

---

# **EUROPA E MEDIA LOCALI**

Comunicare l'Europa in Emilia-Romagna

---

a cura di Djordje Sredanovic



**Collana Il Filo d'Europa**



**Stefania Fenati**

---

Responsabile del Centro Europe Direct Emilia-Romagna

I Centri Europe Direct sono il nodo di una rete di sportelli al cittadino che conta quasi 500 punti in tutta Europa. Il rapporto fra le istituzioni, le politiche europee ed i cittadini è quindi il nostro pane quotidiano ed è su questo che lavoriamo cercando di “avvicinare i cittadini all’Europa e l’Europa ai cittadini”. C’è però una difficoltà che cogliamo nel nostro lavoro. La politica di comunicazione dell’Unione europea, pur con enormi sforzi soprattutto negli ultimi anni, non sembra aver ottenuto particolari risultati. I cittadini sanno poco dell’Europa e chiedono più informazione. Quello che arriva loro sono informazioni frammentarie, spesso non corrette e a volte sbagliate.

Gli articoli che risvegliano un maggiore interesse sono quelli che fanno leva sulla paura del potere degli eurocrati a Bruxelles o su curiosità talora davvero spassose ma fuorvianti: “Bruxelles fa tacere le cornamuse scozzesi” titolava un giornale quando invece si trattava di una misura volta a limitare l’esposizione ai livelli sonori eccessivi che causano danni all’udito a molti suonatori d’orchestra, per esempio con tappi speciali per le orecchie, materiali fonoassorbenti ecc..., per non parlare della curvatura delle banane e della lunghezza delle zucchine o di tante altre “Eurobufale” che non è difficile trovare scritte sui nostri quotidiani.

Ciò non toglie che probabilmente non sono solo i giornalisti ad essere qualche volta superficiali ma c’è anche il problema di come le istituzioni europee fanno informazione e comunicazione rivolta ai cittadini.

E ancora, nella nostra Regione qual è la situazione, come i quotidiani locali parlano di Europa e come per esempio l’Emilia-Ro-



magna fornisce ai giornalisti le informazioni sui fondi europei? Ci sono quotidiani che hanno un'attenzione particolare verso le politiche europee? Se sì, quali? Esistono in Emilia Romagna giornalisti "specializzati sulle tematiche europee"? Qual è quindi la fotografia dell'informazione europea in Emilia-Romagna e come possiamo noi, nel nostro piccolo, migliorare la nostra capacità di comunicare?

Da qui nasce l'idea di svolgere questa ricerca che Djordje Sredanovic ha condotto con grande serietà e professionalità. "Europa e media locali" per noi è quindi un punto di partenza per aprire un dibattito e per cercare anche di migliorare la nostra capacità di comunicazione.

**Pina Lalli**

---

Presidente del Corso di laurea in Scienze  
della comunicazione pubblica e sociale

Fonte di finanziamenti e di regole, l'Unione Europea emerge nella ricerca di Sredanovic sui media locali come un dato di fatto quasi-naturale e tutto sommato positivo, che per lo più fa parte di uno scenario istituzionale per molti versi *scontato* anche quando stimola (di rado) qualche dibattito o riflessione critica. Nelle televisioni alla comunicazione "di servizio" - realizzata dai giornali locali specie grazie al lavoro dei loro colleghi negli Uffici Stampa di enti pubblici e di associazioni di categoria – si affianca anche qualche celebrazione festiva di occasioni significative come il Meeting dei giovani europei, più approfondita quando l'emittente va oltre la semplice registrazione della notizia ricevuta dal comunicato stampa e dedica un servizio all'evento. Ma per lo più, come scrive Sredanovic, appare con chiarezza quanto si sia solo "a metà del percorso" negli obiettivi di una sua maggiore presenza nella sfera pubblica auspicati dal Libro Bianco sulla comunicazione europea.

D'altro canto, in una regione in cui l'accesso all'informazione è tra i più alti del nostro paese\*, possiamo anche rilevare che una presenza effettiva nei media locali ci sia, sebbene, come si diceva, "a metà del percorso". Un percorso per il momento in grandissima parte dedicato a temi economici e finanziari, forse sia perché essi appaiono più notiziabili per la stampa locale, sia perché in effetti corrispondono più facilmente agli interessi pratici dei lettori locali: l'informazione "di servizio" (con qualche spunto di dibattito implicito ed esplicito, come dimostra Sredanovic) sulle regole per i fondi di provenienza europea appare senz'altro quella privilegiata.

