



Centro di
Documentazione europea - UniCT



Università di Catania

I quaderni europei

Scienze linguistico-letterarie



C'È UN'EUROPA OLTRE LA CRISI ECONOMICO-FINANZIARIA?
LA RAPPRESENTAZIONE MEDIALE TRA LOGICHE GIORNALISTICHE
NAZIONALI E STRATEGIE DELLE FONTI SOVRANAZIONALI

Mariaeugenia Parito

Agosto 2013

n. 55

Mariaeugenia Parito

C'è un'Europa oltre la crisi economico-finanziaria? La rappresentazione mediale tra logiche giornalistiche nazionali e strategie delle fonti sovranazionali

Università di Catania - *Online Working Paper* 2013/n. 55

URL: http://www.cde.unict.it/quadernieuropei/linguistico-letterarie/55_2013.pdf

© 2013 Mariaeugenia Parito

Università degli Studi di Catania in collaborazione con il Centro di documentazione europea - *Online Working Paper*/ISSN 1973-7696

Periodico mensile registrato al Tribunale di Catania il 22 ottobre 2013 con il numero 15.

Mariaeugenia Parito, Ricercatrice in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Civiltà antiche e moderne dell'Università di Messina; docente di Comunicazione pubblica, Comunicazione politica, Nuove tecnologie dell'Informazione.

La collana *online* "I quaderni europei" raccoglie per sezioni (scienze giuridiche, scienza della politica e relazioni internazionali, economia, scienze linguistico-letterarie, serie speciali per singoli eventi) i contributi scientifici di iniziative sulle tematiche dell'integrazione europea dalle più diverse prospettive, avviate da studiosi dell'Ateneo catanese o da studiosi di altre Università italiane e straniere ospiti nello stesso Ateneo.

I *papers* sono reperibili unicamente in formato elettronico e possono essere scaricati in formato pdf su: <http://www.cde.unict.it/quadernieuropei>

Responsabile scientifico: Nicoletta Parisi

Comitato Scientifico: Fulvio Attinà - Vincenzo di Cataldo - Enrico Iachello - Bruno Montanari - Nicoletta Parisi - Roberto Pennisi - Giacomo Pignataro - Guido Raimondi - Pippo Ranci - Ilde Rizzo - Franco Romerio - Giuseppe Tesauro - Antonio Tizzano - Bert Van Roermund - John Vervaele - Joseph Weiler

Comitato di redazione: Annamaria Cutrona - Antonio Di Marco - Nadia Di Lorenzo - Giovanna Morso - Valentina Petralia - Chiara Raucea

Edito dall'Università degli Studi di Catania in collaborazione con il Centro di documentazione europea d'Ateneo.

Via Umberto, 285 B - 95129 – CATANIA

tel. ++39.095.8737802 - 3

fax ++39.095.8737856

www.cde.unict.it

**C'È UN'EUROPA OLTRE LA CRISI ECONOMICO-FINANZIARIA?
LA RAPPRESENTAZIONE MEDIALE TRA LOGICHE GIORNALISTICHE NAZIONALI E STRATEGIE
DELLE FONTI SOVRANAZIONALI**

Mariaeugenia Parito

Abstract

L'articolo affronta la questione della rappresentazione mediale dell'Unione europea nella sfera pubblica italiana, evidenziando quelle caratteristiche del sistema dell'informazione che, interagendo con le peculiarità dell'organizzazione istituzionale sovranazionale, contribuiscono a definire un'immagine che limita una piena comprensione del progetto europeo da parte dei cittadini. Nello scenario italiano, le logiche della commercializzazione e la diffusione di nuovi media s'innestano in un contesto mediale plasmato dalle ben note anomalie definendo una situazione in cui coesistono la partigianeria, lo stile orientato al commento e alla valutazione, la spettacolarizzazione, l'exasperazione dei toni, l'orientamento a pubblici segmentati. L'informazione su eventi ed istituzioni europei prende forma nell'intreccio tra il sistema mediale e quello politico seguendo le direttrici della politicizzazione del tema Europa nell'arena partitica e delle esigenze di semplificazione e adeguamento ai consueti criteri di notiziabilità delle testate giornalistiche. Ci chiediamo se in questo contesto, la lunga crisi economico finanziaria inneschi una maggiore visibilità sui temi ed attori europei facendo emergere un'Europa che vada oltre i mercati e i sacrifici, che si estenda ai diritti e alle opportunità dell'integrazione.

The paper focuses on the Europeanization of the Italian public sphere underlining certain features of the media system and the way they interact with the institutional supranational organization. The aim is to highlight the crucial impact of the newsmaking process and the peculiar characteristics of the Italian media systems in shaping a specific representation of social reality. We assume that media coverage is a fundamental source for ordinary people to learn about European issues, actors and political debates. The selection of events, encoding and framing all influence the people's view of European affairs. In particular, the paper's central question is whether the long economic and financial crisis triggers greater visibility regarding European issues and actors and also activates representation regarding rights and opportunities for the integration process.

Keywords

Sfera pubblica europea – europeizzazione della sfera pubblica italiana – comunicazione dell'Europa – sistema mediale italiano – informazione giornalistica sull'Europa – crisi dell'euro

European public sphere – Europeanization of Italian public sphere – communicating Europe – Italian media system – media coverage on Europe – euro crisis

C'È UN'EUROPA OLTRE LA CRISI ECONOMICO-FINANZIARIA?
LA RAPPRESENTAZIONE MEDIALE TRA LOGICHE GIORNALISTICHE NAZIONALI E STRATEGIE
DELLE FONTI SOVRANAZIONALI

di Mariaeugenia Parito

Sommario: 1. Alla ricerca della visibilità pubblica. - 2. La copertura mediale tra difficoltà e contraddizioni. - 3. Quale Europa nei media italiani?.

