



Par condicio... oppure no?

Pd, Forza Italia e M5s tra i più presenti nella televisione pubblica
Pd sempre più come partito a più voci, la Lega sempre più con una voce sola
Disparità di genere in tv: solo un intervento su quattro proviene da una donna
Alleanze, liste e coalizioni i temi più dibattuti in televisione

A partire dal 2000 è stata introdotta in Italia la disciplina della *par condicio*, cioè quell'insieme di norme atte a garantire l'equità di accesso dei soggetti politici ai mezzi di informazione, in particolare nel periodo della campagna elettorale. Tutti i partiti che partecipano alle elezioni devono godere dunque delle stesse possibilità di informare i cittadini in merito alle loro proposte e posizioni politiche. **Ma quanto è davvero equa la distribuzione dello spazio televisivo assegnato alle diverse forze politiche nelle reti pubbliche?** Per rispondere a questo interrogativo, l'Istituto Cattaneo ha analizzato i dati che l'Osservatorio di Pavia fornisce regolarmente alla Commissione di Vigilanza Rai per l'attività di monitoraggio del pluralismo politico sulle reti del servizio pubblico nazionale. A fini della nostra analisi, abbiamo selezionato gli interventi di tutti i soggetti politici dedicati al tema della campagna elettorale o, più in generale, delle prossime elezioni politiche. Di conseguenza, sono esclusi tutti quegli interventi dei rappresentanti del governo in carica legati allo svolgimento delle loro attività istituzionali.

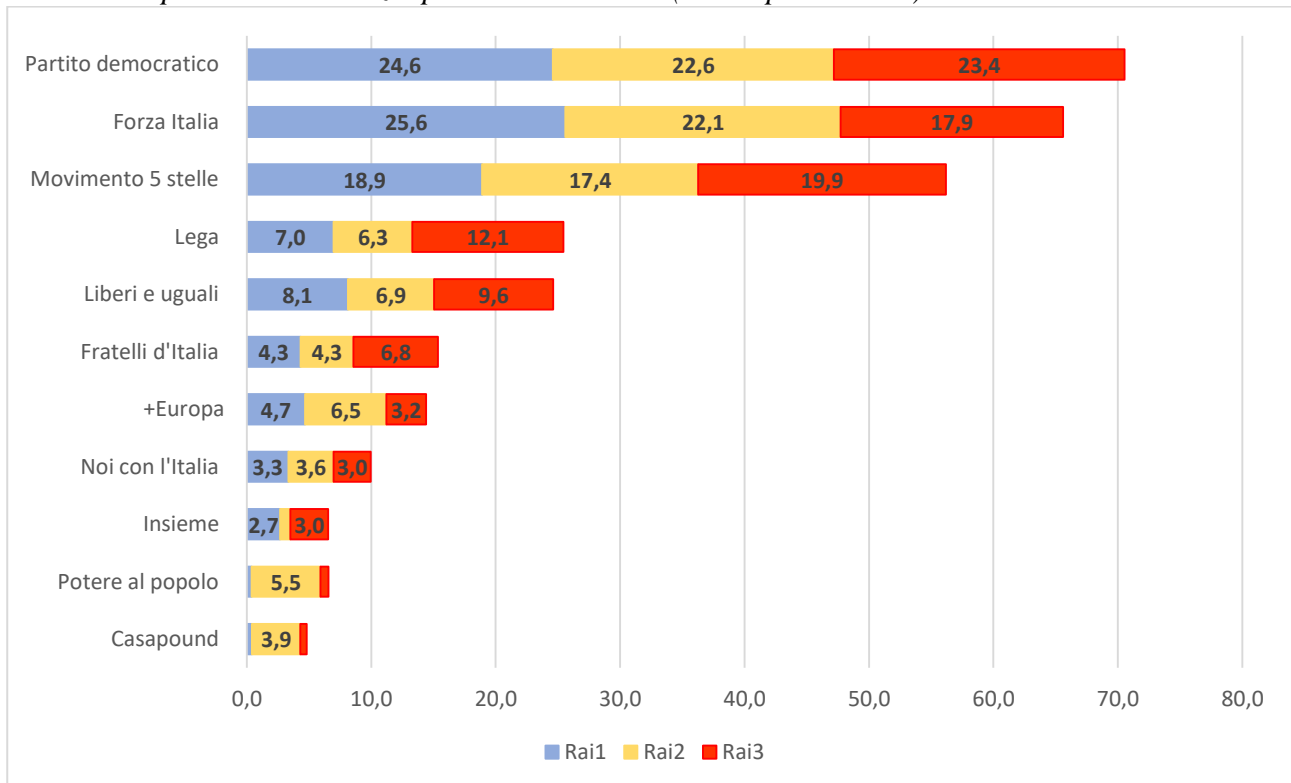
Il primo dato che viene presentato è la percentuale di tempo che, dal 1 gennaio al 25 febbraio 2018, è stato assegnato a ciascuna delle principali forze politiche in vista del voto del 4 marzo. Come mostra la figura 1, nel periodo considerato **è stato il Partito democratico a ricevere la quantità maggiore di tempo nei programmi della Rai dedicati all'informazione politica** (talk show, telegiornali, rubriche di approfondimento e altri programmi di *infotainment*). Il tempo assegnato agli esponenti del Pd è equamente distribuito tra i tre canali della Rai, con una presenza leggermente più pronunciata su Raiuno.