Anche se colpisce che non sempre ci si preoccupi di precisarne



al lettore la provenienza europea, anche nel caso degli spunti critici, dove talora si preferisce confondere e prendersela con l'ente locale intermedio, in qualche modo più vicino ad eventuali obiettivi locali di polemica politica. Un'informazione solo in parte "di servizio", dunque, almeno nei casi in cui la si ibrida con altri criteri di rilevanza più tipicamente e comprensibilmente locali, supponendo di attrarre l'interesse del proprio lettore richiamandosi a questa o quella rappresentazione polemica già nota (lo stereotipo incombente e strisciante nel nostro paese sui rischi dei finanziamenti "a pioggia", o questioni agricole che portano a contrapporre nel nostro territorio montagna e pianura, etc.). Le semplificazioni e le presentazioni polemiche sono pane quotidiano dei quotidiani, e quelli locali non fanno certa differenza.

Ma c'è un aspetto costruttivo che emerge a mio parere in maniera molto interessante dall'accurato lavoro di Sredanovic e che mi preme sottolineare: l'invito rivolto alle istituzioni pubbliche a cogliere meglio le opportunità che l'informazione locale può offrire e già in parte offre, prestando maggiore attenzione alle cornici di inquadramento delle notizie in chiave europea. Il buon rapporto che le redazioni locali non possono non avere – anche per evidenti ragioni legate alla relativa povertà dei mezzi a disposizione - con la professionalità dei supporti informativi forniti dagli enti locali nel nostro territorio potrebbe avere ulteriore sviluppo in direzione di una più completa informazione e conoscenza "europea" per il cittadino. In altre parole, mi pare che in più punti traspaia dal resoconto puntuale di questa ricerca l'auspicio praticabile di un'offerta informativa più orientata a produrre conoscenza "europea" anche da parte degli estensori di un comunicato stampa, cogliendo le varie occasioni di routine per aggiungere elementi di approfondimento, certo già presenti, ma forse non in maniera abbastanza esplicita o accattivante (per la notiziabilità locale) visto che non sempre appaiono raccolti dalla copertura giornalistica qui analizzata.

Come sempre le analisi “colte” dei quotidiani lasciano trasparire un senso di insoddisfazione, misto però in questo caso ad una constatazione positiva dell’interesse *pratico* indubbio di taluni temi europei: prevalenti quelli economici, ma presenti anche pur se minoritari spunti culturali, opportunità di cronaca su eventi ed esperienze giovanili, e persino politici o conflitti che, se non si limitano a rappresentare contrapposizioni stereotipiche che poco o nulla aggiungono a quanto già si sa, potrebbero anche offrire occasione di dibattito critico, non solo d’*élite*, ma in uno spazio pubblico che conquisti la quotidianità ordinaria per meglio distribuire la conoscenza sociale su cui basiamo le nostre opinioni ragionate.

Se evitiamo di limitarci a “dare per scontato” che l’Unione Europea esista ed implichì fondi di finanziamento più o meno casuali, e consideriamo invece che la nostra collocazione in essa abbia effetti pratici sulla sua stessa esistenza, potrebbe valere la pena proseguire verso la seconda “metà del percorso”, prestando attenzione a informare meglio - anche alla fonte - sulle politiche di provenienza ed allocazione dei fondi: lasciare o no che la sfera pubblica europea rimanga affare d’*élite* dipende in parte anche da questo.

In fondo, non lasciarsi intrappolare dalla routine scontata del comunicato stampa “di servizio” potrebbe essere fonte sia di creatività professionale (non annoiare nell’approfondire e nel fornire le informazioni complete è in fondo una bella sfida...), sia di una cultura politica ampliata ad un respiro meno affannato sul proprio ruolo specifico e localistico (se le elezioni amministrative sono ad esempio in concomitanza con quelle europee non è forse solo responsabilità giornalistica se le prime hanno notiziabilità specifica e slegata alle seconde...).

Inoltre, una maggiore pratica ed esperienza di rendicontazione e di informazione agile su di essa potrebbero forse portare a stringere un rapporto ancor più fiduciario e di attesa critica da parte di cittadini e professionisti della stampa.



