

QUANDO IL RISULTATO ELETTORALE È SCONTATO... IL RUOLO DEI
QUOTIDIANI LOCALI DURANTE LE ELEZIONI REGIONALI DEL 2010
IN UMBRIA

di ANTONIO CIAGLIA e MARCO MAZZONI

1. *Gli scontri nel PD umbro e il ruolo della stampa locale*

Il presente lavoro si pone essenzialmente due obiettivi: da un lato, comprendere e descrivere il ruolo che la stampa quotidiana locale ha giocato nei mesi che hanno preceduto il voto per le elezioni regionali in Umbria, dall'altro, interpretare e sottolineare la funzione delle primarie a cui, per la prima volta, il principale partito umbro, il Partito democratico, ha fatto ricorso per selezionare il candidato alla presidenza della regione.

Un quesito però va subito posto: perché due cultori di comunicazione politica dovrebbero occuparsi di ciò che è avvenuto durante la scorsa campagna elettorale in una delle regioni italiane più piccole, per di più dal risultato elettorale scontato?

Una simile domanda non fa altro che nascondere uno delle nostre principali preoccupazioni. Infatti, siamo (ben) consapevoli che abbiamo indagato un contesto, quello umbro, che a causa della sua stabilità e continuità politica può sembrare, a quel dibattito scientifico sorto intorno ai risultati delle scorse elezioni regionali, (molto) meno interessante rispetto a ciò che è avvenuto in quelle regioni che si caratterizzano invece per la loro instabilità e discontinuità politica (e quindi elettorale). In realtà, il nostro intento è smentire proprio quanto appena affermato, ossia mostrare che anche in Umbria le campagne elettorali meritano di essere indagate, perché la cosiddetta "subcultura rossa" ha subito delle trasformazioni che la stanno allontanando da quel profilo coeso e omogeneo che aveva nel partito di massa e nel voto di appartenenza dei tasselli essenziali.

Stiamo in un certo senso percorrendo la strada già intrapresa prima da Francesco Ramella (2005) nel volume *Cuore Rosso?*, e successivamente da Mario Caciagli nel capitolo *Che resta?*, pubblicato nel libro *L'eredità* (2009) di Carlo Baccetti e Patrizia Messina.

Ramella nel suo studio sulla cintura rossa dell'Italia centrale rileva come queste zone abbiano assunto agli occhi di molti studiosi una connotazione di estraneità e alterità. Estraneità, rispetto alla seconda Repubblica, perché qui permane ancora il clima delle vecchie appartenenze politiche. Alterità, rispetto alle incertezze della competizione politica che ha tormentato (e tormenta) le altre zone d'Italia, perché qui l'unica incertezza riguarda casomai l'entità del successo dei partiti di centrosinistra e non chi vincerà le elezioni (RAMELLA, 2005).

Caciagli, dal canto suo, si focalizza molto sui segnali del declino della subcultura rossa. Pur di fronte a delle vittorie schiaccianti del centrosinistra, lo studioso evidenzia come la fedeltà alla tradizione si sia indebolita con il passare degli anni. Di fatto, nelle zone rosse (e in particolare in Toscana) le ragioni del voto si sono laicizzate, ossia «valgono più che le appartenenze le politiche dei Comuni e della Regione e le personalità dei candidati alle cariche monocratiche. Da qui una fluidità intra-coalizionale in un voto di schieramento che è sempre meno un voto identitario» (CACIAGLI, 2009, pp. 241-245). Il partito non è più un motore di partecipazione anche perché alcuni degli assi portanti di socializzazione a sinistra non sono più contenitori di attività politica. L'autore si riferisce in particolare alle case del popolo, diventate sedi di puro intrattenimento e non più luoghi di discussione politica, e alle Feste dell'*Unità*, dove la gastronomia e il ballo hanno soffiato gli elementi di politicità.

In altre parole, in queste zone – come scritto non solo da Ramella e Caciagli ma anche da altri studiosi, in particolare da Diamanti (2009), le vecchie certezze politiche non tengono più il passo dei cambiamenti in corso e le fondamenta, di quello che appariva come un solido edificio, iniziano a vacillare.

Scricchiolii dell'egemonia elettorale della sinistra sono ben visibili anche in Umbria. Le vittorie del centrodestra in alcuni importanti comuni umbri (Assisi e Todi), il calo di consenso che si registra a ogni tornata elettorale da parte dei partiti del centrosinistra (in particolare del PD) e l'arrivo anche in Umbria della Lega Nord, che proprio nelle ultime elezioni regionali è riuscita ad eleggere per la prima volta un suo rappresentante all'interno del Consiglio regionale, sono sicuramente delle prove che confermano le difficoltà della subcultura rossa. Tuttavia, quanto appena affermato, non basta per interpretare a fondo ciò che avviene in Umbria. E la ragione è semplice: ancora in Umbria ogni qual volta si tengono elezioni di una certa rilevanza, come ad esempio le elezioni per la scelta del nuovo presidente della regione, oppure le elezioni dei presidenti delle due province, oppure le elezioni per la scelta del sindaco del capoluogo, la vittoria del centrosinistra è sempre scontata. O se vogliamo dirla in un altro modo, le percezioni di una vittoria del centrodestra sono pressoché nulle.

A nostro avviso, infatti, gli scricchiolii della subcultura rossa sono determinati non tanto (o non solo) dalle vittorie del centrodestra in Umbria, quanto (o soprattutto) dalle costanti lotte intestine al centrosinistra e, in particolare, al PD. Queste lotte si fanno ancora più feroci in prossimità del voto, perché è il momento in cui si devono individuare i candidati. Quindi è la fase in cui vengono ridefiniti gli equilibri politici (e di potere) della regione. Ed ecco allora che tutte le candidature sono il prodotto di estenuanti negoziazioni tra una ristretta élite di ex rappresentanti dei DS e di ex rappresentanti della Margherita, che devono anche tener conto, da un lato, della divisione tra bersaniani e franceschiniani, che a sua volta nasconde una più datata contrapposizione tra dalemiani e veltroniani, dall'altra, delle richieste di rappresentanza dei vari territori. Insomma, le candidature sono il frutto di scelte fatte con il bilancino della politica. Ma tutto questo non fa altro che confermare le difficoltà della subcultura rossa, giacché l'esistenza di una cultura politica condivisa, che era uno dei punti di forza del Partito comunista, appare essere sostituita nel PD da domande frammentate e particolaristiche.

Non è stato ancora detto tutto. Infatti, la forza organizzativa del partito, altro elemento caratterizzante il Partito comunista, nel PD è declinata, mentre è accresciuto il potere decisionale di una ristretta cerchia di persone (governatore, parlamentari, sindaci, alcuni dirigenti regionali, ecc.) nei confronti del partito stesso.

2. Il ruolo delle primarie nella selezione del candidato del PD

A questo punto, però, a un attento lettore potrebbe apparire poco chiaro il legame tra il quadro fin qui descritto e gli obiettivi della nostra ricerca elencati all'inizio. In realtà, almeno per chi scrive, questo non lo è. La ragione è presto detta: per quanto riguarda la stampa locale, come già mostrato da precedenti indagini (MARINI e CONGIATU, 2007), questa è divenuta il principale spazio pubblico di dibattito politico. È nella stampa locale umbra che sono riportate le dichiarazioni e le prese di posizione di leader ed esponenti di partito e vi sono articoli di commento e approfondimento su eventi e temi politici da parte degli stessi uomini politici. In breve, i giornali esercitano una cruciale funzione d'interconnessione orizzontale tra i settori dell'élite di governo (per tale funzione si vedano MANCINI, 1990; BENTIVEGNA, 1994; MARINI, 2006). Con una novità. La novità, che speriamo possa emergere in maniera chiara dai nostri dati, è che la stampa locale durante le campagne elettorali – per l'esattezza, come vedremo nei prossimi paragrafi, in una particolare fase della campagna – tendono a focalizzarsi sulle diatribe interne ai partiti, soprattutto riguardanti il PD, rendendo così pubbliche (visibili) quelle magagne che stanno lacerando i partiti. Una precisazione è però necessaria: il loro focus non è soltanto il singolo partito, ma anche la ristretta élite che guida il partito stesso. È così, ad esempio, che si spiega la quasi maniacale ricostruzione da parte della stampa locale di vicende spinose riguardanti singoli esponenti del PD, che nella nostra ricerca verranno identificati come dei veri e propri «casi».

È opportuno infatti chiarire a cosa ci si riferisce quando si utilizzano le espressioni «caso Lorenzetti» e «caso Agostini».

Maria Rita Lorenzetti era il governatore uscente dell'Umbria, ma, avendo già portato a compimento due mandati, in base allo statuto del Partito democratico non avrebbe potuto avanzare la sua candidatura per la terza volta. Intorno alla possibilità di apportare una deroga allo statuto, in modo da permettere ad uno dei governatori con i più alti livelli di popolarità in Italia di candidarsi (e vincere) per la terza volta – soprattutto alla luce delle evidenti difficoltà incontrate dal PD nell'indicare una strada alternativa – si è sviluppato un serrato, a tratti aspro, dibattito, soprattutto nella fase iniziale della nostra rilevazione. La questione si è affermata in maniera tale da acquisire dignità di *issue* autonoma, facilmente riconoscibile e isolabile all'interno delle svariate faide interpartitiche che fisiologicamente caratterizzano l'avvio di ogni competizione elettorale.