Se il Pd è il partito che riceve più copertura mediatica e spazio televisivo nei tre canali Rai considerati congiuntamente, **Forza Italia è invece quello maggiormente presente sugli schermi di Raiuno, dove raccoglie oltre il 25% di tutto lo spazio assegnato agli interventi politici**. Complessivamente, il partito di Berlusconi è il secondo in termini di copertura televisiva sulle reti Rai, pur risultando meno presente su Raitre, dove gli esponenti di Forza Italia ricevono il 17,9% del tempo sul totale.

Il Movimento 5 stelle ha una presenza sui programmi televisivi del servizio pubblico inferiore rispetto agli altri due partiti e risulta mediamente sottorappresentato nei primi due canali della Rai, mentre su Raitre può godere di una copertura superiore a quella di Forza Italia. Alla Lega di Salvini e al partito di recente formazione Liberi e uguali (Leu) è assegnata una quota di tempo sostanzialmente simile, con una presenza più spiccata su Raitre.

Sono i partiti più estremi/sti a ricevere la minore quantità di spazio tra tutte le liste qui prese in considerazione: sia Potere al popolo che Casapound non superano infatti complessivamente il 7% del tempo dedicato agli interventi dei politici sulle reti della televisione pubblica.

Fig. 1. *Tempo assegnato alle principali forze politiche nei programmi di approfondimento e discussione politica del servizio pubblico televisivo (valori percentuali)*



Fonte: *elaborazione dell'Istituto Cattaneo sui dati dell'Osservatorio di Pavia. Nota: il tempo, misurato in secondi per ogni intervento, si riferisce al Tempo Gestito Direttamente (TGD, o Tempo in voce).*

I dati discussi fin qui trattano congiuntamente le informazioni provenienti sia dai programmi di *infotainment* che dai notiziari e i telegiornali. Separando questi due elementi – come riportato nella tabella 1 – emergono differenze rilevanti tra i partiti e anche tra le tre reti televisive.

Innanzitutto, al Movimento 5 stelle è riservato più tempo nei telegiornali (in particolare sul Tg1) rispetto ai programmi di discussione politica dello stesso canale. Il Pd rimane, invece, il partito più presente sugli schermi della Rai, tanto su telegiornali quanto sui programmi di approfondimento. Diversamente, **agli esponenti di Forza Italia viene assegnato uno spazio maggiore soprattutto nei talk show rispetto ai telegiornali, specialmente sui Raidue.**

Per i partiti rimanenti, non esiste un trend uniforme. In alcuni casi (+Europa, Noi con l'Italia) la minore presenza sui programmi di *infotainment* è bilanciata da una maggiore presenza sui telegiornali, mentre per altri partiti – come Lega, Leu, Fratelli d'Italia – vale lo scenario opposto, vale a dire una presenza più massiccia nei programmi di confronto e discussione politica. Questa differenza potrebbe essere dovuta alla presenza, nel secondo gruppo di partiti, di leader abbastanza noti e molto più presenti nei dibattiti televisivi.