Per concludere, sono certa che una lettura attenta della descrizione e dell'analisi interpretativa dei dati di questa ricerca potrà fornire molti altri spunti di utile riflessione e comprensione costruttiva del lavoro che ha reso possibile compiere parte del percorso, e di quello che resta da inventare e realizzare per procedere al meglio lungo la strada tracciata.

---

\* Cfr. i dati della ricerca riportata in Lalli (2004).

## INTRODUZIONE

---

Il rapporto tra l'Unione Europea e i media locali è un argomento di rilievo per la comunicazione comunitaria per almeno due motivi. In primo luogo per la specificità dei media locali come prodotto giornalistico e comunicativo, dovuta innanzitutto allo stretto legame col territorio, che comporta la necessità di raccogliere autonomamente una parte consistente delle notizie sul terreno, senza poter contare sull'opera delle agenzie di stampa, che hanno assunto invece grande importanza nei confronti dei quotidiani nazionali. A questo si aggiunge una minore concorrenza da parte di media più potenti, in primo luogo le televisioni nazionali, che da anni sostituiscono i quotidiani nazionali nel ruolo di primo fornitore della notizia. Nel caso dell'informazione locale anche per motivi di efficienza tecnico-economica i quotidiani sono invece i primi fornitori di notizie sul contesto di riferimento, non venendo confinati al ruolo di approfondimento e commento.

I media locali hanno poi un pubblico specifico e significativo, diverso da quello dei media nazionali, soprattutto per quanto riguarda i quotidiani. I singoli media nazionali hanno sicuramente un ruolo più significativo nel comunicare e definire l'Unione, e probabilmente lo stesso può essere detto dei media nazionali nel complesso, se rapportati a quelli locali; tuttavia questo non significa che le istituzioni comunitarie possano concentrarsi esclusivamente sui media nazionali. Il pubblico dei quotidiani, e dei quotidiani nazionali in particolare, è molto definito in Italia, risultando piuttosto ristretto rispetto alla situazione di buona parte degli altri paesi dell'Unione, nonché caratterizzato da un prevalere di lettori maschi, di mezz'età, con titolo di studio medio-alto e professione impiegatizia o di libero professionista<sup>1</sup>. Limitare l'analisi e le politiche di comunicazione a questa parte della popolazione significa escludere dall'orizzonte una fascia di lettori meno legata a questioni nazionali o europee,



e di conseguenza probabilmente più scettica rispetto al processo di integrazione europeo.

Da questo punto di vista il lavoro qui presentato si propone di integrare quella che è la ricerca più presente in Italia, incentrata sul dibattito intorno all'UE sui media principali, esaminando il modo in cui lo stesso dibattito si sviluppa a livello di e intorno a questioni locali, e quali informazioni e rappresentazioni sono a disposizione dei lettori di questi quotidiani<sup>2</sup>. Collocandosi accanto a importanti studi<sup>3</sup> sul modo in cui la sfera pubblica costituita dai quotidiani locali influisce sulle decisioni politiche nazionali rispetto all'Unione, in questo lavoro ci si concentra su che tipo quale di discorso riguardante l'Europa raggiunga una fascia di popolazione al limite completamente estranea alla sfera principale.

---

## Il metodo

La ricerca si è svolta sulla totalità dei quotidiani locali presenti in Emilia Romagna coprendo il periodo del 2008. I quotidiani interessati sono stati 20 (di cui 7 nazionali di cui si è considerata solo l'edizione locale) per un totale di 37 edizioni. La base della selezione è stata la rassegna stampa della Giunta della Regione Emilia-Romagna, che raccoglie tutte le notizie di rilevanza regionale pubblicate. L'intero corpus è stato sottoposto a un'analisi delle occorrenze e a un'analisi dei temi e dei *frame* (intesi come inquadramenti discorsivi che attribuiscono significato al "fatto" notiziato<sup>4</sup>) rispetto all'argomento "Unione Europea". Una parte più ristretta del corpus, includente tutte le notizie che non si limitassero a una semplice referenzialità rispetto al fatto

notiziato, è stata poi sottoposta ad un'analisi testuale più puntale, cercando di far emergere gli assi più profondi delle rappresentazioni dell'Unione, inserendoli in un modello di derivazione semiotica.