Mauro Agostini, invece, senatore e tesoriere del Partito democratico, è stato il primo a sostenere la necessità dello svolgimento delle primarie per la selezione del candidato di centrosinistra. In seguito è lui stesso a candidarsi, ma non ottenendo la piena

fiducia dei vertici politici della sua “area” di riferimento (Veltroni e Franceschini, che sembrano più propensi ad appoggiare Gianpiero Bocci, altro parlamentare e dirigente del PD regionale), ritira la sua candidatura alcuni giorni prima del voto, in forte polemica con le modalità che sono state seguite nella selezione dei candidati stessi. Anche in questo caso la questione è ben definita e sembra poter essere intesa alla stregua di una *issue* autonoma.

In base allora a quanto affermato, l’ipotesi da noi sostenuta è che in una regione dal risultato scontato, la stampa locale, pur mantenendo ciascun giornale una propria simpatia politica, gioca la partita dell’affermazione di un ruolo più autonomo, mettendo in scena la campagna elettorale, la quale, senza il suo contributo, rimarrebbe chiusa all’interno delle segrete stanze (dove si consumerebbero drammatici duelli).

E le primarie? Innanzitutto, perché la peculiarità del caso umbro nell’utilizzo di questo particolare strumento democratico emerga con chiarezza, è opportuno inquadrare i tratti distintivi dello strumento stesso, nonché l’utilizzo che se ne è fatto in passato in altri contesti. Le elezioni primarie si identificano con quel meccanismo selettivo che, cercando di coinvolgere un ampio *selectorate*, è volto ad individuare i candidati che, successivamente, dovranno concorrere per una carica pubblica. Come è desumibile dallo stesso termine “primarie”, queste sono necessariamente precedenti ad una consultazione elettorale ed è per questo che, fondamentalmente, si distinguono da altre forme di selezione suscettibili di coinvolgere la base elettorale come, ad esempio, quella della leadership di un partito (FLORIDIA, 2009).

Quando si parla di primarie, è naturale fare riferimento al caso americano, dato che è qui che esse trovano l’applicazione maggiormente significativa, dando vita ad una vera e propria campagna elettorale su tutto il territorio che vede fronteggiarsi diversi esponenti di uno stesso partito che ambiscono a rivestire il ruolo di *challenger* nei confronti dell’avversario (che, a seconda dei casi, può essere l’*incumbent*, che si identifica nella figura del Presidente uscente, oppure un altro esponente del partito al governo, nel caso il Presidente abbia già espletato due mandati). Ma ciò su cui interessa mettere l’accento è la funzione che nel contesto americano rivestono le primarie, una funzione rimasta sostanzialmente inalterata nel corso degli anni. Infatti, queste «continuano a mantenere intatta la loro funzione, quella di filtrare e, al tempo stesso, presentare al popolo americano tutto (e quindi non soltanto agli elettori del singolo partito di riferimento) le piattaforme principali presenti e, soprattutto, le rispettive figure con le loro *leadership*, dando anche agli stessi candidati il tempo di “imparare” a divenire, via via nel corso della campagna elettorale, possibilmente dei Presidenti». (CECCANTI, 2004, p. 31). Questo è un punto particolarmente saliente per i fini della nostra ricerca. Infatti, è posto ben in evidenza che, aldilà del fatto che i partecipanti alle elezioni primarie si impegnano in una vera e propria competizione elettorale su tutto il territorio che, sebbene riguardi soltanto gli elettori di uno stesso partito, intende comunque parlare a tutti gli americani, quasi per rivendicare una sorta di idoneità a ricoprire la carica presidenziale, il profilo programmatico dei diversi *competitors* è ben definito, dato che ben chiare sono le questioni e le priorità a cui ciascun candidato darebbe la precedenza una volta presidente. Ad esempio,

in occasione delle elezioni primarie del 2008, Obama associa da subito il suo nome alla questione sanitaria negli Stati Uniti, facendo di questa *issue* la sua vera e propria missione presidenziale. Inoltre, ad un profilo programmatico ben delineato si accompagna un'intensa competizione (anche qui emblematico è il caso delle primarie democratiche del 2008) tra i candidati, dato che l'esito di questa particolare contesa difficilmente è scontato dall'inizio appannaggio di uno di essi.

L'intensità della competizione tra i candidati è proprio una delle due dimensioni utilizzate da Bolgherini e Musella (2005), insieme alla relazione che si instaura tra candidato e base elettorale (di tipo plebiscitario o sostanzialmente personalistico), per definire una tipologia di elezioni primarie. Secondo i due autori, le primarie americane sono di tipo *partecipativo*, dato l'elevato grado di competizione e un'ampia mobilitazione della base in vista soprattutto dell'*obiettivo grosso* rappresentato dalla carica presidenziale. Tralasciamo la dimensione relativa alla relazione candidato-*selectorate* per concentrarci sul grado di intensità della competizione, dato che ciò ci permette di collegarci al caso delle regionali in Umbria. Infatti, il meccanismo selettivo delle primarie funziona propriamente solo quando la competizione è incerta, dato che in tal modo il partito decide quale candidato privilegiare e su quale piattaforma programmatica, su quali temi "sensibili" puntare per aggiudicarsi la carica in palio. Nel caso, invece, in cui l'esito è abbondantemente scontato a favore di uno dei concorrenti (nel senso di coloro che sono impegnati in questa competizione), la funzione delle primarie è più che altro quella di consacrare, di investire di legittimità il "candidato forte", puntando a rinforzarlo ulteriormente, alleggerendo in un certo senso la morsa (e il condizionamento che sono suscettibili di apportare) delle forze che lo sostengono. In questi casi, si fa addirittura fatica a distinguere diverse piattaforme programmatiche e le diverse sensibilità di ognuno, dato che l'andamento della competizione sembra essere già incanalato verso l'unico vero candidato (e l'unico vero programma) esistente. L'esempio delle primarie dell'Unione del 2005 rende particolarmente l'idea di ciò che abbiamo messo in evidenza.

Ebbene, in Umbria nel febbraio del 2010 è accaduto qualcosa di peculiare. Infatti, non si può dire che, a differenza dell'esperienza dell'Unione del 2005, non vi sia stata un'elevata competizione, dato che, sebbene Catuscia Marini, come si vedrà, abbia prevalso con un buon margine, fino alla fine il nome del vincitore non era assolutamente scontato. Ma, paradossalmente, nonostante questa incertezza che, in linea teorica avrebbe dovuto accendere la corsa, i due candidati del PD, Catuscia Marini e Gianpiero Bocci, hanno faticato molto a differenziare i loro profili politici, mentre era addirittura del tutto assente una chiara alternativa nella loro proposta programmatica. L'unica vera discriminante, e qui veniamo al punto su cui intendiamo fondare il nostro ragionamento, è parsa la differente appartenenza d'area (bersaniana la Marini, mentre Bocci rientra in Area Democratica).

Inoltre, in Umbria, il PD, partito cui all'interno del centrosinistra spettava il candidato alla presidenza della regione per il centrosinistra, ha deciso di ricorrere alle primarie, tenutesi il 7 febbraio 2010, solo una settimana prima delle elezioni regionali; nei mesi precedenti si è assistito a un continuo tira e molla, con tanti esponenti dello stesso

partito che un giorno dichiaravano “mi candido”, il giorno successivo annunciavano “ritiro la mia candidatura”, e il giorno ancora dopo sostenevano “le primarie sono inutili”. La nostra ipotesi, tuttavia, è che le primarie, pur essendo state in dubbio fino all’ultimo, e pur essendosi svolte in modo abbastanza anomalo, sono state una scelta obbligata per il partito con il più alto consenso in Umbria.

Il 7 febbraio Catuscia Marini ha ottenuto 29.387 voti, pari al 54,2%, Gianpiero Bocci 24.884, pari al 45,8%. I votanti sono stati 54.271, le schede bianche 157, le nulle 251. Resta da rilevare perché le primarie sono state (a nostro avviso) indispensabili. Una volta indette, tutti i principali esponenti regionali del PD hanno dichiarato ai quattro venti che, grazie alle primarie, era garantita una partecipazione degli umbri alla scelta del candidato. All’apparenza le primarie sono servite a questo, nei fatti, però, il ricorso a un simile strumento è parso soprattutto un modo per giungere a una vera e propria (e ultima) chiamata alle armi, in cui ciascun dirigente del PD ha potuto misurare la sua forza all’interno del partito, mobilitando elettori nel suo territorio di appartenenza a favore di uno dei due candidati in corsa. Le primarie, quindi, sono state in Umbria la “resa dei conti”, o meglio ancora, l’ultimo atto di una “guerra” interna al PD.

Dunque, ciò che vorremmo porre all’attenzione del dibattito scientifico, attraverso i dati a nostra disposizione, è l’idea di una “missione salvifica” che le primarie possono essere chiamate a compiere in quelle regioni, come l’Umbria, in cui il risultato elettorale è scontato. Più esattamente, le primarie vanno considerate come quello strumento in grado di ricompattare (almeno all’apparenza) il partito (o lo schieramento), che probabilmente vincerà le elezioni, intorno al candidato prescelto, che dalle primarie otterrà quella visibilità in grado di porlo al centro della campagna elettorale.