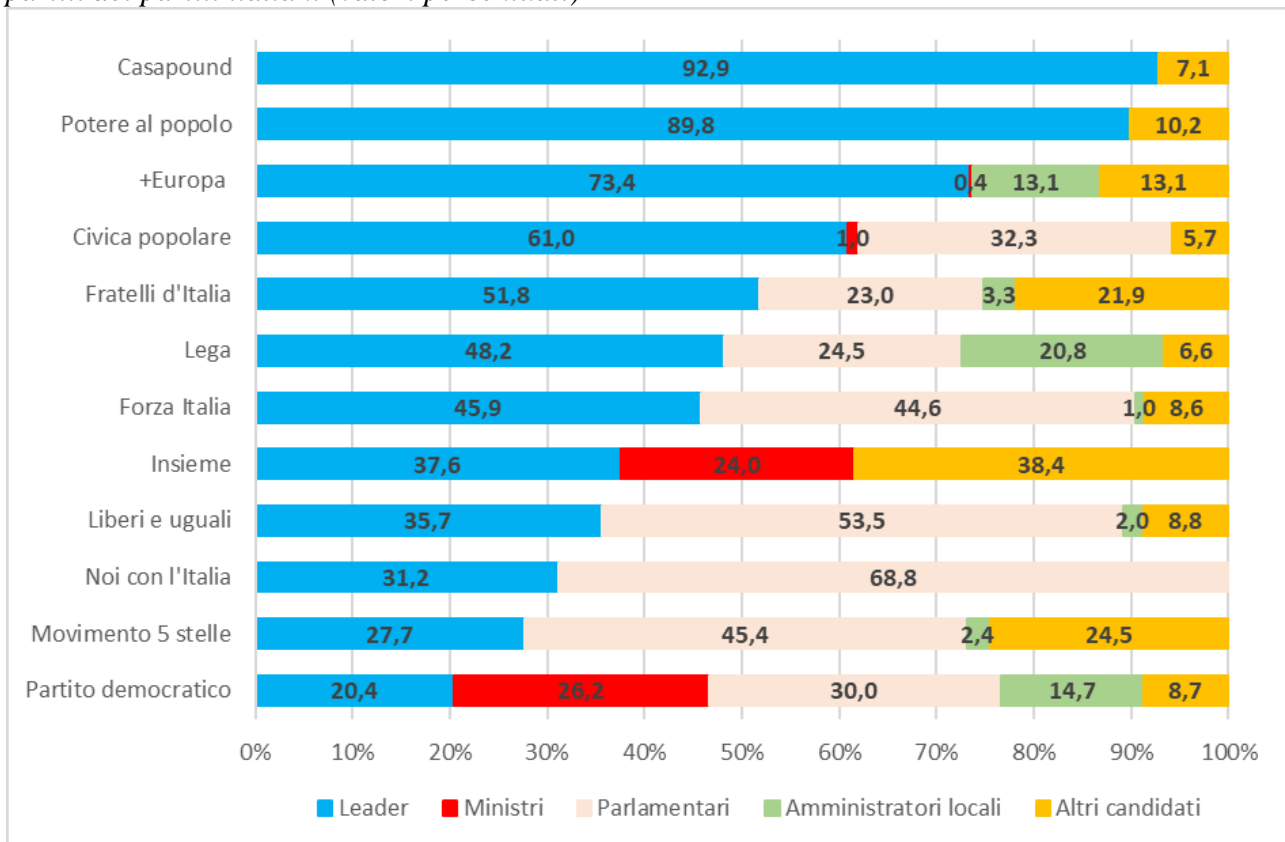
Tab. 1. Tempo assegnato alle principali forze politiche nei telegiornali e nei programmi di discussione o approfondimento politico (valori percentuali)

