1 al 28 marzo 2010, rilevando circa 113 ore di tempo dedicato a soggetti e partiti politici.

Nel sistema elettorale in vigore per le elezioni regionali, il governatore è eletto con un sistema maggioritario secco, senza ricorrere al doppio turno. I consiglieri regionali sono eletti con un sistema proporzionale corretto dall'attribuzione di un quinto di seggi al listino collegato al candidato presidente di regione. La soglia di sbarramento per le liste è fissata al 3%. La dimensione maggioritaria prevale fortemente in questo tipo di elezione attribuendo particolare importanza al candidato presidente e alla formazione di ampie coalizioni.

Il 28-29 marzo 2010 si è votato in 13 regioni. La rilevanza di questa consultazione è stata notevole sia per il numero di regioni coinvolte sia per la valenza politica nazionale assunta dopo due anni di governo Berlusconi. Il Popolo della Libertà si è presentato all'appuntamento ribadendo la forte alleanza con la Lega Nord ma anche con le prime avvisaglie di un dissidio interno fra i due co-fondatori Silvio Berlusconi e Gianfranco Fini, dissenso che esploderà immediatamente dopo le elezioni. La scelta delle candidature al Nord premia il peso politico della Lega, cresciuto nelle elezioni europee del 2009: due importanti dirigenti del Carroccio, Roberto Cota e Luca Zaia, sono indicati come candidati presidenti in Piemonte e Veneto. Il Partito Democratico ha svolto il proprio congresso ed eletto con le primarie il nuovo segretario Pierluigi Bersani. Il centrosinistra deve difendere l'ampio successo ottenuto nel 2005 (12 regioni contro le 2 ottenute dal centrodestra) in una fase di difficoltà politica dopo le sconfitte elettorali del 2008 e 2009, il cambio di alleanze e di dirigenza del partito maggiore. Alla vigilia di questo voto, il governo nazionale è sempre guidato da Silvio Berlusconi, mentre la Regione è governata dal centrosinistra di Mercedes Bresso.

In Piemonte, i candidati alla presidenza della regione nel 2010 erano 4: Roberto Cota, Mercedes Bresso, Davide Bono e Renzo Rabellino. Le liste che appoggiavano questi candidati sono riportate nella tabella 8. La presidente di Regione uscente si presenta con una coalizione ampia che include sia l'Unione di Centro sia i partiti della sinistra (Rifondazione Comunista e Comunisti Italiani e Sinistra Ecologia e Libertà di Nichi Vendola) e i Radicali Italiani. Roberto Cota ripropone l'alleanza di governo fra Popolo della Libertà e Lega Nord.

| | Candidato Presidente | Liste affiliate | Simboli |
|---|------------------------|---|---------|
| 1 | <p>Mercedes Bresso</p> | <p>Partito Democratico Italia dei Valori Unione di Centro Insieme per Bresso Moderati Rifondazione Comunista- Comunisti Italiani Sinistra Ecologia e Libertà Federazione dei Verdi-Civica Socialisti Uniti Lista Bonino-Pannella Pensionati Invalidi PiemonteSi</p> | |
| 2 | <p>Roberto Cota</p> | <p>Popolo della Libertà Lega Nord Verdi-Verdi Partito Pensionati La Destra Al Centro con Scanderebech Democrazia Cristiana-Alleanza di Centro Nuovo PSI Consumatori</p> | |
| 3 | <p>Davide Bono</p> | <p>Movimento 5 Stelle</p> | |
| 4 | <p>Renzo Rabellino</p> | <p>Lista Grilli Parlanti-No Euro Lega Padana Forza Toro Forza Nuova Fiamma Tricolore Udeur No Nucleare-No Tav Alleanza per Torino Giovani Under 30</p> | |

I dati aggregati con la distribuzione del tempo di tutte le reti mostrano un sostanziale rispetto del pluralismo esterno: l'emittenza locale ha fornito una copertura completa di tutti i competitori in lizza pur favorendo i due candidati a guida delle coalizioni maggiori.