Non è ancora tutto. Infatti, lo scenario fin qui descritto sembra confermare anche quanto sostenuto da Patrizia Messina e Carlo Baccetti (2009), anzi la nostra ricerca non solo supporta la posizione dei due studiosi ma vi aggiunge anche dell’altro. Messina e Baccetti sostengono che l’attività politica del partito nelle regioni rosse si «è rarefatta fino a ridursi alla sola mobilitazione preelettorale, i partiti si sono trasformati in comitati elettorali» (p. 128). Passate le elezioni, il partito sparisce e con evidenti difficoltà interviene nella “scatola nera” dei processi decisionali che avvengono dentro il palazzo.

A nostro avviso, e qui sta la novità che sembra emergere dai dati, in Umbria tutto si riduce alle relazioni personali tra i membri di una ristrettissima élite politica non dal momento in cui si è conosciuto il risultato elettorale, ma già da quando è stato individuato il candidato all’interno dello schieramento di centrosinistra. Di fatto, e speriamo che in questo i dati delle prossime pagine siano esplicativi, è da dopo le primarie che il PD, con le sue guerre intestine, abbandona la ribalta dei media per lasciarla al suo candidato alla presidenza, che già dalla sera del 7 febbraio inizia a comportarsi come un governatore *in pectore*.

3. Modalità di conduzione della ricerca

Al fine di far emergere che tipo di campagna elettorale hanno raccontato le testate locali umbre, sono stati analizzati gli articoli a carattere politico (o articoli anche di differente natura in cui però figurassero soggetti politicamente rilevanti) delle pagine regionali di quattro quotidiani: *Il Corriere dell'Umbria*, *Il Giornale dell'Umbria*, *Il Messaggero* e *La Nazione Umbria*. Il periodo in cui si concentra la ricerca è quello che intercorre tra il 7 dicembre 2009 e il 31 marzo 2010.

Per meglio comprendere quanto verrà sostenuto nelle prossime pagine, è opportuno dare anche una breve descrizione delle caratteristiche della stampa umbra. Innanzitutto, due dei quotidiani sopra indicati sono di proprietà di due importanti gruppi economici umbri. Ci stiamo riferendo al *Corriere dell'Umbria* e al *Giornale dell'Umbria* di proprietà rispettivamente del gruppo Barbetti e del gruppo Colaiacovo, due gruppi eugubini, entrambi impegnati nel business del cemento. Nel dettaglio, *Il Corriere dell'Umbria*, nato nel 1983, in poco tempo è divenuto il giornale con la più alta diffusione, superando la posizione di primato che per anni era stata de *La Nazione Umbria*. *Il Corriere dell'Umbria* può essere definito un giornale istituzionale per la sua vicinanza al governo regionale e quindi al centrosinistra. Al secondo e terzo posto tra i giornali più letti in Umbria troviamo due giornali "storici", *La Nazione* e *Il Messaggero* che da anni hanno una propria edizione dedicata alle vicende regionali umbre. Il giornale di Firenze, molto incentrato sugli eventi di cronaca, è molto attento alle vicende che riguardano il centro-destra e spesso molto critico nei confronti dell'azione del governo regionale. Il giornale romano, invece, che dedica un numero di pagine all'Umbria minore rispetto agli altri giornali, ha una collocazione più moderata, potremmo definirne centrista, anche se quotidianamente presenta nella prima pagina della sezione Umbria una rubrica, chiamata «le Foglie», con tre o quattro notizie in pillole (di cui non viene mai indicata la fonte) sempre abbastanza scomode per chi governa la Regione. *Il Giornale dell'Umbria*, infine, è il quotidiano più giovane, viene fondato agli inizi del 1998, ma è anche quello che sembra avere un più preciso progetto di influenza politica, ossia sostenere la crescita di una cultura (e quindi di una classe politica) di centrodestra in Umbria.

L'analisi è stata condotta attraverso l'utilizzo di una scheda di rilevazione, mediante la quale è stato possibile reperire i dati più significativi sulla base degli obiettivi che hanno ispirato la ricerca stessa. Nello specifico, per ogni articolo è stato rilevato sia l'argomento principale trattato, che l'identità dei "soggetti protagonisti", ossia quelle personalità politiche (o comunque socialmente rilevanti) che negli articoli figuravano in veste di protagonisti, o che, comunque, detenevano una posizione di una certa rilevanza.

È stata individuata la data delle primarie interne al Partito democratico – il 7 febbraio 2010 – come spartiacque tra due periodi (primo periodo: 7 dicembre - 6 febbraio; secondo periodo: 7 febbraio - 31 marzo), al fine di capire - sulla base delle ipotesi avanzate relative all'effettiva funzione assolta dalle primarie e al particolare *modus operandi* della carta stampata durante la campagna elettorale in un particolare contesto politico come quello umbro – come è cambiata la campagna elettorale regionale sulle testate

locali, in termini di visibilità degli attori e di temi dibattuti, dopo che questo importante evento aveva avuto luogo. Inoltre, per quanto concerne gli attori, attraverso l'elaborazione dei dati reperiti, è stato tracciato un grafico relativo all'“andamento della visibilità” su base settimanale dei tre soggetti politici che, nell'arco di tempo preso in esame, hanno giocato un ruolo decisivo nell'indirizzare l'evoluzione della contesa elettorale: Catuscia Marini, candidata alla presidenza per il centrosinistra; Fiammetta Modena, candidata alla presidenza per il centrodestra; e Rita Lorenzetti, presidente uscente.

Ma chi sceglie e chi sono i tre candidati alla presidenza dell'Umbria? Su come si è giunti alla scelta di Marini si è già detto e ci torneremo anche nelle prossime pagine. Qui è utile ricordare che Catuscia Marini è una candidata giovane (42 anni) con un profilo molto simile a quello dei presidenti che l'hanno preceduta. Potremmo dire un profilo “giusto” per chi ambisce a divenire un presidente dell'Umbria. Infatti, Marini inizia giovanissima la sua carriera politica: a 23 anni è consigliere comunale a Todi (sua città natale), a 28 anni è vicesindaco e a 30 anni viene eletta sindaco. La sua carriera politica ha un momento di *empasse* quando, giunta alla sua seconda consiliaura e impossibilitata a ricandidarsi, si batte per candidare un suo uomo alla poltrona di sindaco, non ben visto però da alcuni partiti dello schieramento di centrosinistra. Si arriva così a una spaccatura all'interno dello stesso schieramento, che porterà per la prima volta a Todi un sindaco di centrodestra. Tuttavia, nel 2004 è la candidata umbra dei DS alle europee dove risultò la prima dei non eletti. Nel 2008 subentra a Lapo Pistelli al Parlamento europeo; è questo un punto di svolta della carriera politica di Catuscia Marini, poiché la visibilità data dal nuovo incarico è stata sicuramente uno dei fattori centrali della sua candidatura, prima alle primarie interne al PD e poi alle scorse elezioni regionali.

Il candidato del PDL è Fiammetta Modena. Per prima cosa, però, va detto che il partito di Berlusconi non ha approfittato delle diatribe interne al PD, dato che la designazione di Modena avviene il 28 gennaio, ovvero soltanto dieci giorni prima delle primarie del PD. Il motivo è facilmente spiegabile: in una regione dal risultato scontato, o meglio ancora, in una regione dal risultato “sfavorevole” il PDL ha difficoltà a trovare un candidato forte. Dai giornali si evince in maniera piuttosto chiara che la scelta del candidato è di competenza dei vertici nazionali, che lasciano al PDL umbro soltanto il compito di avallare la loro scelta. Tuttavia, il PDL non ha ufficializzato fino alla fine di gennaio il suo candidato, perché ha tentato in tutti i modi di convincere l'unico nome forte a disposizione a scendere in campo, vale a dire l'imprenditrice Luisa Todini. Una volta assodata definitivamente l'indisponibilità dell'imprenditrice umbra, il PDL ripiega su un candidato “sacrificabile”, vale a dire senza nessuna possibilità di vittoria ma in grado di limitare i danni. Così, come era già avvenuto nel 2005, quando il centrodestra decise di candidare il capogruppo di Forza Italia in consiglio regionale, anche questa volta la scelta ricade sulla persona che ricopre lo stesso incarico all'interno del PDL. Fiammetta Modena, infatti, ha un buon profilo: è giovane (45 anni), è un avvocato civilista molto noto nel capoluogo umbro (ma molto meno nel resto della regione) e soprattutto da tre mandati è consigliere regionale. In realtà, il nome più probabile, tra

i candidati “sacrificabili”, fino a pochi mesi prima del voto non era quello di Modena, bensì quello dell’attuale sindaco di Assisi, Claudio Ricci. La cronaca nazionale si è occupata della vicenda quando il *Corriere della Sera* il 30 gennaio 2010 pubblica un articolo dal titolo emblematico: «Assisi, il candidato mancato e il giallo delle orecchie a sventola». Nell’articolo si legge che Berlusconi alla fine abbia scelto Fiammetta Modena, perché ha avuto da ridire sull’aspetto fisico di Ricci. In particolare, questo si legge nell’articolo, il premier non avrebbe apprezzato le orecchie a sventola del sindaco di Assisi, suggerendo anche il nome di un chirurgo.