1. Alla ricerca della visibilità pubblica

Il dibattito, molto animato negli ultimi dieci anni, sulla costruzione di una sfera pubblica che travalichi i confini degli Stati formati nella modernità, per assumere un'articolazione che tenga conto dell'ingegneria della società cosmopolita¹, in particolare della struttura sovranazionale europea, può essere organizzato in tre filoni:

- la riflessione teorico-normativa², focalizzata sulla rilevanza e sulla necessità delle dinamiche discorsive per la prosecuzione del processo d'integrazione, che s'intreccia con le questioni del *deficit* democratico, dell'esigenza del coinvolgimento dei cittadini e della formazione di un'identità europea;
- l'approccio empirico³, teso a rilevare sul campo segnali dell'esistenza e delle modalità di articolazione di una rinnovata sfera pubblica estesa oltre i tradizionali confini territoriali, che di fatto si concentra in gran parte sulla europeizzazione delle sfere pubbliche nazionali e sulla presenza di temi e attori europei nella produzione giornalistica;
- il discorso istituzionale⁴ portato avanti dagli attori europei, in particolare dalla Commissione, che si traduce in politiche, strategie, iniziative volte a sostenere la formazione di una sfera pubblica transnazionale.

Al di là delle differenze di prospettiva, rimane la comune attenzione, spesso mostrata con esplicita preoccupazione, di una scarsa o insufficiente o inadeguata informazione in grado di raggiungere la generalità dei cittadini. Una maggiore e, soprattutto, una migliore informazione è considerata essenziale per rendere l'Unione più democratica, formare un senso di comune appartenenza, creare un'Europa dei cittadini e non solo degli Stati, sostenere in definitiva il processo d'integrazione.

¹ U. BECK, *La società cosmopolita*, Bologna, 2003.

² Tra i molti contributi di J. HABERMAS ricordiamo: *Remarks on Dieter Grimm's. Does Europe Need a Constitution?*, in *ELJ*, 1, 1995 (trad. it.: *Una Costituzione per l'Europa? Osservazioni su Dieter Grimm*, in G. ZAGREBELSKY, P.P. PORTINARO, J. LUTHER (a cura di), *Il futuro della Costituzione*, Torino, 1996); *Die Einbeziehung des Anderen*, Frankfurt am Main, 1996 (trad. it.: *L'inclusione dell'altro. Studi di teoria politica*, Milano, 1998); *Die Postnationale Konstellation*, Frankfurt, 1996 (trad. it.: *La costellazione postnazionale*, Milano, 1999); *Perché l'Europa ha bisogno di una Costituzione?*, in G. ZAGREBELSKY (a cura di), *Diritti e Costituzione nell'Unione Europea*, Roma-Bari, 2003; *Der gesplittene Westen*, Frankfurt am Main, 2004 (trad. it.: *L'occidente diviso*, Roma-Bari, 2005); *Questa Europa è in crisi*, Roma-Bari, 2012. Tra gli altri: R. KOOPMANS, J. ERBE, *Towards a European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanised Political Communication Innovation*, in *The European Journal of Social Science Research*, 17, 2, 2004, pp. 97-118; T. RISSE, *An Emerging European Public Sphere? Theoretical Clarifications and Empirical Indicators*, Paper in Annual Meeting of European Studies Association (Eusa), Nashville, 27-30 marzo 2003; P. SCHLESINGER, *Changing Spaces of Political Communication: The Case of the European Union*, in *PC*, 16, 3, 1999, pp. 263-279.

³ Tra le ricerche transnazionali segnaliamo i progetti: *Europub.com – The Transformation of Political Mobilization and Communication in European Public Spheres* dal 2001 al 2003; (<http://europub.wzb.eu>); *Eurosphere*, tra il 2007 e 2012 (<http://eurospheres.org>). Tra le pubblicazioni D. DELLA PORTA, M. CAINI, *Quale Europa? Europeizzazione, identità, conflitti*, Bologna, 2006; R. KOOPMANS, P. STATHAM, *The Making of a European Public Sphere: Media Discourse and Political Contention*, 2010; M. MACHIL, M. BEILER, C. FISCHER, *Europe-Topics in Europe's media. The Debate about the European Public Sphere: a Meta-Analysis of Media Content Analysis*, in *EJC*, 21, 1, 2006, pp. 57-88; C. MARLETTI, J. MOUCHON (a cura di), *La costruzione mediatica dell'Europa*, Milano, 2005.

⁴ L'attenzione verso la comunicazione è notevolmente aumentata dal 2004 in poi. Tra i molti documenti prodotti dalla Commissione europea ricordiamo: *Piano d'azione per migliorare la Comunicazione della Commissione sull'Europa* (2005); *Libro Bianco. Una Politica Europea di Comunicazione* (2006); *Comunicazione. Insieme per comunicare l'Europa* (2007); *Comunicazione. Comunicare l'Europa attraverso Internet. Coinvolgere i cittadini* (2007); *Comunicazione. Comunicare l'Europa attraverso i media audiovisivi* (2008). Inoltre, *Dichiarazione Congiunta della Commissione, del Parlamento, del Consiglio "Insieme per comunicare l'Europa"* (2008); *Risoluzione del Parlamento sul giornalismo e i nuovi media - creare una sfera pubblica in Europa* (2010).

Come evidenziato da una vasta letteratura⁵, la conoscenza della realtà sociale da parte degli individui è legata alle rappresentazioni medialità; a maggior ragione, il modo in cui le persone percepiscono il mondo in cui vivono è tanto più influenzato dall'immagine restituita dai media quanto più gli eventi risultano lontani dalla loro esperienza diretta. Le questioni riguardanti la sfera sovranazionale, gli attori che in essa agiscono, le sue procedure decisionali, collocate in una dimensione fisica ed istituzionale che va oltre quella più agevolmente individuabile, assumono forma e significato attraverso l'informazione pubblicamente diffusa.

Nella sfera pubblica divenuta mediatizzata, il riconoscimento è essenzialmente connesso alla visibilità⁶: la presenza di attori, eventi, *issues* in questo spazio non localizzato è condizione per la loro esistenza sociale prima ancora che per l'attivazione dei processi attraverso i quali si formano sistemi simbolici, si elaborano opinioni e giudizi, si prendono decisioni. Intorno ai media si articolano le dinamiche di costruzione di significato e attraverso di essi transita l'abilità di generare, diffondere, condizionare i discorsi che modellano la mentalità del pubblico e influenzano il comportamento collettivo definendo l'insieme dei valori e delle cornici interpretative che hanno ampia circolazione⁷.

La rappresentazione pubblica dell'Europa è, quindi, condizionata dalle logiche che guidano le attività dei sistemi giornalistici e delle fonti (nazionali ed europee) insieme all'articolazione dei processi negoziali in cui sono coinvolti. L'immagine prende forma mediante il modo in cui è presente il discorso sulle sue istituzioni, politiche e attività nei diversi media, assume il profilo disegnato attraverso i *news values* in base ai quali avviene la selezione ed elaborazione dei contenuti e attraverso i *frame* principali utilizzati nella costruzione delle notizie.