La distribuzione del **tempo di antenna** (grafico 9) mostra la prevalenza dei partiti maggiori: il Partito Democratico – della governatrice uscente Mercedes Bresso – riceve il 24,2% del tempo totale, il Popolo della Libertà il 15,8%, la Lega Nord di Roberto Cota l'11,5%. Il Partito Democratico, guidando la regione, ha una visibilità maggiore rispetto al Popolo della Libertà, tuttavia l'equilibrio è ampiamente recuperato confrontando i dati di coalizione: Partito Democratico e Italia dei Valori totalizzano insieme il 28,4%, Popolo della Libertà e Lega il 27,3%. In queste elezioni è visibile anche l'impegno del governo nazionale per sostenere le candidature locali (6,9%). Infine, la parcellizzazione del tempo fra liste civiche e partiti minori si attesta sul 17,5%, un dato medio fra il valore più basso riscontrato per le elezioni politiche del 2008 e il valore decisamente superiore registrato durante le elezioni europee e amministrative del 2009.

Grafico 9

TEMPO DI ANTENNA (%) PER APPARTENENZA POLITICA (2010)

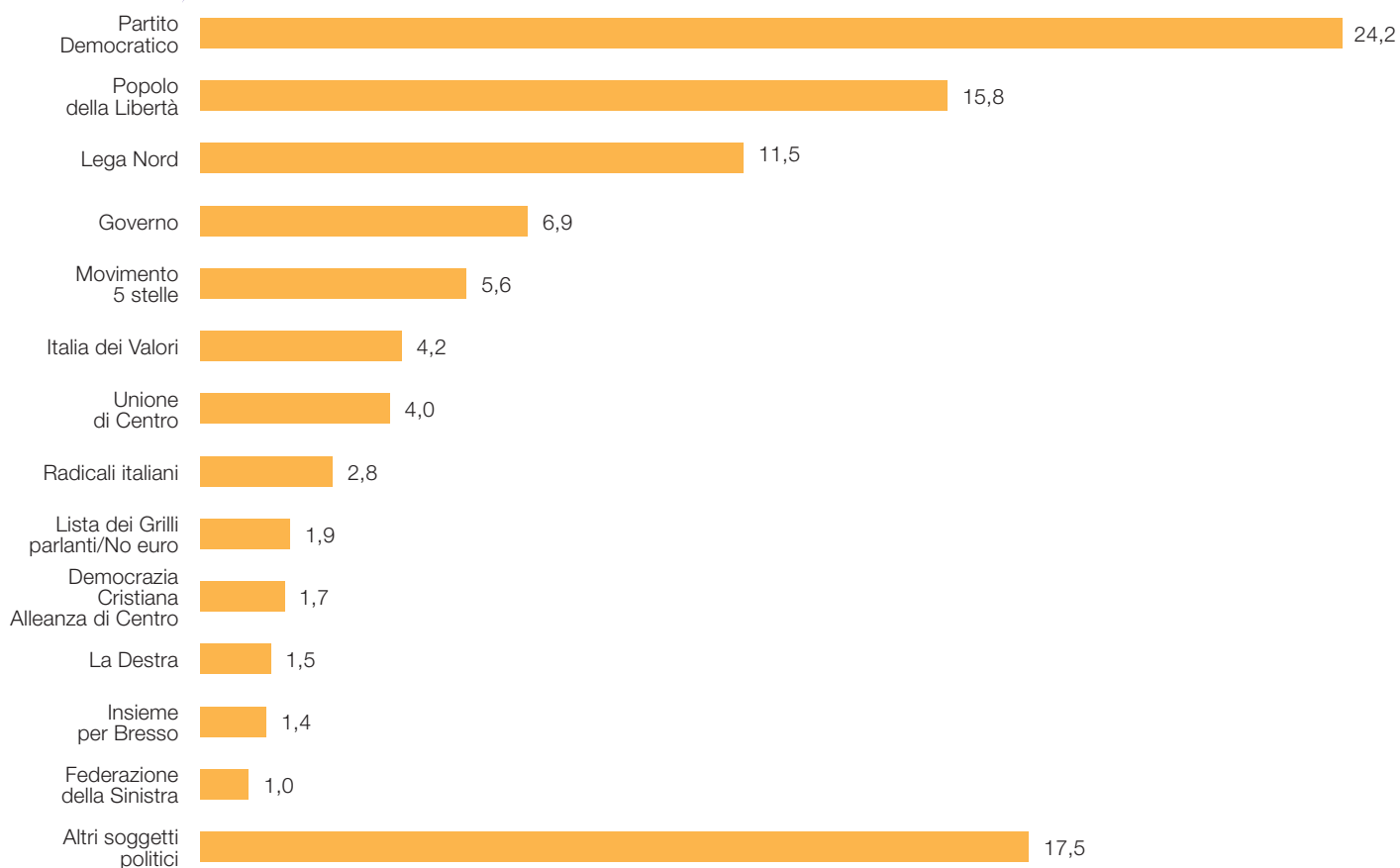
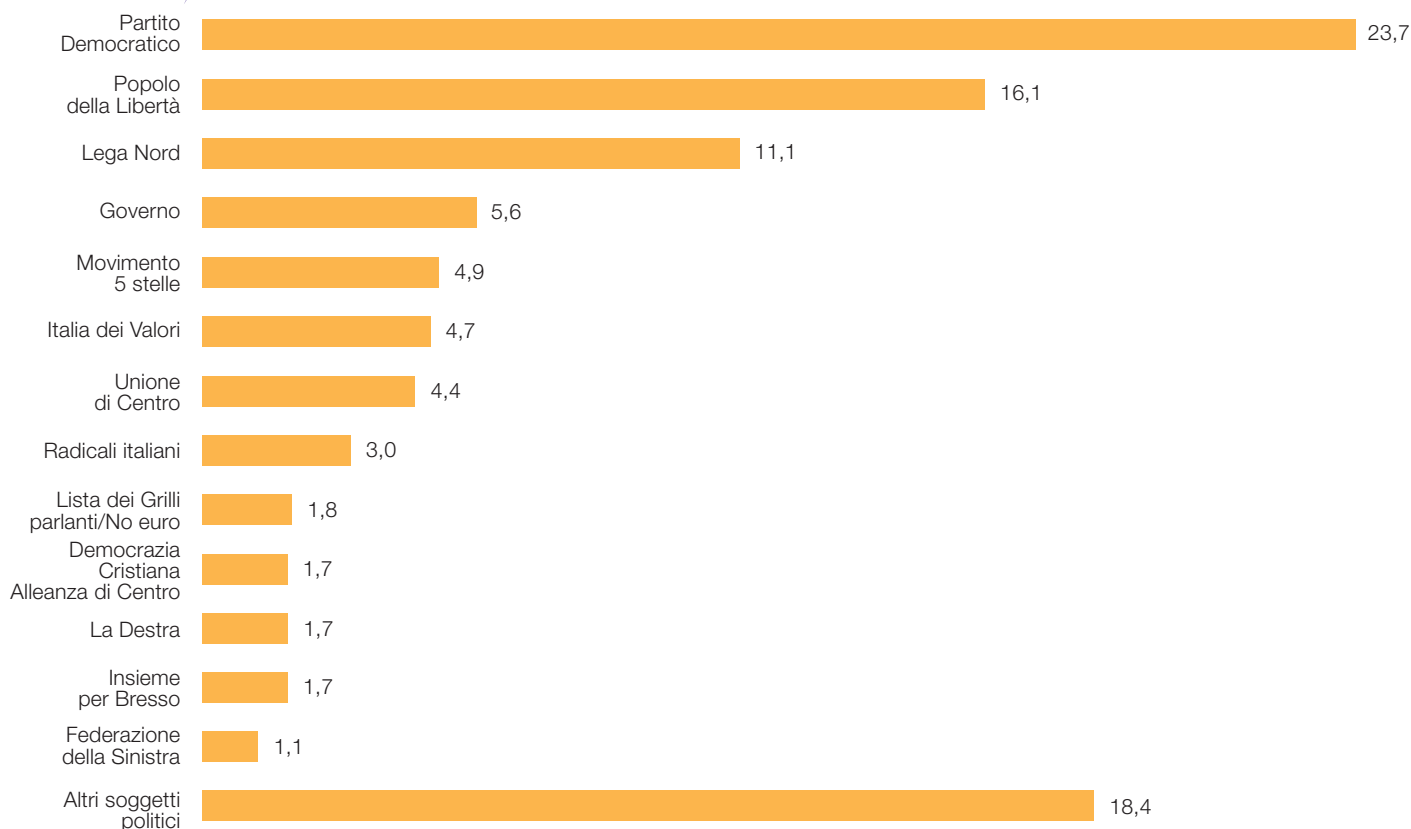