La scelta di Fiammetta Modena ha portato anche alla rottura con l’UDC in Umbria. Non a caso, l’ex senatore Maurizio Ronconi, esponente di spicco dell’UDC umbra e responsabile nazionale degli enti locali del partito, aveva affermato più volte che il suo partito non avrebbe mai appoggiato un candidato del PDL che avesse ricoperto cariche politiche in Umbria o a Roma. L’idea era di un candidato “nuovo” per la Regione. Per alcuni giorni, poi, si è parlato anche di un possibile accordo tra UDC e PD che però, per il principale partito di centrosinistra, avrebbe significato la rottura con Rifondazione. L’impossibilità di costruire alleanze sia a destra che a sinistra spinge l’UDC a intraprendere la strada di una propria candidatura alla presidenza, quella di Paola Binetti, che viene ufficializzata da Pier Ferdinando Casini il 16 febbraio.

4. *I temi trattati dalla stampa locale*

Durante l’intero arco di tempo preso in esame, che va, lo ripetiamo, dal 7 dicembre 2009 al 31 marzo 2010, spicca come dominante una tematica di tipo *policy*, attinente allo «sviluppo economico umbro», argomento principale nel 12,7% sul totale degli articoli analizzati (v. Tab. 1). Il rilancio economico dell’Umbria è una preoccupazione fortemente avvertita da entrambe le candidate, le quali, in quasi tutti gli appuntamenti che costellano la campagna elettorale, non perdono occasione di mostrare al riguardo particolare sensibilità. Questo tema assume diverse connotazioni e declinazioni: dal rilancio delle piccole e medie imprese agli investimenti in energia pulita, dal potenziamento del turismo alla promozione dei prodotti del territorio. Si è deciso, tuttavia, di far confluire tali problematiche in un’unica categoria, dato che il modo in cui queste vengono trattate dalla stampa locale è comune e tende a riproporsi costantemente. In particolare, sia le rinnovabili, che l’agricoltura, che, soprattutto, le piccole imprese diffuse nel territorio umbro, sono argomenti trattati in chiave prospettica: ciascuno di questi è inteso alla stregua di un possibile appiglio per condurre la Regione fuori dalla crisi economica che la attraversa, al pari di altre regioni italiane.

TAB.1 – Totale dei primi dieci temi trattati dalla stampa locale (7 dicembre-31 marzo).

<i>Tem</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
sviluppo economico umbro	160	12,7
alleanze/candidature	140	11,1
candidature PD	113	9,0
scontri nel PD	96	7,6
candidature PDL	74	5,9
attività di campagna*	73	5,8
“caso” Lorenzetti	68	5,4
scontri PD-alleati	60	4,8
primarie	54	4,3
attività di campagna PD	53	4,2
<i>Totale parziale</i>	<i>891</i>	<i>70,8</i>
<i>Totale complessivo</i>	<i>1.259</i>	<i>100,0</i>

* Abbiamo fatto ricorso ad «attività di campagna» in relazione a quegli articoli che coprivano la campagna elettorale in senso generale, oppure soffermandosi su più forze partitiche contemporaneamente. In questi casi non è stato possibile individuare un partito che in termini di visibilità prevalesse sugli altri.

Da rilevare come «sviluppo economico umbro», la *issue* maggiormente trattata dalla stampa locale in questa campagna elettorale, sia l'unica *policy issues* tra le prime dieci. Questo testimonia probabilmente il fatto che, quando la competizione elettorale si sposta dalle strategie ai contenuti, l'attenzione dei media tende a focalizzarsi stabilmente su poche e precise questioni, sulle quali si misura l'alternatività delle ricette politiche presentate, in base a cui maturare un'opinione.

Tuttavia, fatta salva questa necessaria considerazione preliminare, è opportuno notare che l'attenzione della stampa locale, durante questa campagna elettorale, sembra indirizzarsi maggiormente verso le liti e le beghe partitiche che sui contenuti programmatici. Infatti, continuando la disamina della Tab.1, è possibile riscontrare come la stragrande maggioranza degli articoli analizzati si concentri su questioni *political*, attinenti agli scontri tra i partiti, alle candidature e alle fibrillazioni che scuotono gli equilibri di partito e di coalizione. Innanzitutto, sembra delinearsi una tendenza ben definita: tra i due maggiori partiti che si contendono la presidenza della Regione Umbria, è il PD a essere ritenuto più “notiziabile” dalla stampa locale umbra. Infatti, dopo le *issues* «sviluppo economico umbro», di cui si è già parlato, e «alleanze/candidature» – di valenza sostanzialmente neutra e fisiologicamente presente in ogni competizione elettorale – figurano ben 6 *issues* (sulle restanti 8) che, più o meno direttamente, riguardano le sorti del Partito democratico («candidature PD», «scontri nel PD», «caso Lorenzetti», «scontri PD-alleati», «primarie», «attività di campagna PD»).

Le responsabilità di questa sovraesposizione mediatica vanno rintracciate sicuramente all'interno del partito stesso; ma è anche la carta stampata locale a concentrarsi in maniera pressoché esclusiva sul partito principale della regione, che è anche il par-

tito principale della coalizione di governo, sia uscente che futura. Questo interesse nei confronti delle sorti del PD non si concretizza soltanto in un'attenzione costante nei riguardi delle vicissitudini quotidiane che ne caratterizzano la campagna elettorale, ma si traduce anche, e forse soprattutto, nell'intenzione di portare allo scoperto le faide, le liti, e gli scontri: quella sorta di "guerriglia" che, altrimenti, rimarrebbe a livello sotterraneo. Da qui deriva essenzialmente l'attenzione per questo tipo di *issues* a cui abbiamo fatto riferimento, e, tra queste, di due *issues* in particolare corrispondenti ai due "casi" che maggiormente caratterizzano la campagna (Agostini e Lorenzetti). Questo avviene sempre perché, lo ripetiamo, in un contesto quale quello umbro, per la stampa locale, preoccuparsi delle sorti del PD non vuol dire semplicemente occuparsi di un partito tra i tanti, ma vuol dire preoccuparsi delle sorti e della tenuta del futuro governo. Pertanto, coerentemente con quanto affermato da precedenti studi che si sono concentrati sulle modalità di selezione delle candidature in regioni – tra cui appunto l'Umbria – in cui l'esito della partita elettorale sembra ampiamente scontato (CORNIA, MAZZONI, MANCINI, 2005), è soprattutto nella fase di pre-campagna che vengono giocate "le migliori carte" a disposizione di ognuno; è in questa fase che le forze partitiche profondono lo sforzo più grande, perché da queste trattative non uscirà semplicemente il nome del candidato della coalizione, ma uscirà il nome del futuro presidente.

In occasione delle regionali 2010, in Umbria, si è assistito, infatti, a una battaglia senza precedenti per la definizione del candidato alla presidenza, che è arrivata a coinvolgere anche i vertici nazionali del PD, e che non ha lasciato ai democratici altra scelta che ricorrere, in extremis, alle primarie per porre fine a una controversia che sembrava potesse arrivare addirittura a minare le (enormi) possibilità di vittoria elettorale. A tal riguardo, infatti – ma si avrà modo di sviluppare meglio il punto in seguito – le primarie del PD, più che un'occasione di confronto tra piattaforme programmatiche diverse nello stesso partito, come solitamente avviene quando vengono indette, hanno avuto, in questo caso, una funzione risolutiva delle diatribe interne: il popolo umbro, cioè, è stato apparentemente elevato a giudice di ultima istanza, un giudice che ponesse fine al rischioso conflitto interno, indicando un nome intorno al quale le parti avrebbero dovuto giocoforza convergere.

In realtà il Partito democratico, dilaniato dallo scontro intestino tra le diverse aree, ha fatto ricorso allo strumento delle primarie al fine di pesare l'effettiva consistenza dei contendenti e il loro consenso presso la base, in modo da stabilire una volta per tutte quale fosse il candidato (e l'area politica) legittimato a concorrere (e, quindi, a governare). A far le spese di questa situazione sono state le questioni che maggiormente interessano gli umbri: infatti, l'informazione giornalistica sembra essere quasi completamente monopolizzata dal dibattito/scontro per le candidature.

Data la rilevanza che in questa competizione elettorale ha assunto l'appuntamento delle primarie, ci è parso quasi logico individuare nel giorno 7 febbraio (data in cui si sono tenute le votazioni per le primarie stesse) un punto di svolta di questa lunga ed estenuante contesa. Inoltre, abbiamo ritenuto opportuno suddividere i 111 giorni di analisi in un primo periodo (pre-primarie, dal 7 dicembre 2009 al 6 febbraio 2010) e in un secondo periodo (post-primarie, dal 7 febbraio al 31 marzo), anche al fine di far emergere il modo

in cui la situazione è cambiata e come le primarie possono aver inciso sul corso seguito dagli avvenimenti.

Volgendo un primo sguardo alle Tabb. 2 e 3, ciò che immediatamente colpisce è la loro estrema diversità, a testimonianza del differente andamento della competizione elettorale prima e dopo le primarie del Partito democratico, tenutesi, si è detto, il 7 febbraio. Il PD domina, in maniera pressoché egemone, la scena sulla stampa locale nel primo periodo della competizione (7 dicembre – 6 febbraio). Ma non è sufficiente affermare questo: il PD, infatti, non presenzia la ribalta in maniera virtuosa. Non sono le sue azioni elettorali a fare notizia, né tantomeno i punti programmatici della sua piattaforma. Il PD fa notizia a causa della sua conflittualità interna, perché è estremamente diviso. E queste ruggini caratterizzeranno il Partito democratico almeno sino alla data in cui avranno luogo, per l'appunto, le consultazioni primarie.