2. La copertura mediale tra difficoltà e contraddizioni

Scorrendo i risultati delle (non molte) ricerche empiriche tese a verificare la copertura giornalistica sull'Unione europea, emerge – sebbene tra le inevitabili discrepanze dovute alle non omogenee metodologie utilizzate e ai diversi periodi di conduzione delle rilevazioni – che la presenza di temi e attori sia andata crescendo con l'avanzare delle tappe dell'integrazione ma sia stata comunque caratterizzata da un andamento discontinuo legato ad eventi di grande impatto. La copertura di routine viene considerata debole, sostanzialmente sottodimensionata rispetto all'influenza che l'Unione esercita sulle politiche nazionali, inadeguata a seguire la regolare attività istituzionale e i fatti che non presentano immediate ripercussioni sul contesto nazionale; gli attori sovranazionali rimangono poco visibili.

In Italia, tradizionalmente europeista, la copertura mediale evidenziata dalle ricerche comparative che mirano a verificare il grado di europeizzazione nei diversi Stati membri indica risultati oscillanti, segnalando o una penetrazione dei temi europei che non sembra corrispondente all'atteggiamento verso l'integrazione o livelli simili a quelli di altri Paesi.

Le anomalie⁸ del sistema mediale italiano – che affondano le radici nella storia della sua evoluzione e nelle origini del modello di giornalismo che lo caratterizza, per poi radicalizzarsi quando l'imprenditore Berlusconi, che domina il mercato editoriale, conquista la scena politica – favoriscono una copertura dipendente dal dibattito politico nazionale, di modo che l'europeizzazione del discorso giornalistico procede di pari passo con la politicizzazione del tema Europa nell'arena partitica. Le logiche della commercializzazione e la diffusione delle nuove tecnologie digitali e multimodali s'innestano in un contesto plasmato dal parallelismo con il sistema politico, dall'assetto proprietario centrato sull'editoria impura, dalla professionalità giornalistica che privilegia le appartenenze ideologiche

⁵ Dagli anni '70 del secolo scorso il paradigma degli effetti cognitivi analizza le influenze cumulative e a lungo termine esercitate dai media partendo dall'assunto della funzione di mediazione rispetto ad una realtà sociale complessa, solo in minima parte esperita direttamente, e della costruzione di una realtà "di seconda mano". Per una ricostruzione dell'abbondante mole di studi si rimanda, tra i molti volumi disponibili, a: P. MANCINI, R. MARINI (a cura di), *Le comunicazioni di massa*, Roma, 2006; D. MC QUAIL, *Mass communication theory*, London, 2000 (trad. it.: *Sociologia dei media*, Bologna, 2001); M. WOLF, *Gli effetti sociali dei media*, Milano, 1992.

⁶ J.B. THOMPSON, *The Media and the Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge, 1995 (trad. it.: *Mezzi di comunicazione e modernità*, Bologna, 1998).

⁷ M. CASTELLS, *Communication Power*, 2009 (trad. it.: *Comunicazione e Potere*, Milano, 2009).

⁸ Tra i molti contributi che ricostruiscono e analizzano le peculiarità del sistema giornalistico italiano ricordiamo: G. GOZZINI, *Storia del giornalismo*, Milano, 2000; P. MANICI, *Il sistema fragile*, Roma, 2000; P. MURIALDI, *La stampa italiana. Dalla liberazione alla crisi di fine secolo*, Roma-Bari, 2003.

sui criteri dell'imparzialità⁹, definendo una situazione in cui coesistono la partigianeria, lo stile orientato al commento e alla valutazione, la spettacolarizzazione, l'exasperazione dei toni, l'orientamento a pubblici segmentati.

L'informazione su eventi e istituzioni europee, dunque, prende forma nell'intreccio tra il sistema mediale e quello politico configurandosi come risultato:

- della politicizzazione del tema Europa nell'arena partitica;
- della partigianeria dei media;
- delle esigenze di semplificazione e adeguamento ai collaudati criteri di notiziabilità¹⁰ delle testate giornalistiche.

Quanto più i temi europei diventano controversi nel dibattito politico tanto più entrano nella copertura mediale. La prospettiva d'inquadramento è Stato-centrica, con gli interessi interni che fungono da cornici interpretative, di modo che di Europa si scrive e si parla principalmente con riferimento o a commento degli eventi nazionali. La stampa, in particolare, che per lungo tempo ha rispecchiato l'atteggiamento di "consenso permissivo"¹¹, ha cominciato a restituire un discorso conflittuale quando la conflittualità si è accesa nel rapporto tra i partiti politici¹². Se l'apertura della sfera pubblica verso l'Europa non significa necessariamente consenso ma, al contrario, il confronto o anche lo scontro su diverse modalità di realizzazione dell'integrazione¹³, il dibattito politicizzato da attori che definiscono la posta in gioco in relazione all'immediato sostegno del proprio elettorato può condurre più che verso una europeizzazione della sfera pubblica italiana verso una italianizzazione del tema Europa, con schemi strumentali di articolazioni della discussione che non favoriscono certo la chiarificazione sulle tante sfaccettature del progetto.

Un altro fattore che interviene influenzando la produzione dell'informazione è la stessa ingegneria istituzionale dell'Unione, che presenta caratteristiche che rendono complesso il rapporto con i media.

Le peculiarità delle procedure decisionali, lo stile burocratico e il debole legame con i cittadini conducono ad una relazione faticosa con gli apparati giornalistici, condizionata da esigenze, interessi, obiettivi che sono spesso divergenti¹⁴. La Commissione europea, comunicando all'esterno le sole decisioni finali, è sostanzialmente invisibile nello svolgimento delle sue attività; il Consiglio, organo di negoziazione intergovernativo, veicola le decisioni attraverso i media degli Stati che, prevedibilmente, utilizzano *framing* nazionali rendendo possibile ad ogni governo enfatizzare il proprio punto di vista, mostrare quanto ottenuto, minimizzare gli aspetti problematici; il Parlamento viene formato tramite una competizione tra partiti nazionali che viene narrata dai media con le stesse modalità usate durante le elezioni locali. Si dovrà verificare se il Trattato di Lisbona, rafforzando le prerogative del Parlamento, istituendo la figura del Presidente del Consiglio europeo, eletto per un mandato di due anni e mezzo, e quella dell'Alto Rappresentante per gli Affari Esteri e la Sicurezza, possa incidere favorendo diverse modalità di relazione con i media.