	Telegiornali			
	Raiuno	Raidue	Raitre	Totale Rai
Partito democratico	28,7	24,1	27,7	26,9
Movimento 5 stelle	24,3	21,9	17,2	20,9
Forza Italia	20,9	20,2	19,2	20,0
Lega	8,6	5,9	4,5	6,2
Liberi e uguali	5,9	9,4	13,2	9,7
Fratelli d'Italia	5,1	5,7	4,7	5,1
+Europa	1,7	4,1	6,2	4,1
Noi con l'Italia	1,8	6,2	3,8	3,9
Insieme	2,5	1,7	3,0	2,4
Casapound	0,3	0,6	0,2	0,4
Potere al popolo	0,2	0,3	0,2	0,2
<i>Totale</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
<i>N. casi</i>	<i>699</i>	<i>502</i>	<i>453</i>	<i>1654</i>
	Talk show e rubriche di approfondimento			
Partito democratico	25,0	29,6	23,2	24,1
Forza Italia	27,3	31,7	18,1	21,6
Movimento 5 stelle	18,5	14,2	20,8	19,7
Lega	7,3	6,1	13,3	11,1
Liberi e uguali	6,6	0,1	9,1	7,8
Fratelli d'Italia	3,6	6,6	7,0	6,0
+Europa	4,8	0,2	2,6	3,0
Noi con l'Italia	3,0	0,6	2,6	2,6
Insieme	3,0	0,8	2,7	2,6
Casapound	0,5	10,0	0,2	0,9
Potere al popolo	0,5	0,1	0,6	0,5
<i>Totale</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
<i>N. casi</i>	<i>77</i>	<i>29</i>	<i>324</i>	<i>430</i>

Fonte: elaborazione dell'Istituto Cattaneo sui dati dell'Osservatorio di Pavia. Nota: il tempo, misurato in secondi per ogni intervento, si riferisce al Tempo Gestito Direttamente (TGD, o Tempo in voce).

Finora abbiamo visto quali sono i partiti che hanno ottenuto lo spazio maggiore nei telegiornali e nei programmi di approfondimento politico. Ma, all'interno delle singole liste, a quale esponente viene assegnato più tempo? In altre parole, **quanto spazio viene concesso ai leader rispetto agli altri esponenti o candidati di partito?** La figura 2 offre una risposta a questa domanda.

Fig. 2. Tempo assegnato nei programmi del servizio pubblico televisivo ai diversi esponenti di partiti dei partiti italiani (valori percentuali)



Fonte: elaborazione dell'Istituto Cattaneo sui dati dell'Osservatorio di Pavia. Nota: elaborazione dell'Istituto Cattaneo sui dati dell'Osservatorio di Pavia. Sulla definizione del «tempo» degli interventi politici si veda la nota della fig. 1.

Come si può notare chiaramente, i partiti dov'è prevalente la presenza mediatica dei rispettivi leader sono di due tipi. Da un lato, ci sono i partiti minori (Casapound e Potere il popolo) i quali, non potendo contare su uno spazio ampio in tv, lo concentrano quasi totalmente (all'incirca al 90%) sulla figura del loro «capo politico». Dall'altro lato, troviamo invece **partiti fortemente leaderistici o personali, dove è cruciale per la stessa esistenza del partito la figura del leader. Questo vale, ad esempio, per la lista Civica popolare del ministro Lorenzin, per +Europa di Emma Bonino e, anche se in misura leggermente inferiore, anche per Fratelli d'Italia di Giorgia Meloni.** Per questi ultimi tre partiti, oltre la metà del loro spazio televisivo è «occupato» dalla figura del leader.

Tra i partiti di dimensioni maggiori, è **la Lega ad avere il tratto leaderistico più marcato.** Poco meno della metà dello spazio assegnato alla Lega nelle reti del servizio pubblico è gestito mediaticamente da Matteo Salvini, mentre il tempo rimanente è diviso quasi equamente tra parlamentari leghisti e amministratori locali. È interessante notare che **lo spazio televisivo occupato da Salvini all'interno della Lega è addirittura superiore a quello controllato da Berlusconi (45,9%) all'interno del partito di cui è fondatore e proprietario.** Infatti, il leader di Forza Italia si trova a condividere lo spazio nella televisione pubblica assieme a una parte consistente della classe parlamentare del suo partito (44,6%) e ad altri esponenti locali del partito.