TAB. 2 – Totale dei primi dieci temi trattati dalla stampa locale nel periodo 7 dicembre – 6 febbraio (primo periodo).

<i>Tema</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
“caso” Lorenzetti	68	14,6
scontri nel PD	67	14,4
candidature PD	59	12,7
candidature PDL	54	11,6
alleanze/candidature	53	11,4
primarie	34	7,3
scontri PD-alleati	33	7,1
“caso” Agostini	27	5,8
attività di campagna PD	15	3,2
sviluppo economico umbro	15	3,2
<i>Totale parziale</i>	<i>425</i>	<i>91,2</i>
<i>Totale complessivo</i>	<i>466</i>	<i>100,0</i>

TAB. 3 – Totale dei primi dieci temi trattati dalla stampa locale nel periodo 7 febbraio –31 marzo (secondo periodo).

<i>Tema</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
sviluppo economico umbro	145	19,3
alleanze/candidature	87	11,6
attività di campagna	71	9,4
candidature PD	54	7,2
lavoro	51	6,8
attività di campagna PD	38	5,0
scontri nel PD	29	3,9
welfare	26	3,5
sanità	22	2,9
ambiente/infrastrutture	22	2,9
<i>Totale parziale</i>	<i>611</i>	<i>81,1</i>
<i>Totale complessivo</i>	<i>753</i>	<i>100,0</i>

Procediamo con ordine. Tra i primi dieci argomenti trattati dalla stampa locale nel primo periodo, a conferma di quanto affermato, emergono ben 4 *issues* che hanno una connotazione negativa per il PD; tra queste, figurano addirittura le prime due della graduatoria: il «caso Lorenzetti» è l'argomento principale con il 14,6% degli articoli, e precede di poco la *issue* «scontri nel PD» (14,4%). Vanno menzionati altri due temi che, seppur di rilevanza minore, aiutano a completare un quadro che, inizialmente, sembra preannunciarsi fosco per il Partito democratico: «scontri PD-alleati» (7,1%) e «caso Agostini» (5,8%). È proprio da questo riscontro iniziale che sembra emergere in tutta la sua evidenza l'attenzione particolare, in un certo senso (e comprensibilmente) privilegiata, che la stampa locale dedica al Partito democratico, a maggior ragione in una fase in cui lo scontro interno è ai livelli d'allerta. Le liti e le controversie interne al partito al governo della regione fanno presto a tramutarsi in «casi», casi che la carta stampata osserva, segue, racconta, ma non in maniera distaccata, limitandosi a riportare i fatti che possono aver generato gli scontri. Anzi, molto spesso sembrano proprio sfuggire gli esatti termini della contesa, dato che la maggiore attenzione verte sui movimenti interni al partito, sulle strategie delle diverse aree, sull'infinita partita a scacchi che si consuma tra leader locali e anche nazionali, e, in ultimo, sul possibile impatto che la situazione può avere sul futuro scenario partitico e governativo regionale. Per avere un'idea abbastanza completa delle modalità di trattazione del dibattito interno al PD da parte della stampa locale, si ritiene estremamente esplicitiva il Quadro 1, contenente una selezione di alcuni dei principali titoli in cui ci siamo imbattuti prima delle primarie.

QUADRO 1 - *Titoli selezionati dai quattro giornali analizzati prima delle primarie.*

La Nazione, 10.12.2009 – PD, i separati in casa cercano un mediatore per le regionali.
Il Messaggero, 22.12.2009 – PD, la regina, i moschettieri e il cambio di stagione.
Il Corriere dell'Umbria, 23.12.2009 – Terzo mandato, il PD sceglie cinque saggi. Dura la Lorenzetti: «Mi si dica se sono utile o no, altrimenti me ne vado».
La Nazione, 27.12.2009 – In casa PD non è stato un Natale di pace.
Il Corriere dell'Umbria, 29.12.2009 – Nel PD è guerra senza quartiere. Si guarda a Roma e alle primarie.
Il Giornale dell'Umbria, 30.12.2009 – PD, Agostini si infila l'armatura: scatta la candidatura. Bottini: «Lavorerò ancora per nome condiviso».
Il Messaggero, 30.12.2009 – Scacco alla regina, Agostini si candida.
Il Giornale dell'Umbria, 05.01.2010 – PD, primarie-polveriera, Lorenzetti contro Agostini.
Il Messaggero, 05.01.2010 – La regina si candida e Agostini festeggia.
Il Giornale dell'Umbria, 08.01.2010 – Il PD, il senatore *speedy* e la pallottola spuntata.
Il Giornale dell'Umbria, 10.01.2010 – PD in piena confusione tra contro ricorsi e veti incrociati, Agostini non molla sulle primarie, salgono Locchi e Bottini.
Il Messaggero, 12.01.2010 – Il PD umbro fa naufragio nel Nilo, Bersani lo salverà?

Passando ora all'analisi della Tab. 3, relativa al secondo periodo che abbiamo individuato, la "missione salvifica" che, come da ipotesi, le primarie dovevano compiere, sembra avere successo, quantomeno per il sereno prosieguo della competizione elettorale dei democratici. Infatti, dalla tabella in questione, ciò che immediatamente risalta è la drastica scomparsa dei due «casi» (Lorenzetti e Agostini) che avevano agitato le acque interne al partito e che, in definitiva, erano state le principali cause ispiratrici delle primarie. Come, difatti, ci si potrebbe attendere, i riflettori della stampa locale si spostano dalle liti intestine al PD alla questione delle candidature per il Consiglio regionale nei diversi collegi in cui gli elettori sono chiamati ad esprimersi. Pertanto, tra le prime *issues* nel secondo periodo oggetto d'esame, figura «alleanze/candidature» (11,6%), seguita da un tema più specifico, ma di "tonalità" simile: «candidature PD» (7,2%). È importante rilevare che anche una delle quattro *issues* che precedentemente avevano connotato in negativo il Partito democratico, «scontri nel PD», in questo caso, pur restando tra le prime dieci *issues* – a fronte di una litigiosità non del tutto sedata dall'appuntamento delle primarie – assume un significato differente, maggiormente orientato verso la tipica dialettica intra- e interpartitica che precede la definizione delle ultime candidature prima della consegna delle liste.

Il cambiamento di prospettiva che l'esito delle primarie apporta non sfugge neppure alla stampa quotidiana locale. Infatti di tutt'altro tenore sono gli articoli che punteggiano il susseguirsi degli appuntamenti elettorali nel corso del secondo periodo. La copertura giornalistica, infatti, se dapprima era focalizzata pressoché esclusivamente sulle sorti del principale partito della regione, ora, una volta che il vincitore delle primarie, e quindi il futuro Presidente, ha un'identità intorno alla quale il partito deve giocoforza unificarsi, l'attenzione verte maggiormente sulla classica *horse race*, sulla corsa elettorale che, per quanto già ampiamente decisa, vede comunque (e giustamente) le tre candidate fronteggiarsi in giro per la regione. Ma la peculiarità del caso umbro emerge, dando un attento sguardo ai giornali, anche in questa fase. Infatti, se nel caso del candidato di centrodestra, Fiammetta Modena, l'accento è posto maggiormente sull'attività elettorale e sul sostegno che le arriva dai vertici nazionali e, in particolar modo, dal Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi, nel caso del futuro Presidente della Regione, Catuscia Marini, la stampa locale inizia già a ragionare guardando o alle tematiche concrete (di cui dovrà occuparsi una volta insediatasi) oppure al dopo-elezioni e alla composizione della squadra di governo. Si prenda, infatti *La Nazione* del 6 marzo che titola uno dei suoi articoli: «Catuscia Marini schiera la sua squadra», o ancora *La Nazione* del 24 marzo: «"Sviluppo sostenibile, ci credo". Catuscia Marini indica le strategie anti crisi». In questo caso la Marini sembra parlare come un vero e proprio Presidente *in pectore* (v. Quadro 2).

Il Giornale dell'Umbria, 24.02.2010 - La partita è aperta: la Marini avanti, ma Modena incalza.

Il Messaggero, 03.03.2010 - Elezioni, Marini: «Cosi' via dalla crisi». Modena sceglie la voce di Gibson. Binetti: «Umbria cerniera d'Italia».

Il Corriere dell'Umbria, 04.03.2010 - Una rosa nel pugno di Catuscia. Rometti: «Gli umbri prima di tutto». Marini: «Siete importanti».

La Nazione, 06.03.10 – Catuscia Marini schiera la sua squadra.

Il Corriere dell'Umbria, 08.03.2010 - Catuscia Marini in tour con l'ospite d'eccezione. A pranzo con Fassino.

Il Giornale dell'Umbria, 12.03.2010 - Marini va al 52%, Modena ferma al 42%.

Il Giornale dell'Umbria, 12.03.2010 - D'Alema: «Il testimone a un'altra grande donna».

La Nazione, 23.03.2010 - Il PDL: «Ora conquistiamo gli indecisi». Anche Berlusconi interverrà a sostegno di Fiammetta Modena.

La Nazione, 23.03.10 - Marini: «Servizi sanitari per tutti. Sarà questo il mio impegno».

Il Giornale dell'Umbria, 21.03.2010 - La discontinuità e le tre candidate alla presidenza.