La Commissione, durante la prima presidenza di José Manuel Barroso, ha prodotto numerosi piani e strategie e avviato azioni per migliorare le relazioni con i cittadini stimolando attività di comunicazione e informazione ma, per quanto riguarda il rapporto con gli apparati giornalistici, non sembra che le buone intenzioni abbiano prodotto effetti coerenti con quelli dichiarati, non conducendo verso il miglioramento auspicato. Molte le contraddizioni e gli ordini di difficoltà nella negoziazione tra fonti istituzionali e apparati informativi: i portavoce che inondano i corrispondenti di troppe informazioni e per di più spesso considerate poco notiziabili¹⁵; la trasmissione delle sole decisioni collegiali e non delle contrattazioni, anche conflittuali, che le hanno precedute che per le redazioni hanno un più basso valore di notiziabilità; diminuzione del numero dei corrispondenti accreditati nelle

⁹ M. CASTELLS, *Communication Power*, op. cit.; D.C. HALLIN, P. MANCINI, *Modelli di giornalismo*, Roma-Bari, 2004.

¹⁰ Sull'approccio del *newsmaking*, H.J. GANS, *Deciding What's News*, New York, 1979; G. TUCHMAN, *Making News. A study in the Construction of Reality*, New York, 1978. Per una ricostruzione: C. SORRENTINO, *Il giornalismo. Che cos'è come funziona*, Roma, 2002.

¹¹ L. HOOGHE, G. MARKS, *A Postfunctionalist Theory of European Integration: from Permissive Consensus to Constraining Dissensus*, in *BJPS*, 39, 1, pp. 1-23, 2008.

¹² D. DELLA PORTA, M. CAINI, *Quale Europa? Europeizzazione, identità, conflitti*, Bologna, 2006.

¹³ T. RISSE, *An Emerging European Public Sphere*, op. cit.

¹⁴ R. MARINI (a cura di), *Comunicare l'Europa. Campagne elettorali, informazione, comunicazione istituzionale*, Perugia, 2004; P. SCHLESINGER, *Comunicazione politica in trasformazione nell'Unione Europea*, in *Culture, economie, territori*, 3, pp. 48-62, 2002.

¹⁵ AIM RESEARCH CONSORTIUM (eds.), *Reporting and Managing European News. Final Report of the Project "Adequate Information Management in Europe"*, 2004-2007, Bochum/Freiburg Projekt, 2007.

istituzioni europee, anche a causa dell'abbondante materiale informativo prodotto e messo a disposizione liberamente dalla Commissione che scoraggia le redazioni dall'inviare corrispondenti; ricorso a comunicati che usano un linguaggio poco chiaro; giornalisti con scarse competenze riguardo all'ingegneria istituzionale dell'Unione. In definitiva, nel rapporto negoziale tra giornalisti e fonti europee sembra emergere la valutazione speculare per cui i primi accusano gli interlocutori istituzionali di avere scarsa contezza delle logiche mediali, mentre gli altri rimproverano ai giornalisti l'insufficiente competenza riguardo all'organizzazione sovranazionale¹⁶.

3. Quale Europa nei media *mainstream* italiani?

La rappresentazione mediatica dell'Europa in Italia durante la lunga crisi economico-finanziaria, cominciata nel 2008 ma esplosa nel 2010 con il rischio di tenuta dell'euro, prende forma nella scenario più sopra brevemente tratteggiato. Si tratta di vedere se la persistenza nel tempo della crisi, la sua estensione tra gli Stati, le ripercussioni sulla vita dei cittadini, siano fattori che conducono verso un'attenzione più sistematica, allargando l'ambito della visibilità degli attori sovranazionali e delle questioni connesse all'integrazione. In particolare, è lecito domandarsi, se gli apparati informativi reagiscano attraverso una rinnovata modalità di costruzione giornalistica dell'Europa che si manifesta in termini di quantità e tipologie di notizie, criteri d'inquadramento, atteggiamento verso il processo d'integrazione.

Il susseguirsi di episodi altamente problematici, in un crescendo di emergenze che sembrano sempre più gravi, l'allargarsi delle difficoltà dalla Grecia alla Spagna, al Portogallo, all'Irlanda, all'Italia, i rischi per la sopravvivenza della moneta unica, le manovre impopolari "imposte da Brussels" in nome del salvataggio dell'euro ma a discapito delle protezioni sociali avvicinano l'Europa alla preoccupazioni dei cittadini più di quanto non sia avvenuto durante gli altri momenti di tensione che hanno accompagnato il processo d'integrazione. Questa crisi coinvolge, infatti, la quotidianità delle persone manifestandosi nella forma dell'incertezza per il futuro e della preoccupazione sul mantenimento degli *standard* della qualità della vita, fa penetrare l'Europa nel panorama cognitivo ed esperienziale delle persone attraverso uno specifico punto d'osservazione: quello dell'emergenza economica che implica insicurezza e sacrifici.

Tuttavia, le interpretazioni di quegli studiosi che da anni analizzano lo sviluppo e le funzioni dell'integrazione nel contesto della globalizzazione, come Ulrich Beck¹⁷ e Jurgen Habermas¹⁸, sottolineano come il dibattito pubblico che ruota intorno all'ottica economica metta in ombra il fatto che si tratti soprattutto di una crisi della politica e della società e dell'incapacità di affrontare questioni da tempo aperte.

La copertura televisiva dell'Unione durante gli anni della crisi, scorrendo i dati dell'Osservatorio di Pavia¹⁹, risulta tutt'altro che forte; tuttavia, l'attenzione aumenta nel tempo col susseguirsi delle "emergenze" radicalizzando la focalizzazione sui temi economici.