Tutti gli altri partiti si caratterizzano per una presenza meno rilevante del leader nella loro comunicazione televisiva. **Estremamente significativo è il caso del Pd, il cui leader ha controllato appena il 20% dello spazio riservato al suo partito.** Da questo punto di vista, la strategia comunicativa adottata da Renzi, ovvero la decisione di spersonalizzare il più possibile la campagna elettorale, sembra essere stata messa all'opera soprattutto nel contesto televisivo. Un aspetto che è ben visibile anche dalla quota di spazio (26,2%) che è stata affidata ai ministri del governo uscente (Gentiloni, Delrio, Franceschini, Minniti, Madia ecc.) nella campagna comunicativa del Pd. In tal senso, **sembra già sfumata per il Partito democratico – almeno in termini comunicativi – l'epoca del «partito di Renzi», lasciando spazio a una stagione più collegiale nella gestione del partito.**

Simile sotto alcuni tratti è il caso del Movimento 5 stelle, dove il tempo televisivo riservato a Luigi Di Maio è nettamente inferiore (27,7%) a quello che invece viene gestito dai singoli parlamentari pentastellati (45,4%). Nell'insieme questi dati sul pluralismo politico nella televisione pubblica italiana consentono anche di indagare più in profondità **la natura, fortemente personalizzata, dei partiti politici** e le trasformazioni in corso nel rapporto tra i leader e le altre strutture dell'organizzazione partitica.

Fig. 3. *Tempo assegnato nei programmi del servizio pubblico televisivo ai diversi esponenti di partiti dei partiti italiani per genere (valori percentuali)*

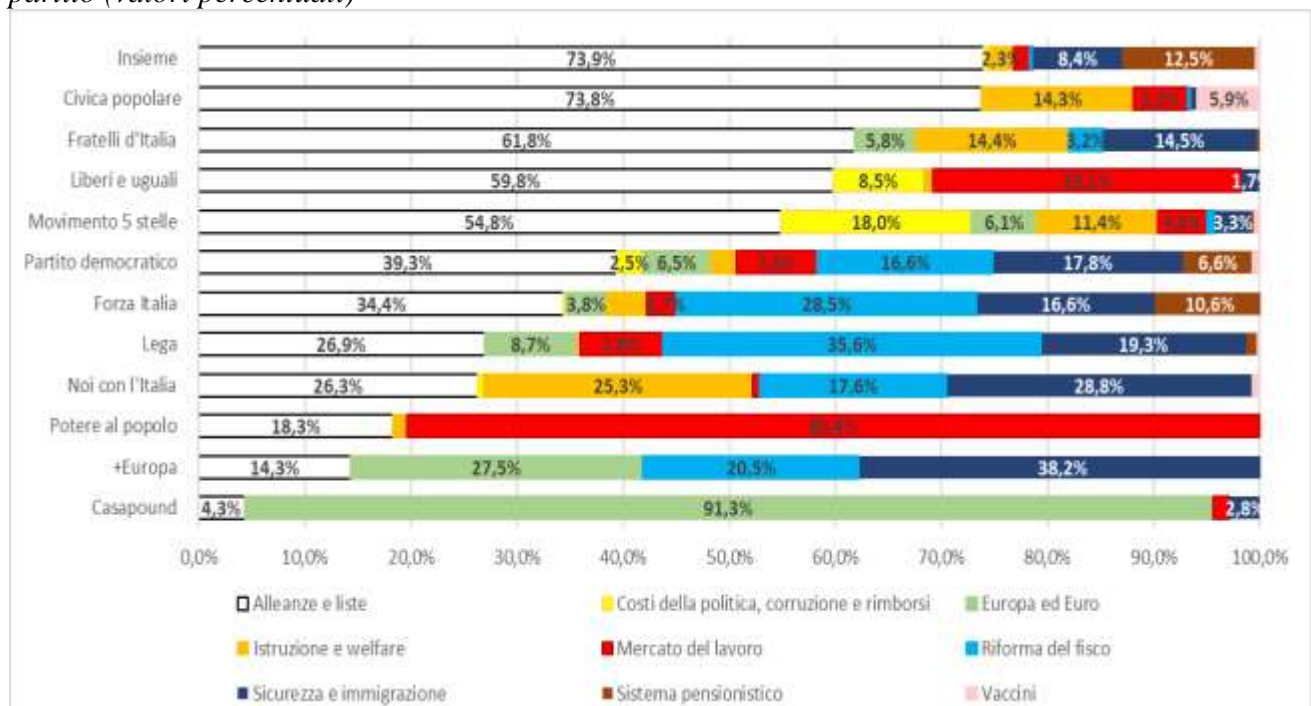


Fonte: *elaborazione dell'Istituto Cattaneo sui dati dell'Osservatorio di Pavia. Sulla definizione del «tempo» degli interventi politici si veda la nota della fig. 1.*