Il Corriere dell'Umbria, 22.03.10 - Marini ai lavoratori Merloni: «Vigileremo sull'accordo».

Il Corriere dell'Umbria, 24.03.2010 - Ronconi: «Nessuna caccia all'assessorato».

Il Giornale dell'Umbria, 24.03.2010 - «Lo sviluppo da turismo ed energia rinnovabile». Catuscia Marini guarda all'esempio dell'Umbria delle eccellenze.

La Nazione, 24.03.2010 - «Sviluppo sostenibile, ci credo». Catuscia Marini indica le strategie anti crisi.

Il Giornale dell'Umbria, 27.02.2010 - Appelli e *forcing* finale prima delle urne. Modena: momento di svolta. Marini: concreti senza demagogia. Binetti: noi, la vera novità.

Inoltre, è altrettanto interessante evidenziare che nel secondo periodo della campagna elettorale – in cui le candidature sono ormai definite e i partiti sono maggiormente orientati alla massimizzazione dei consensi elettorali – sul proscenio mediale si affermano altri tipi di tematiche, sensibilmente diverse rispetto a quelle che avevano caratterizzato le prime settimane della contesa. I temi in questione, dal taglio specificamente economico, con un impatto più diretto sulla qualità della vita degli elettori, sono quelli che «maggiormente interessano gli umbri». Tale mutamento di prospettiva è di entità decisamente rilevante: circa un terzo del totale degli articoli dedicati dalla stampa locale alla campagna elettorale nel secondo periodo (v ancora Tab. 3) è incentrato su *policy issues* di stampo economico (sommando le percentuali di «sviluppo economico umbro», «lavoro» e «welfare», si ottiene il 29,6%). Tra queste, la questione dello sviluppo economico è nettamente predominante, identificandosi come l'argomento centrale nel 19,3% dei casi.

Tirando le somme, dal punto di vista degli argomenti è possibile individuare due distinte fasi e, tra queste, un punto cruciale, una sorta di *critical juncture* che sancisce il cambio di scenario. Una prima fase è caratterizzata dallo scontro intestino al Partito democratico, a riprova della tesi per cui, nelle zone in cui la tradizione rossa è particolarmente radicata, la reale competizione è antecedente alla campagna elettorale ufficiale e ha luogo *nei partiti*, piuttosto che *tra i partiti*. Questo perché la reale posta in gioco non è l'esito elettorale, ampiamente scontato, quanto piuttosto la stessa identità del candidato che concorrerà per la carica, e quindi, in definitiva, del futuro Presidente. La *critical juncture* di cui si sta parlando è rappresentata ovviamente dalle primarie.

Si consideri, inoltre, il fatto che nel caso umbro le primarie non rappresentano un momento di una procedura consolidata volta alla selezione di un candidato, come solitamente avviene. Al contrario, queste sono trattate come una possibilità, ossia, come qualcosa che è possibile fare, ma che è anche possibile evitare nel caso vengano individuate modalità selettive migliori. Se le primarie sono intese davvero come un momento di confronto tra linee politiche e piattaforme differenti, allora rappresentano lo sbocco fisiologico di un dibattito che avviene *nelle* primarie e si risolve attraverso il voto. Ma, in questo caso, il dibattito avviene al di fuori delle primarie che, come detto, più che occasione di confronto, divengono un vero e proprio strumento, un'ultima risorsa alla quale le forze politiche ricorrono dopo averle provate tutte. Prova ne sia il fatto che si decide di indirle una sola settimana prima del giorno in cui gli elettori del PD saranno chiamati a votare (7 febbraio), un tempo del tutto insufficiente per un confronto serrato nel merito dei diversi problemi.

Tale missione può dirsi ampiamente compiuta: la fase del conflitto si chiude e si apre una nuova fase, quella di campagna elettorale, in cui le azioni dei candidati (e quindi le attenzioni della stampa locale) si concentrano fortemente sui contenuti, sulle questioni "sensibili", di carattere prettamente economico, che hanno un impatto importante sulla quotidianità degli umbri.

5. *Gli attori protagonisti nella stampa locale umbra*

Dando un primo sguardo d'insieme alla Tab. 4, relativa agli attori protagonisti degli articoli nell'intero arco di tempo analizzato, è immediato il parallelismo con la griglia relativa agli argomenti: anche in questo caso si afferma la tendenza per cui il Partito democratico fa più notizia rispetto alle altre forze partitiche.

TAB. 4 – Totale dei primi dieci attori protagonisti degli articoli nel periodo 7 dicembre – 31 marzo.

	<i>N</i>	<i>%</i>
Fiammetta Modena (PDL)	214	13,1
Catiuscia Marini (PD)	194	11,9
Paola Binetti (UDC)	97	5,9
Lamberto Bottini (PD)	94	5,8
Maurizio Ronconi (UDC)	71	4,3
Stefano Vinti (PRC)	59	3,6
Mauro Agostini (PD)	55	3,4
Rita Lorenzetti (PD)	53	3,2
Gianpiero Bocci (PD)	45	2,8
Orfeo Goracci (PRC)	36	2,2
<i>Totale parziale</i>	<i>918</i>	<i>56,2</i>
<i>Totale complessivo*</i>	<i>1.634</i>	<i>100,0</i>

*Il totale complessivo della Tab. 4 risulta diverso da quello della Tab. 1, in quanto in un singolo articolo, contrariamente a quanto avviene per i temi, possono emergere anche più attori rilevanti. Sarebbe pertanto errato rilevarne uno solo, omettendo così di considerare altri che pure hanno, in termini di copertura, la medesima rilevanza. Per i temi, invece, questo problema non si pone, dato che è quasi sempre possibile individuare un unico tema dominante.

Sebbene il candidato alla presidenza del Popolo della libertà, Fiammetta Modena, sia l'esponente politico che ottiene maggiore visibilità nella stampa locale, è evidente anche in questo caso la predominanza di personalità del Partito democratico: tra i primi dieci soggetti maggiormente visibili, ben la metà di questi fa parte del PD. Tra questi figurano, oltre alla vincitrice delle primarie e candidata alla presidenza, Catiuscia Marini, e al presidente uscente, Rita Lorenzetti, anche Lamberto Bottini, segretario regionale del PD e figura di raccordo tra le diverse parti in conflitto, Mauro Agostini, senatore e primo sostenitore delle primarie, e Gianpiero Bocci, deputato e sfidante di Catiuscia Marini nella corsa delle primarie. Già da questa prospettiva è dunque possibile avere un riscontro di quanto affermato in precedenza, ma il quadro si chiarisce ulteriormente facendo un raffronto per periodi (v. Tabb. 5 e 6).

È importante sottolineare, però, che la Tab. 4, che raccoglie gli articoli relativi alla campagna elettorale nel suo complesso, vede le tre candidate alle Presidenza nelle prime tre posizioni. Al primo posto figura la candidata per il Popolo della Libertà, Fiammetta Modena, con il 13,1% degli articoli, al secondo posto spicca Catiuscia Marini (PD), con l'11,9% e al terzo posto si trova la candidata dell'UDC, Paola Binetti, personaggio di rilevanza nazionale, ma ben distaccato dalle due maggiori *competitors* (5,9%). Questo dato conferma la tendenza della carta stampata a concentrarsi, soprattutto nelle fasi calde della competizione elettorale, sulla figura dei candidati alla Presidenza, e, tra questi, sui due maggiori contendenti, ossia coloro che detengono realistiche ed effettive possibilità di vittoria. In questo senso, è possibile dire che, nonostante la competizione abbia margini di incertezza pressoché nulli, l'attenzione della stampa locale umbra verte comunque sulla *horse race* tra le due *challengers*, per quanto i giochi siano già fatti e i pronostici siano, a ragione, unidirezionali.

TAB. 5 – Totale dei primi dieci attori protagonisti degli articoli nel periodo 7 dicembre-6 febbraio. (primo periodo).

	N	%
Lamberto Bottini (PD)	69	11,8
Mauro Agostini (PD)	54	9,2
Rita Lorenzetti (PD)	49	8,4
Fiammetta Modena (PDL)	45	7,7
Catiuscia Marini (PD)	41	7,0
Gianpiero Bocci (PD)	30	5,1
Stefano Vinti (PRC)	26	4,5
Orfeo Goracci (PRC)	20	3,4
Maurizio Ronconi (UDC)	18	3,1
Claudio Ricci (PDL)	17	2,9
<i>Totale parziale</i>	<i>369</i>	<i>63,2</i>
<i>Totale complessivo</i>	<i>584</i>	<i>100,0</i>

TAB.6 - Totale dei primi dieci attori protagonisti degli articoli nel periodo 7 febbraio-31 marzo (secondo periodo).