I sei principali telegiornali nella fascia oraria del *prime time* dedicano alle notizie che riguardano l'Unione, un tempo piuttosto ridotto: nell'ultimo trimestre del 2008, periodo in cui comincia la crisi economica, è il 5,5%; nel primo trimestre del 2009, con l'avvicinarsi della scadenza delle elezioni europee, è solo del 3%, mentre il dato complessivo del 2009 si assesta al 2,6%; nel 2010, anno in cui esplose la crisi in Grecia, il dato scende all'1,6 %. Nei primi nove mesi del 2011, con la crisi economico-finanziaria che continua in un crescendo di preoccupazioni tanto da mettere in discussione il governo Berlusconi, la copertura occupa uno spazio del 2,6%. Quasi la metà delle notizie sono dedicate a questioni economiche, non arrivano al 15% quelle relative alle politiche, superano di poco il 10%, quelle dedicate alle elezioni, nonostante gli sforzi della Commissione per sostenere la partecipazione alle urne, si fermano all' 8,7% le notizie sulla politica estera. Temi di *governance* (2,6%), sui diritti (6,4%), sull'identità (1,0%) occupano un tempo decisamente residuale.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ U. BECK, *La crisi dell'Europa*, Bologna, 2012; ID., *Des deutsche Europa*, Berlin, 2012 (trad. it: *Europa tedesca. La nuova geografia del potere*, Roma-Bari, 2013).

¹⁸ J. HABERMAS, *Questa Europa è in crisi*, Roma-Bari, 2012.

¹⁹ OSSERVATORIO DI PAVIA, *L'Unione Europea nei media. Soggetti, temi e frames europei su tv e internet*, 2011; *L'Europa nei vecchi e nuovi media*, 2013; disponibili *on line* all'indirizzo www.osservatorio.it.

Nello stesso periodo, è indicativo il confronto con i telegiornali delle principali reti pubbliche di altri Stati: mentre Rai 1 parla di Europa il 2,6% del tempo, la tedesca Ard arriva all'8%, la spagnola tve al 5,1%, France 2 al 3,1%, solo la Bbc, fa registrare il più basso 2,5%.

Un incremento dell'attenzione si registra dall'ultimo trimestre del 2011. Con l'Eurozona ancora a rischio, il dibattito sul secondo "salvataggio" della Grecia e sul patto di stabilità, l'Italia coinvolta tanto da arrivare alla caduta del governo Berlusconi e alla formazione di un nuovo esecutivo guidato dall'ex commissario europeo Mario Monti aumentano le notizie che parlano di Europa, tanto che il dato complessivo dell'anno arriva al 3,4%, indicando un *trend* che continua nel 2012 in cui si arriva al 4,9%. Il confronto con i telegiornali dei principali canali pubblici di altri Stati segnala una generale crescita, insieme ad un'attenzione da parte di Rai 1 che si avvicina a quella di altre testate: nel 2012, il tg 1 dedica il 7,3% del tempo alle notizie sull'Europa, il tg spagnolo l'8,8%, la BBC one arriva al 3,6%, mentre France 2 scende al 4,2%, la tedesca Ard si conferma la più attenta con il 13,2%. Va notato che l'incremento netto delle notizie sull'Europa nel principale telegiornale della Rai è, presumibilmente, legato non solo ad un aumento degli eventi notiziabili ma, soprattutto, ad una ridefinizione della linea editoriale nel momento in cui la direzione passa da Augusto Minzolini ad Alberto Maccari.

Per quanto riguarda i criteri di tematizzazione negli anni 2011-2012, segnaliamo che, nella prevedibile netta prevalenza della prospettiva economica, i telegiornali delle televisioni pubbliche tedesca e francese, riservando a questo genere di notizie un tempo inferiore al 70%, lasciano più spazio rispetto alle altre tre testate (che invece superano questo valore), a quelle che riguardano politiche pubbliche, politica estera e diritti, che comunque non arrivano al 7%.

I risultati riguardanti le notizie che parlano di Europa nei telegiornali appaiono ancora più significativi se confrontati con i dati relativi al consumo mediale degli italiani, che segnalano la netta preferenza verso la televisione. Nonostante il Censis²⁰ mostri che giovani e i più istruiti tendano verso la diversificazione delle diete mediali, la televisione continua a registrare tassi di diffusione superiori al 97%, sostanzialmente invariati negli ultimi anni, i giornali non arrivano al 48% con una continua discesa, internet invece avanza fino al 50,3%. Inoltre, Eurobarometro²¹ rileva, nell'autunno del 2011, più della metà degli italiani che cerca attivamente notizie sull'Europa rivolgendosi alla televisione, mentre il 31% s'indirizza verso i quotidiani e il 16% ad internet²². La distribuzione della domanda d'informazioni sulle questioni europee sembra configurarsi, sostanzialmente, in maniera inversamente proporzionale all'offerta.

Per quanto riguarda i giornali – che nonostante i tassi di lettura molto bassi sono comunque fondamentali nel dare forma al dibattito pubblico – per verificare se negli anni della crisi economica ci sia stato un incremento dell'attenzione verso l'Europa, ho analizzato l'andamento delle notizie nei due quotidiani più letti in Italia "la Repubblica" e il "Corriere della Sera"²³. Ho utilizzato gli archivi disponibili *on line* nei siti *web* delle due testate considerando come indicatore dell'estensione nella copertura il numero di occorrenze delle espressioni "Unione europea", e le co-occorrenze con altri termini come "crisi", nel periodo 2002-2012, in modo da confrontare il *trend* delle notizie col periodo antecedente l'attuale crisi economico-finanziaria. Quello utilizzato è un tipo d'indicatore senza dubbio grezzo per verificare la presenza del tema Europa nel discorso giornalistico ma, in un arco di tempo esteso, può comunque rilevare linee di tendenza.

La frequenza dell'espressione "Unione europea" ne "la Repubblica" e nel "Corriere della Sera" (grafico 1) segnala non una crescita progressiva nel corso del tempo ma, presumibilmente, un'attenzione legata ad eventi contingenti. Gli anni della crisi non sono segnati da un aumento dell'attenzione ma, nel "Corriere della Sera", da un andamento pressoché costante rispetto al passato, nel caso de "la Repubblica" addirittura da una diminuzione. Il termine "crisi", invece, dal 2008 compare più spesso negli articoli in cui è anche nominata l'"Unione europea" e soprattutto, cambia sensibilmente la percentuale degli articoli in cui "Unione europea" è nominata insieme a "crisi" (grafico 2). In definitiva non aumenta l'attenzione quantitativa verso l'Europa ma cambiano i termini della sua rappresentazione.

²⁰ CENSIS, UCSI, 9° Rapporto sulla comunicazione. I media personali nell'era digitale, disponibile *on line* all'indirizzo www.censis.it, 2011.