Un altro aspetto che è possibile analizzare sulla base dei tempi assegnati ai singoli partiti è quello riguardante la parità di genere all'interno della politica italiana. **Come mostra la figura 3, la parte più consistente dello spazio riservato agli interventi dei politici è controllata e gestita da uomini. In media, solo un quarto del tempo che il servizio pubblico ha dedicato ai temi della campagna elettorale ha coinvolto una donna.** Questo trend vale per la maggioranza dei partiti italiani (da Casapound a Forza Italia, passando per il Pd e il M5s) e gli unici partiti in cui i rapporti di forza tra uomini e donne sono invertiti sono quelli che possiedono una leadership al femminile (+Europa, Fratelli d'Italia, Civica popolare e Potere al popolo). In questa prospettiva, oltre agli squilibri indicati in precedenza nella distribuzione dei tempi televisivi tra le principali forze politiche, **emerge chiaramente anche l'esistenza di un vulnus nelle modalità attraverso le quali viene garantita una equità di trattamento tra le donne e gli uomini che praticano l'attività politica.**

Infine, l'ultimo elemento che abbiamo analizzato riguarda le tematiche che sono state al centro del dibattito pubblico durante la fase della campagna elettorale nei canali televisivi del servizio pubblico. La figura 4 riporta, per ogni partito, la percentuale di tempo dedicata a uno dei nove argomenti individuati nella nostra analisi. **Per la maggior parte del tempo, i partiti hanno discusso e litigato – sia al loro interno che tra di loro – sui temi delle alleanze pre- o post-elettorali, della composizione delle liste o, nelle ultime settimane, delle candidature «ritirate» all'interno del M5s.** In media, soltanto il 30% dello spazio televisivo messo a disposizione dei partiti per la presentazione delle loro priorità programmatiche e l'approfondimento delle varie tematiche socio-economiche è stato effettivamente utilizzato a questo scopo.

Fig. 4. *Tempo riservato a diverse tematiche nei programmi del servizio pubblico televisivo per partito (valori percentuali)*



Fonte: *elaborazione dell'Istituto Cattaneo sui dati dell'Osservatorio di Pavia. Sulla definizione del «tempo» degli interventi politici si veda la nota della fig. 1.*

Sono stati soprattutto i partiti che si sono chiamati preventivamente fuori da ogni gioco coalizionale, cioè Casapound e Potere al popolo, quelli che meno si sono concentrati nella loro comunicazione sul tema delle alleanze tra diverse forze politiche. Potendo così dedicare il poco spazio messo a loro disposizione per tematiche di sostanza come la questione europea (per Casapound, ovviamente in chiave critica) e le tematiche del lavoro (per Potere al popolo).

Esclusi gli argomenti concernenti la composizione delle liste o gli accordi tra i partiti, **i temi su cui si sono maggiormente focalizzati gli interventi televisivi dei politici sono stati quelli della riforma fiscale** (soprattutto, non a caso, per la Lega e Forza Italia), **della sicurezza e dell'immigrazione** (in prevalenza, per +Europa, Noi con l'Italia e la Lega), **dell'istruzione e del welfare** (per Noi con l'Italia, Fratelli d'Italia e Civica popolare) e infine **del mercato del lavoro**, un tema su cui hanno puntato soprattutto Leu, Pd e Lega.

Merita segnalare, infine, come **la questione dei costi e della corruzione della politica sia stata dibattuta soprattutto dagli esponenti del M5s**, sia in ottica difensiva (per difendersi dagli attacchi sulla questione dei rimborsi mancanti da parte di alcuni suoi parlamentari) che in chiave offensiva, per criticare episodi di corruzione commessi da altre forze politiche o altre disfunzioni del sistema politico italiano.

Analisi a cura di Marco Valbruzzi

Fondazione di ricerca Istituto Carlo Cattaneo

Tel. 051235599 / 051239766

Sito web: www.cattaneo.org