	N	%
Fiammetta Modena (PDL)	169	16,1
Catiuscia Marini (PD)	153	14,6
Paola Binetti (UDC)	97	9,2
Maurizio Ronconi (UDC)	53	5,0
Stefano Vinti (PRC)	33	3,1
Lamberto Bottini (PD)	25	2,4
Silvio Berlusconi	18	1,7
Orfeo Goracci (PRC)	16	1,5
Gianpiero Bocci (PD)	15	1,4
Pier Ferdinando Casini	14	1,3
<i>Totale parziale</i>	<i>593</i>	<i>56,5</i>
<i>Totale complessivo</i>	<i>1.050</i>	<i>100,0</i>

Nel primo periodo, che è la fase in cui infuria lo scontro internamente al Partito democratico, nelle prime tre posizioni troviamo tre personalità ben definite e altrettanto significative: Lamberto Bottini (11,8%), Mauro Agostini (9,2%) e Rita Lorenzetti (8,4%). È interessante rilevare che è ben saldo il nesso che lega soprattutto Lorenzetti e Agostini alla fase turbolenta attraversata dal PD. Infatti, come è possibile verificare in base alle griglie relative alle *issues*, sia il presidente uscente che il senatore sono al centro di due «casi» (caso Lorenzetti e caso Agostini, per l'appunto), che sortiscono l'effetto di scuotere da subito le acque democratiche, costringendo il segretario regionale, Lamberto Bottini, vero e proprio paciere interno, a incontrare più volte i vertici nazionali del PD, dando alla crisi una dimensione che travalica ben presto i confini regionali.

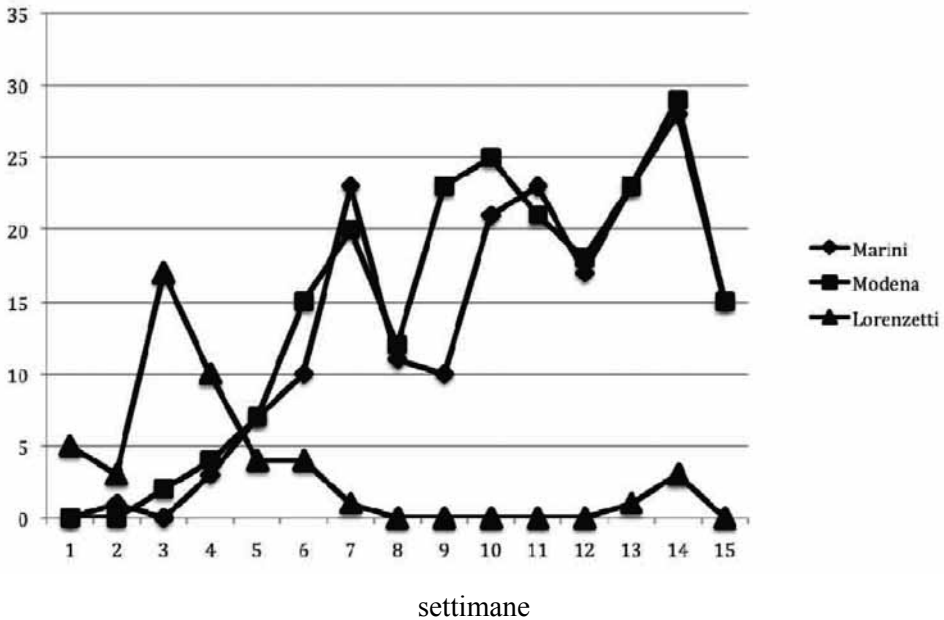
Si notino alcune interessanti particolarità. Gli articoli in cui Rita Lorenzetti compare in veste di protagonista si concentrano pressoché esclusivamente nel primo periodo. È proprio in questa circostanza che prende corpo, nella maniera probabilmente più evidente, quel processo a cui ci eravamo riferiti nella sezione iniziale del presente lavoro: i giornali locali sono perfettamente coscienti del fatto che, contrariamente a quanto si verifica in contesti maggiormente in bilico, è la fase preliminare quella più delicata, proprio perché probabilmente è l'unica fase davvero imprevedibile, aperta a più soluzioni non necessariamente (anzi, quasi mai) complementari. I quotidiani locali, pertanto, assolvono appieno quella funzione di raccordo orizzontale tra una ristretta élite di dirigenti politici che sembrano avere in mano il destino elettorale dell'Umbria, ma non lo fanno in maniera discreta. Al contrario, enfatizzano, rimarcano, amplificano quegli scricchiolii (e quando non sono evidenti li ricercano e li portano a galla) che, come crepe, minano dall'interno l'unitarietà che per anni ha contraddistinto il "monolite rosso" nelle regioni dell'Italia centrale.

Nello stesso destino incorre Mauro Agostini, che, a cavallo dei due periodi, passa da 54 presenze (9,2%) a una sola presenza. Che cosa ci dice questo dato? A nostro avviso, se si accetta la nostra ipotesi iniziale, per cui le primarie più che un momento di confronto programmatico, abbiano dovuto assolvere una missione pacificatrice, si potrebbe dire che le primarie hanno funzionato e che la "missione è compiuta". A conferma di ciò, si consideri la Tab. 6, relativa al secondo periodo. Sembra quasi che la campagna elettorale si normalizzi; infatti, l'attenzione della stampa locale inizia a dirigersi con una certa frequenza e stabilità verso le tre candidate alla presidenza, Fiammetta Modena, Catuscia Marini, e Paola Binetti, rispettivamente con il 16,1%, il 14,6%, e il 9,2% degli articoli, mentre si allarga la forbice con gli altri attori: il quarto attore è Maurizio Ronconi (esponente regionale dell'UDC) che ottiene poco più della metà (6,9%) della copertura dedicata alla Binetti, terza nella graduatoria. Quando la campagna elettorale entra nella fase più intensa, quando le candidature si definiscono e allo scontro *nei partiti* subentra lo scontro *tra i partiti*, anche la stampa locale muta la sua prospettiva, focalizzando e polarizzando la sua attenzione soprattutto sulla figura dei candidati.

Il fatto che le primarie siano effettivamente state una felice intuizione trova conferma anche nella Fig. 1. La Figura, infatti, riguarda l'andamento della visibilità sulla stampa locale delle due candidate alla presidenza, Fiammetta Modena e Catuscia Marini, e del presidente uscente, Rita Lorenzetti, sempre nel corso delle sedici settimane analizzate. Sinora si è spesso fatto riferimento al clima tesissimo all'interno del Partito democratico al momento della definizione delle candidature. Ma intorno a che cosa si è consumato questo aspro scontro? Qual è stato il *casus belli* che per parecchi giorni ha impegnato i vertici locali e nazionali del PD? Dalla Fig. 1 emerge che nella fase antecedente alle primarie è netta la predominanza negli articoli del presidente uscente Lorenzetti che, tuttavia, inizia a decrescere in corrispondenza delle primarie. Inoltre, nella nona settimana si registra il massimo distacco tra la Marini e la Lorenzetti dall'inizio della nostra rilevazione, distacco che, come è ovvio, si incrementerà nelle settimane di campagna elettorale ufficiale. In base a quanto fin qui sostenuto, è possibile affermare, quindi, che

è soprattutto intorno alla figura della Presidente uscente che si è consumato lo scontro interno al partito, uno scontro che, per buona parte della contesa elettorale, ha monopolizzato l'attenzione dei media locali, impedendo un confronto maggiormente orientato verso i problemi reali degli umbri.

FIG. 1 – *Andamento della visibilità di Marini, Modena e Lorenzetti (7 dicembre – 31 marzo).*



Poi, tra l'ottava e la nona settimana, si assiste all'impennata della visibilità di Catuscia Marini che, nelle settimane precedenti aveva ottenuto una copertura nella norma. Questo rappresenta un ulteriore indizio a supporto del fatto che quella delle primarie sia stata un'operazione riuscita su tutti i fronti. Dopo le primarie, la Lorenzetti praticamente scompare dalla stampa locale, mentre la visibilità delle due candidate sembra seguire un andamento simile, quasi sovrapponibile. Per lunghi tratti, la Modena risulta addirittura più visibile della Marini, soprattutto tra la decima e la dodicesima settimana, grazie anche all'aiuto del premier Berlusconi che presenta a Roma le quattro donne candidate del centrodestra, Polverini, Faenzi, Bernini, e, per l'appunto, Modena, cercando di avvantaggiare la loro difficile corsa elettorale, spendendo l'ampio bagaglio di popolarità di cui egli dispone. Anche questa operazione sembra riuscire, quantomeno sulla stampa locale qui analizzata. Infatti, non solo in quelle due settimane Fiammetta Modena è di gran lunga l'attore più visibile, ma è assolutamente in grado di contendere il primato alla sua diretta concorrente anche nei giorni successivi, come la Fig. 1 ci indica. Si potrebbe dire, in definitiva, che la Modena sfrutta bene e fa buon uso della popolarità del premier, dando ossigeno e nuovo slancio alla sua corsa elettorale, tanto da risultare, come si è visto, l'attore maggiormente visibile sulla stampa locale durante la campagna per le regionali in Umbria.

6. Come è andata a finire: l'attesa vittoria della Marini

L'esito delle elezioni regionali in Umbria, com'era ampiamente prevedibile, ha visto prevalere la candidata del Partito democratico (e del centrosinistra), Catuscia Marini, con il 57,2% dei voti (257.458 voti), contro il 37,7% di Fiammetta Modena, sostenuta dal PDL e dalla Lega Nord (169.568 voti), e il 5% di Paola Binetti dell'UDC (22.756 voti). Sebbene la coalizione di centrodestra, anche sulla scia dell'alto grado di popolarità che il governo nazionale e, *in primis*, il Presidente Berlusconi detengono in quel periodo, realizza una buona performance rispetto alle regionali del 2005 (in cui la Lorenzetti raggiunse addirittura il 63%, mentre il candidato del centrodestra sostenuto anche dall'UDC, Laffranco, si fermò al 33,6%), la partita non è mai messa realmente in discussione.