²¹ EUROBAROMETRO STANDARD, *First Result*, 76, 2011, disponibile *on line* all'indirizzo http://ec.europa.eu/public_opinion.

²² Il 20% degli intervistati, il dato più alto tra i 27 Paesi e per di più in crescita, non cerca affatto notizie sull'Unione.

²³ Gli archivi dei due giornali consentono opzioni di ricerca che non sono uniformi, inoltre i risultati di "la Repubblica" comprendono anche le edizioni regionali. I dati non sono quindi confrontabili, vanno considerati esclusivamente come indicativi per segnalare variazioni tendenziali.

La visibilità delle istituzioni, misurata attraverso la frequenza di occorrenze, restituita dai motori di ricerca, mostra andamenti simili per le due testate. Il dato più evidente è la preminenza della Banca centrale europea nel 2011, superando la Commissione che in precedenza manteneva la maggiore esposizione, ed una crescita dell'Eurogruppo dal 2008. Per il resto, la Commissione e il Parlamento europeo mostrano variazioni nel tempo che non comportano un particolare aumento in relazione alla crisi che si accende dal 2008. Un dato da segnalare è la visibilità contenuta del Parlamento nel 2009: leggermente più alta nel "Corriere della Sera" rispetto agli anni precedenti, addirittura in discesa ne "la Repubblica", nonostante sia anno di elezioni, le prime dell'Unione con 27 Paesi; la Commissione, per di più, aveva investito particolare attenzione verso questa scadenza, anche come modo per verificare l'efficacia delle politiche di comunicazione "della svolta" avviate dal 2004. Un discorso a parte merita il dato del "Consiglio europeo" poiché in effetti, da una lettura degli articoli che contengono questa espressione e da una ricerca utilizzando i termini "Consiglio dell'Unione europea" e "Consiglio Ue" sembra emergere una certa confusione nel denotare l'istituzione con funzioni d'indirizzo e quella con funzioni legislative. In quest'ultimo caso sembra evidenziarsi il cortocircuito, più sopra ricordato, tra complessità istituzionale e modalità della sua gestione da parte dei giornalisti; per avere certezza dell'istituzione menzionata nell'articolo è necessario considerare il contesto in cui l'espressione è contenuta, il dato quantitativo risulta quindi non attendibile come indicatore della visibilità dell'istituzione.

Una verifica della presenza nelle due testate di alcuni attori che ricoprono cariche istituzionali presenta le inevitabili difficoltà dovute alla durata dei mandati, può comunque fornire qualche indicazione. La visibilità del presidente della Banca centrale europea Mario Draghi, in carica da novembre 2011, supera di misura quella del presidente della Commissione Jose Manuel Barroso, e soprattutto del presidente del Consiglio europeo e dell'Alto Rappresentante dell'Unione per gli affari esteri e la politica di sicurezza Catherine Ashton, due cariche istituite col Trattato di Lisbona che potevano essere funzionali ad una personalizzazione della burocratica Unione. Il ruolo nel momento di crisi economica e prevedibilmente, l'essere italiano, attribuiscono a Draghi notiziabilità incontrastata.

Forte anche la frequenza contemporanea degli altri protagonisti della crisi la cancelliera tedesca Angela Merkel e il presidente francese Nicolas Sarkozy (fino a quando ha perso le elezioni a maggio 2012): la frequenza con cui appaiono assieme può essere considerata indicatore di attività non legate ai rispettivi contesti nazionali ma a quello europeo.

Dalle tendenze quantitative nella copertura operata dai quotidiani, non sembra che la rappresentazione dell'Europa innescata dalla crisi economico-finanziaria segua logiche differenti da quelle del passato. Un aspetto che comunque va verificato è il tipo di rilevanza che viene attribuito ai temi europei all'interno dei giornali, la collocazione nei criteri di gerarchizzazione, quali e quante notizie transitano nelle prime pagine, lo spazio dedicato alle opinioni e commenti e come questi inquadrano gli eventi contestualizzandoli nel processo d'integrazione.

Nel periodo tra maggio 2010 e maggio 2012, durante le tappe salienti della crisi, nei due quotidiani, le notizie che riportano l'andamento della borsa e le azioni dei governi, i negoziati dei vertici europei e gli incontri bilaterali sono passate dalle pagine economiche alle prime pagine insieme alle analisi degli intellettuali e degli editorialisti²⁴. Oltre al linguaggio economico e finanziario degli articoli che descrivono i fatti, ha avuto spazio un tono più composito negli articoli di commento che hanno aperto a considerazioni di carattere politico e sociale. Accanto alle riflessioni degli editorialisti e dei commentatori specializzati delle testate, ci sono state quelle degli economisti e dei sociologi, gli appelli d'intellettuali e politici, articoli ripresi da altre testate europee.

In particolare, ne "la Repubblica" la lunga crisi ha favorito l'adeguamento dei criteri d'inquadramento degli eventi, superando la consueta e spesso lamentata ottica nazionale e sostenendo l'apertura al dibattito transnazionale. La dimensione economica è stata contestualizzata in uno scenario più vasto, svelando le contraddizioni e le incongruenze di un modello d'integrazione frutto di compromessi, di poca lungimiranza nel prefigurare gli scenari dell'immediato futuro, di scarsa capacità di predisporre strumenti per affrontare le fasi problematiche. Si è trattato, tuttavia, di una modifica esogena, più reattiva che proattiva che ha comportato un'europeizzazione del discorso giornalistico che non sembra si sia trasformata in una tendenza duratura. Il "Corriere della Sera" espressione del mondo

²⁴ Per un'analisi più articolata rimando a M. PARITO, *Comunicare l'Unione Europea, La costruzione della visibilità sociale di un progetto in divenire*, Milano, 2012.

imprenditoriale e finanziario ha raccontato la crisi dell'euro seguendo, prevedibilmente, con maggior interesse le dimensioni economiche, dando voce a opinioni di economisti e attori impegnati in compiti istituzionali; dal momento in cui il "contagio" degli attacchi speculativi si è esteso all'Italia, sono state molte le analisi, piuttosto tecniche, che hanno legato i dispositivi finanziari alle manovre politiche per affrontare l'emergenza.