Grafico 10

TEMPO DI PAROLA (%) PER APPARTENENZA POLITICA (2010)



Anche nella distribuzione del **tempo di parola** si ritrova una prevalenza dei tre partiti maggiori con il Partito Democratico che ottiene il 23,7%, il Popolo della Libertà il 16,1% e la Lega Nord l'11,1%. Ottiene uno spazio significativo anche il Movimento 5 Stelle di Beppe Grillo (5,6%), che supera in termini di spazi di accesso l'Italia dei Valori (4,7%), l'Unione di Centro (4,4%) e i Radicali Italiani (3%). L'esposizione del Movimento 5 Stelle è spiegato dal fatto che uno dei quattro candidati alla presidenza della regione, Davide Bono, è un esponente del movimento di Beppe Grillo, mentre le liste sopraccitate hanno tutte sostenuto la governatrice uscente Mercedes Bresso.

Le tabelle riassuntive per rete sono aggregate per le liste che sostengono i diversi candidati presidenti in modo da facilitare il confronto fra gli spazi ricevuti dalle coalizioni.

Gran parte delle emettenti locali concentra il proprio **tempo di antenna** (tabella 9) sulla competizione fra i due candidati più forti: Mercedes Bresso e Roberto Cota. Gli altri due candidati alla presidenza della regione, Davide Bono e Renzo Rabellino, risultano meno visibili nei media, con qualche eccezione: Quarta

Rete offre uno spazio di antenna importante anche ai due candidati minori con il 20,1% a Davide Bono e il 19,1% a Renzo Rabellino, Rete 7 e V.C.O. Azzurra dedicano al candidato del Movimento 5 Stelle rispettivamente il 10,9% e l'11,4%. La coalizione guidata dalla presidente uscente Mercedes Bresso ha un tempo di antenna superiore a quella di centrodestra guidata da Roberto Cota su diverse emittenti: Rete 7, Rete Canavese, Telety, Telegranda, Telestudio, Videogruppo, Videonovara e nel TGR Rai. La governatrice uscente, come ricordato, beneficia del ruolo ricoperto e rimane al centro delle valutazioni sull'operato della giunta regionale. La percentuale di attenzione ai membri del Governo nazionale sale nelle emittenti che dedicano meno spazio alla politica e alle elezioni (Alitalia e Telestudio).

Il **tempo di parola** è distribuito prevalentemente fra le liste che sostengono Mercedes Bresso e Roberto Cota. Quasi tutte le reti seguono questa politica editoriale, a eccezione di Quarta Rete che distribuisce gli spazi di accesso in maniera equa fra i quattro candidati (Bono 24,5%, Bresso 27,4%, Cota 18,9% e Rabellino 23,3%).