Questo avvalorava quanto sostenuto, e, in un certo senso, ne rappresenta la conferma. La vera competizione, quella con la posta in gioco più alta, è quella che prende corpo all'interno del Partito democratico nella fase che abbiamo indicato con «primo periodo» e che viene risolta dalle primarie. Ma le primarie la risolvono in modo anomalo: non rappresentano un momento selettivo all'interno di un percorso che deve portare alla definizione di una candidatura, ma sono bensì l'*extrema ratio* a cui il partito fa ricorso quasi fuori tempo massimo per sbrogliare una matassa che non era stato possibile districare in altro modo.

L'atto estremo del ricorso alle primarie, tuttavia, sembra dare i suoi frutti: una volta che le correnti si sono contate e hanno decretato chi pesa di più, il Partito democratico sembra mettersi in moto in maniera unitaria, convergendo attorno alla figura della Marini, e consentendo, in questo modo, al dibattito elettorale di svolgersi secondo modalità più consuete. È in questa fase che sulla stampa locale i sondaggi e le previsioni di voto, le ricette contro la crisi e i piani di rilancio dell'Umbria, le strategie elettorali delle tre candidate e i tour sul territorio, prendono progressivamente il posto delle faide intestine ad un unico partito e all'eterna competizione tra correnti avverse. In tal senso, il PD sembra ravvedersi in tempo, dato che, sebbene permetta al centrodestra di guadagnare in termini di voti (per la prima volta la Lega Nord entra nel Consiglio regionale), non dà mai modo di far sembrare una vittoria della Modena uno scenario suscettibile di verificarsi.

Per quanto riguarda, in ultimo, la stampa locale umbra, questa si dimostra ancora una volta maggiormente sensibile alle diatribe infra-partitiche piuttosto che alle ricette avanzate per governare la Regione. Nel primo periodo, infatti, l'attenzione dei giornali è dedicata in maniera pressoché totale agli equilibri interni al Partito democratico, alle loro quotidiane variazioni e alle incursioni (piuttosto frequenti in questa occasione) degli esponenti di maggiore spicco e dei vertici nazionali. Nel secondo periodo, infatti, la carta stampata sembra, in un certo senso, abbassare la guardia nei confronti di ciò che accade tra i candidati, lasciando che gli eventi seguano il loro corso verso il loro naturale epilogo.

Prima di concludere, però, vanno menzionati altri due elementi che emergono dai risultati elettorali delle passate elezioni regionali. Innanzitutto, va segnalato l'alto asten-

sionismo che si è registrato in Umbria: la percentuale dei votanti è stata pari al 65,5% con ben 64mila umbri che hanno disertato le urne (affluenza inferiore di ben 9 punti percentuali rispetto alla media nazionale). L'altro aspetto da sottolineare è il mancato ricambio della classe dirigente umbra; infatti, per il PD entrano in consiglio regionale tre ex sindaci (quello di Città di Castello, principale città dell'Alta Valle del Tevere, quello di Perugia, e quello di Marsciano, punto di riferimento della Media Valle del Tevere) e vengono confermati due assessori uscenti (uno di Foligno, che dopo l'uscita di scena di Maria Rita Lorenzetti, rappresenta il punto di riferimento, all'interno della maggioranza, della terza città dell'Umbria e uno di Perugia, l'attuale segretario regionale del PD), il Presidente del Consiglio regionale (anche lui perugino ed ex segretario regionale del partito) e il precedente capogruppo sempre in consiglio regionale (esponente di spicco del ternano). Insomma, questi eletti non solo sono la conseguenza di uno schema politico che permette a tutti i principali territori umbri di avere i loro leader locali di spicco all'interno del consiglio regionale, ma sono anche coloro che andranno a formare quella ristretta élite politica, a cui spesso si è fatto riferimento, che determinerà l'azione di governo in Umbria.

7. Le conclusioni: i tre risultati della ricerca

Tre risultati sembrano emergere dalla nostra ricerca. Il primo: in una regione dal risultato scontato la fase più interessante della campagna non è quella ufficiale (l'ultimo mese), bensì la fase precedente, ossia quella in cui s'individuano i candidati alla presidenza. Ma questo era già stato detto da altre ricerche (CORNIA, MAZZONI e MANCINI, 2005). La nostra ricerca, però, vi aggiunge dell'altro: mostra come le trattative per la scelta dei candidati alla presidenza si trasformino, in particolar modo all'interno del PD – partito cui spetta la scelta decisiva, vista la scontata vittoria dello schieramento di centrosinistra –, in una vera e propria guerra (come anche dimostrato dalle parole nei titoli dei giornali riportati nel terzo paragrafo). A nostro avviso, ciò è un'ulteriore conferma degli scricchiolii della subcultura rossa, perché avvalorata l'idea di un PD umbro (e forse anche nazionale) privo al suo interno di una cultura politica condivisa e gestito da una ristretta cerchia di personaggi politici, per di più in conflitto tra di loro. Questo ci pare il primo risultato.

Secondo risultato: i giornali locali si concentrano inevitabilmente sulla fase delle scelte dei candidati alla presidenza, perché si susseguono eventi spettacolari (accuse, minacce, colpi di scena, ecc.) e, quindi, altamente notiziabili. Né è ancora tutto. Nel quadro che abbiamo sopra disegnato, i quotidiani locali svolgono, da un lato, un'importante funzione di comunicazione orizzontale che sembrerebbe essenziale per il funzionamento dello stesso sistema politico/partitico umbro. Dall'altro, però, tali giornali vanno considerati anche come degli attori che intervengono autonomamente sulla campagna, raccontandola ai lettori in ogni minimo particolare. Rendono pubbliche quelle diatribe che probabilmente i politici avrebbero voluto mantenere segrete: ad esempio, la ricerca

di un candidato condiviso all'interno del centrosinistra è stata estenuante e questo aspetto i giornali lo hanno enfatizzato, spettacolarizzato. Ne sono una prova, di nuovo, i nostri titoli: si parla di una regina (leggi Lorenzetti), di uno scacco alla regina, di moschettieri, di guerra senza quartiere, di primarie-polveriere, c'è chi s'infilava l'armatura (leggi Agostini), e chi, infine, ipotizza un naufragio nel Nilo. Insomma, i giornali umbri mettono in scena la campagna.

Terzo risultato: in Umbria, regione dal risultato elettorale scontato, le primarie hanno avuto una "missione salvifica". Nell'articolo lo abbiamo ripetuto molte volte, perciò su questo terzo risultato è inutile dilungarci con altre riflessioni. Tuttavia, per rafforzare la nostra conclusione, riportiamo un breve stralcio di un articolo, dal titolo veramente interessante «Il PD umbro fa naufragio nel Nilo. Bersani lo salverà?» pubblicato sul *Messaggero*, il 12 gennaio 2010, in un momento di grandi tempeste all'interno del PD. «Da qui non si esce a meno che non vengano rilanciate, ma stavolta alla grande e con nuovi protagonisti, le primarie. A quel punto non ci saranno solo Mauro Agostini o Catiuscia Marini, ma la battaglia promette di essere di quelle in mare aperto e memorabili».

Riferimenti bibliografici

- BENTIVEGNA S. (a cura di) (1994), *Mediare la realtà. Mass media, sistema politico e opinione pubblica*, Milano, Franco Angeli.
- BACCETTI C. e MESSINA P. (a cura di) (2009). *L'eredità. Le subculture della Toscana e del Veneto*, Novara, Liviana.
- BOLGHERINI S. e MUSELLA F. (2006), «Le primarie in Italia. Ancora e soltanto personalizzazione della politica?», in *Quaderni dell'Osservatorio elettorale*, 55, pp. 221-39.
- CACIAGLI M. (2009), *Che resta?*, in BACCETTI C. e MESSINA P. (a cura di), *L'eredità*, cit., pp. 212-222.
- CECCANTI S. (2004), *Quando la selezione conta. Le elezioni primarie e la loro rilevanza nel sistema politico americano*, in LINO M. R., PEGORARO L. e FROSINI J. O. (a cura di), *Da Bush a Bush. From Bush to Bush*, Bologna, Libreria Bonomo, pp. 19-31.
- CORNIA A., MAZZONI M. e MANCINI P. (2005), «Sondaggi e subculture politiche nella selezione della leadership: una ricerca in Umbria», in *Comunicazione Politica*, 2, pp. 235-254.
- DIAMANTI I. (2009), *Mappe dell'Italia politica*, Bologna, Il Mulino.
- FLORIDIA A. (2009), *Modelli di partito e modelli di democrazia. Un'analisi critica dello statuto del PD*, in PASQUINO G. (a cura di), *Il Partito Democratico. Elezione del segretario, organizzazione e potere*, Bologna, Bononia University Press.
- MANCINI P. (1990), «Tra di noi. Sulla funzione negoziale della comunicazione politica», in *il Mulino*, 328, pp. 267-287.
- MARINI R. (2006), *Mass media e discussione pubblica*, Roma-Bari, Laterza.
- MARINI R. e CONGIATU S. E. (2007), *Dove il mercato elettorale è statico e i leader sono negoziali: l'Umbria e il potere di nomination dei partiti*, in MARLETTI C. (a cura di), *Il leader postmoderno*, Milano, Franco Angeli, pp. 275-301.
- RAMELLA F. (2005), *Cuore Rosso?*, Roma, Donzelli.