Il dibattito sul futuro dell'Europa stimolato dalle circostanze più delicate della crisi economico-finanziaria non sembra comunque essersi tradotto in una copertura routinaria e in una rimodulazione dei criteri di notiziabilità delle testate. Superati gli ostacoli più evidenti, il dibattito politico interno torna ad essere dominante, con una disposizione alla normalizzazione delle logiche d'inquadramento degli eventi verso quelle consuete Stato-centriche. In ogni caso, si tratta di tendenze in divenire: la fluidità della situazione rende difficile al momento fissare un quadro che appaia consolidato. Una tappa importante, interessante da analizzare, sarà, ancora una volta, quella delle elezioni europee in cui più palesemente si manifesterà la dinamica tra dibattito domestico ed europeo svelando se l'articolazione della sfera pubblica italiana saprà estendersi oltre i confini territoriali.

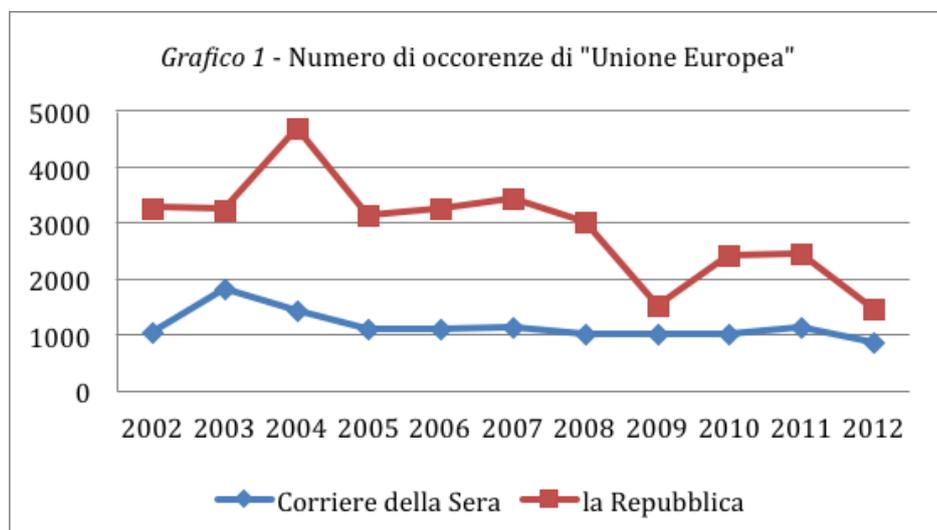


Grafico 2 - Percentuale di cooccorenze "Unione Europea" e "crisi" in relazione a "Unione Europea"

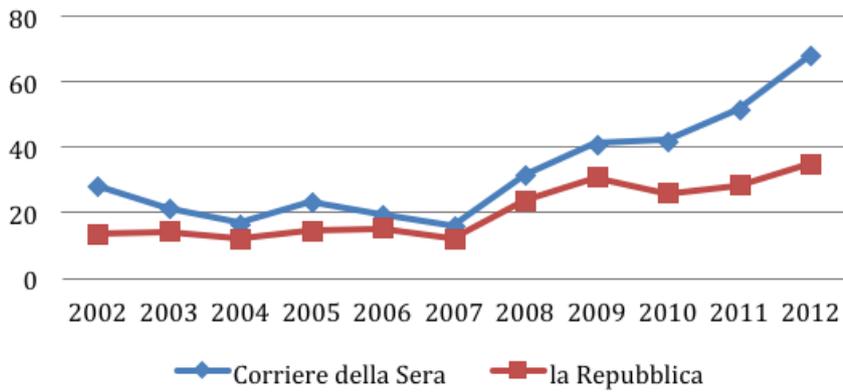


Grafico 3 - Le istituzioni ne "la Repubblica"

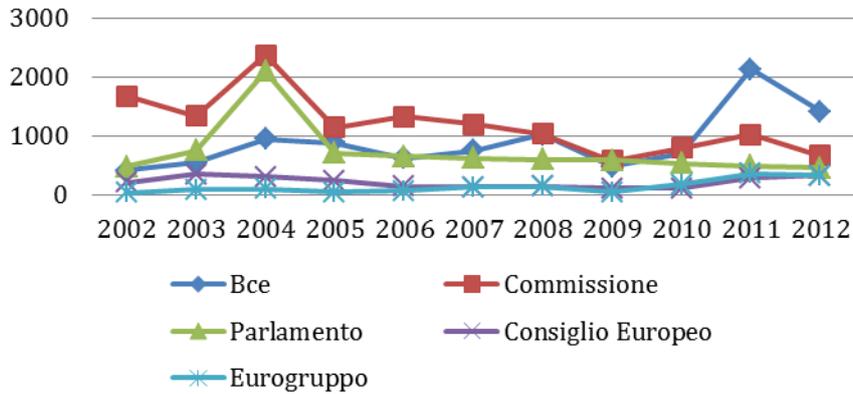


Grafico 4 - Le istituzioni nel "Corriere della Sera"

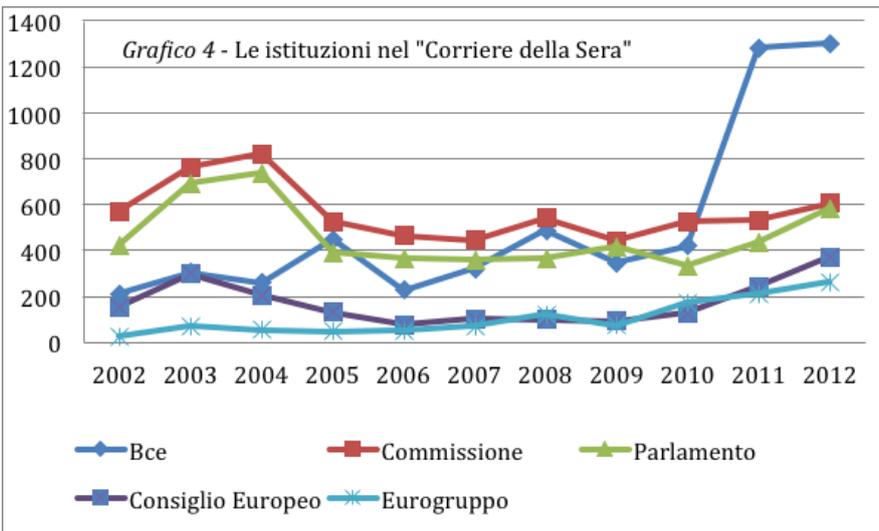
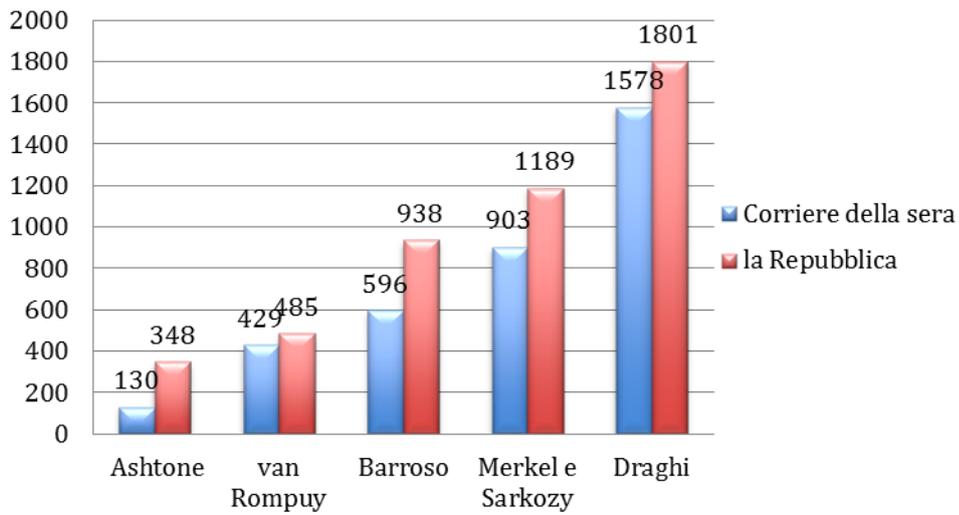