Tabella 9

TEMPO DI ANTENNA (%) DEI SOGGETTI POLITICI PER CANDIDATO PRESIDENTE E RETE (2010)

| Candidato presidente | Alitalia TV | GRP | Primantenna | Quadrifoglio | Quarta Rete | Rete 7 | Rete Canavese | Telety |
|-------------------------------|-------------|----------|-------------|--------------|-------------|----------|---------------|----------|
| Bono Davide | 0,3% | 4,9% | 2,9% | 0,0% | 20,1% | 10,9% | 0,2% | 5,3% |
| Bresso Mercedes | 20,3% | 42,2% | 39,6% | 15,2% | 28,7% | 40,5% | 31,5% | 47,6% |
| Cota Roberto | 33,8% | 35,7% | 29,4% | 16,7% | 23,7% | 26,7% | 17,4% | 32,4% |
| Rabellino Renzo | 0,4% | 2,9% | 3,0% | 0,0% | 19,1% | 3,1% | 0,7% | 3,1% |
| Governo | 27,2% | 6,6% | 11,4% | 0,0% | 4,9% | 16,1% | 0,5% | 6,1% |
| Istituzionali | 2,2% | 0,1% | 0,4% | 3,8% | 0,2% | 1,1% | 0,2% | 0,1% |
| Altri soggetti politici | 15,7% | 7,4% | 13,3% | 64,3% | 3,3% | 1,7% | 49,5% | 5,3% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 1.14.37 | 14.14.16 | 5.07.19 | 0.40.14 | 3.27.28 | 10.38.38 | 6.00.04 | 11.21.05 |

| Candidato presidente | Telecupole | Telegranda | Telestudio | Telesubalpina | VCO Azzurra | Videogruppo | Videonovara | TGR Rai (Piemonte) |
|-------------------------------|------------|------------|------------|---------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|
| Bono Davide | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 11,4% | 2,1% | 0,0% | 2,9% |
| Bresso Mercedes | 40,3% | 44,0% | 34,8% | 44,8% | 38,2% | 52,8% | 53,1% | 46,1% |
| Cota Roberto | 32,5% | 24,8% | 16,4% | 35,2% | 38,4% | 34,3% | 35,5% | 28,4% |
| Rabellino Renzo | 1,6% | 0,4% | 0,0% | 2,1% | 0,6% | 2,9% | 2,5% | 4,6% |
| Governo | 9,2% | 1,9% | 28,6% | 9,1% | 2,0% | 4,9% | 1,6% | 12,3% |
| Istituzionali | 0,4% | 0,0% | 14,6% | 1,3% | 0,1% | 0,2% | 0,0% | 0,5% |
| Altri soggetti politici | 15,6% | 28,8% | 5,5% | 1,1% | 9,3% | 2,7% | 7,4% | 5,3% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 6.09.25 | 4.15.54 | 0.52.48 | 8.12.25 | 17.00.05 | 20.06.16 | 0.58.59 | 2.12.57 |

| Candidato presidente | Altitalia TV | GRP | Primantenna | Quadrifoglio | Quarta Rete | Rete 7 | Rete Canavese | Telecity |
|-------------------------------|--------------|---------|-------------|--------------|-------------|---------|---------------|----------|
| Bono Davide | 0,0% | 4,2% | 0,8% | 0,0% | 24,5% | 11,3% | 0,0% | 6,1% |
| Bresso Mercedes | 40,9% | 41,9% | 43,6% | 0,0% | 27,4% | 42,0% | 32,1% | 49,6% |
| Cota Roberto | 0,0% | 38,8% | 32,4% | 24,0% | 18,9% | 26,6% | 17,3% | 33,9% |
| Rabellino Renzo | 0,0% | 2,7% | 2,3% | 0,0% | 23,3% | 2,1% | 0,0% | 1,8% |
| Governo | 0,0% | 4,9% | 6,9% | 0,0% | 2,1% | 15,8% | 0,3% | 2,9% |
| Istituzionali | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,0% |
| Altri soggetti politici | 59,1% | 7,5% | 14,1% | 76,0% | 3,8% | 1,8% | 50,0% | 5,7% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 0.05.42 | 9.29.44 | 3.29.36 | 0.24.45 | 2.31.33 | 8.21.59 | 4.56.22 | 7.06.56 |