Grafico 5 - Frequenza di alcuni attori, 2010-2012



BIBLIOGRAFIA

- AIM RESEARCH CONSORTIUM (eds.), *Reporting and Managing European News. Final Report of the Project "Adequate Information Management in Europe"*, 2004-2007, Bochum/Freiburg Projekt, Verlag, 2007.
- BECK U., *La società cosmopolita*, Bologna, 2003.
- BECK U., *La crisi dell'Europa*, Bologna, 2012.
- BECK U., *Des deutsche Europa*, Berlin, 2012 (trad. it.: *Europa tedesca. La nuova geografia del potere*, Roma-Bari, 2013).
- CASTELLS M., *Communication Power*, Oxford University Press, 2009 (trad. it.: *Comunicazione e Potere*, Milano, 2009).
- DELLA PORTA D., CAINI M., *Quale Europa? Europeizzazione, identità, conflitti*, Bologna, 2006.
- HABERMAS J., *Remarks on Dieter Grimm's. Does Europe Need a Constitution?*, in *ELJ*, 1, 1995 (trad. it.: *Una Costituzione per l'Europa? Osservazioni su Dieter Grimm*, in ZAGREBELSKY G., PORTINARO P.P., LUTHER J. (a cura di), *Il futuro della Costituzione*, Torino, 1996).
- HABERMAS J., *Die Einbeziehung des Anderen*, Frankfurt am Main, 1996 (trad. it.: *L'inclusione dell'altro. Studi di teoria politica*, Milano, 1998).
- HABERMAS J., *Die Postnationale Konstellation*, Frankfurt am Main, 1996 (trad. it.: *La costellazione postnazionale*, Milano, 1999).
- HABERMAS J., *Perché l'Europa ha bisogno di una Costituzione?*, in ZAGREBELSKY G. (a cura di), *Diritti e Costituzione nell'Unione Europea*, Roma-Bari, 2003.
- HABERMAS J., *Der gespaltene Westen*, Frankfurt am Main, 2004 (trad. it.: *L'occidente diviso*, Roma-Bari, 2005).
- HABERMAS J., *Questa Europa è in crisi*, Roma-Bari, 2012.
- HALLIN D.C., MANCINI P., *Modelli di giornalismo*, Roma-Bari, 2004.
- HOOGE L., MARKS G., *A Postfunctionalist Theory of European Integration: from Permissive Consensus to Constraining Dissensus*, in *BJPS*, 39, 1, 2008, pp. 1-23.
- KOOPMANS R., ERBE J., *Towards a European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanised Political Communication Innovation*, in *EJSSR*, 17, 2, 2004, pp. 97-118.
- KOOPMANS R., STATHAM P., *The Making of a European Public Sphere: Media Discourse and Political Contention*, Cambridge University Press, 2010.
- MACHIL M., BEILER M., FISCHER C., *Europe-Topics in Europe's media. The Debate about the European Public Sphere: a Meta-Analysis of Media Content Analysis*, in *EJC*, 21, 1, 2006, pp. 57-88.
- MARINI R. (a cura di), *Comunicare l'Europa. Campagne elettorali, informazione, comunicazione istituzionale*, Perugia, 2004.
- MARLETTI C., MOUCHON J. (a cura di), *La costruzione mediatica dell'Europa*, Milano, 2005.
- PARITO M., *Comunicare l'Unione Europea, La costruzione della visibilità sociale di un progetto in divenire*, Milano, 2012.
- RISSE T., *An Emerging European Public Sphere? Theoretical Clarifications and Empirical Indicators*, Paper in Annual Meeting of European Studies Association (Eusa), Nashville, 27-30 marzo 2003.
- SCHLESINGER P., *Changing Spaces of Political Communication: The Case of the European Union in Political Communication*, 16, 3, 1999, pp. 263-279.
- SCHLESINGER P., *Comunicazione politica in trasformazione nell'Unione Europea*, in *Culture, economie, territori*, 3, 2002, pp. 48-62.
- THOMPSON J. B., *The Media and the Modernity. A Social Theory of the Media*, Polity Press, Cambridge, 1995 (trad. it.: *Mezzi di comunicazione e modernità*, Bologna, 1998).

FONTI DI DATI

- CENSIS, UCSI, *9° Rapporto sulla comunicazione. I media personali nell'era digitale*, www.censis.it., 2011.
- CENSIS, UCSI, *11° Rapporto sulla comunicazione. L'evoluzione digitale della specie*, www.censis.it., 2013.
- EUROBAROMETRO STANDARD, *First Result*, 76, 2011, http://ec.europa.eu/public_opinion.
- OSSERVATORIO DI PAVIA, *L'Unione Europea nei media. Soggetti, temi e frames europei su tv e internet*, 2011, www.osservatorio.it.
- OSSERVATORIO DI PAVIA, *L'Europa nei vecchi e nuovi media*, 2013, www.osservatorio.it.