| Candidato presidente | Telecupole | Telegranda | Telestudio | Telesubalpina | VCO Azzurra | Videogruppo | Videonovara | TGR Rai (Piemonte) |
|-------------------------------|------------|------------|------------|---------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|
| Bono Davide | 0,0% | 0,0% | 0 | 6,6% | 10,5% | 1,9% | 0,0% | 2,7% |
| Bresso Mercedes | 40,2% | 47,0% | 0,414 | 48,1% | 40,0% | 54,3% | 64,7% | 44,5% |
| Cota Roberto | 31,2% | 20,0% | 0,165 | 35,3% | 39,6% | 34,7% | 31,7% | 29,4% |
| Rabellino Renzo | 0,0% | 0,0% | 0 | 1,9% | 0,0% | 3,0% | 3,6% | 4,7% |
| Governo | 6,4% | 0,6% | 0,261 | 6,8% | 1,2% | 3,1% | 0,0% | 14,1% |
| Istituzionali | 0,0% | 0,0% | 0,087 | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,6% |
| Altri soggetti politici | 22,2% | 32,4% | 0,073 | 0,9% | 8,7% | 3,0% | 0,0% | 3,9% |
| Totale (%) | 100,0% | 100,0% | 1 | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Totale (ore, minuti, secondi) | 3.16.09 | 2.58.48 | 0.38.21 | 6.11.48 | 12.42.21 | 17.04.20 | 0.30.49 | 0.53.56 |

Osservazioni conclusive

Confrontando i risultati dei monitoraggi delle tre tornate elettorali del 2008, 2009 e 2010 si notano alcuni elementi **costanti**, che si ripetono negli anni nonostante le differenti elezioni:

- Il buon livello di *pluralismo esterno* del sistema dei media locali piemontese. Nel complesso, è stata offerta al pubblico una pluralità di voci e punti di vista politici, garantendo ai diversi competitori l'accesso ai mezzi di comunicazione per presentare i propri programmi elettorali.
- La tendenza delle emittenti locali a concentrare l'attenzione sui *partiti maggiori*, a scapito dei partiti minori e delle nuove liste. In termini generali, le reti tendono a offrire spazi ponderati per il peso politico di ogni competitor, sia esso basato sui risultati delle elezioni precedenti o sulla rappresentanza parlamentare.

- Le alterazioni riscontrate nel *pluralismo interno*, in termini di equilibrio fra i competitori politici nelle singole emittenti, sono il frutto delle diverse politiche editoriali. Tuttavia, le reti che dedicano più spazio alle competizioni elettorali mantengono un equilibrio fra i maggiori competitori.

Fra le **differenze** che emergono nei tre anni di monitoraggio si possono ricordare:

- Le diverse consultazioni elettorali, con i diversi sistemi di voto, si riflettono nella rappresentazione mediatica: nel 2008 (politiche) e nel 2010 (regionali) prevale la ricerca di un equilibrio fra le *coalizioni* in competizione che sostengono un leader (premier o presidente di regione), nel 2009 (europee) prevale una rappresentazione della competizione fra singoli *partiti*.
- L'attenzione a *liste civiche* e partiti minori è bassa nel 2008, media nel 2010 e alta nel 2009. Il numero di elezioni amministrative in province e comuni importanti, così come il sistema elettorale proporzionale, incidono sulla rappresentazione mediatica del panorama politico in modo da riflettere la dimensione locale delle consultazioni e l'eterogeneità dell'offerta politica.