---

1 Le origini anche storiche di questa differenza rispetto ad esempio ai paesi del Nord Europa sono ricostruite da Hallin e Mancini (2004) che evidenziano innanzitutto l'effetto dell'alfabetizzazione tardiva dell'Italia sul definirsi del modello di giornalismo nazionale. Collegato a questo vi è poi il prevalere fino agli anni '70-'80 del Novecento di un giornalismo letterario, al contempo causato e causa dalla natura ristretta ed elitaria del pubblico di lettori (cfr. Sorrentino 1995).

2 Alcune riflessioni utili a inquadrare la situazione italiana raffrontata a quella degli altri paesi dell'UE possono derivare dallo studio di De Vreese et al. (2006) sulla copertura nei maggiori telegiornali e quotidiani delle due settimane precedenti le elezioni europee del 1999 e del 2004. In Italia nel 2004 5% circa delle notizie dei telegiornali e delle prime pagine dei quotidiani era riferito alle elezioni; se la situazione dei quotidiani è nella media europea, quella dei telegiornali è più preoccupante: la copertura italiana è simile a quella francese e lettone, e superiore solo a quella tedesca, belga e ceca, oltre ad essere una delle poche in calo rispetto al 1999. Altro aspetto preoccupante è che l'Italia fa parte del largo gruppo di paesi in cui gli attori politici europei sono decisamente meno notiziati di quelli nazionali, a testimonianza di una rappresentazione delle elezioni più vicina a una verifica di forza dei partiti nazionali che a un vero processo europeo (pp. 487-488; 492).

3 Cfr. ad esempio Della Porta e Caiani (2006) o il progetto del Centro Studi Progetto Europeo, che gestisce il sito EuroPressResearch ( <http://www.europressresearch.eu/> ) e pubblica la serie *L'Europa di carta: stampa e opinione pubblica in Europa*

4 Sull'analisi di frame, sviluppata a partire dalla riflessione di Goffman (2001) sul modo in cui si costruisce il senso delle interazioni quotidiane, in ambito mediale si veda ad esempio Scheufele (1999).



## GLI OBIETTIVI DELLA POLITICA COMUNITARIA SULLA COMUNICAZIONE

---

La politica dell'Unione Europea in fatto di comunicazione ha avuto una svolta nel 2005 con il *Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito*<sup>5</sup>, piano varato in risposta alla bocciatura della Costituzione Europea nei referendum in Francia (29 maggio 2005) e Olanda (1 giugno 2005). Attribuendo lo stop anche alla mancanza di comunicazione e di una percezione favorevole da parte della cittadinanza europea, l'Unione inaugurava un percorso di consultazione e partecipazione dei cittadini agli sviluppi futuri dell'istituzione, cominciando allo stesso tempo a riformare la comunicazione in diversi settori.

Dal 2005 ad oggi l'Unione Europea ha infatti approvato una serie di documenti su aspetti comunicativi diversi: dalla riorganizzazione del servizio Comunicazione della Commissione Europea, alla partecipazione dei cittadini ai processi decisionali, alle politiche in ambiti specifici come l'audiovisivo o Internet. Poiché ogni valutazione necessita dell'esplicitazione degli obiettivi alla sua origine, l'analisi di questi documenti è importante per ricostruire gli auspici, alcuni espliciti e alcuni parzialmente impliciti, espressi dall'Unione sulla comunicazione. In assenza di un documento organico sul rapporto con i media locali, si farà riferimento tanto a principi generali espressi dall'Unione, quanto a obiettivi fissati in ambiti diversi ma che si ritengono validi, per analogia, anche in questo ambito (è il caso, ad esempio, del *Piano d'azione della Commissione per migliorare la comunicazione sull'Europa*<sup>6</sup>, che pur riguardando, a rigore, solo la Commissione Europea è uno dei documenti comunicativi più organici). Gli obiettivi riconducibili alla comunicazione tramite i media locali che emergono dai documenti possono essere sintetizzati in un aumento dell'informazione e della trasparenza, nell'acquisizione di un maggiore spazio nell'agenda comunicativa, nella possibilità

di fissare un'agenda europea, nel riposizionamento e ridefinizione dell'immagine dell'Unione Europea, fino a un obiettivo ambizioso come la costruzione di una *sfera pubblica europea*.

Per quanto riguarda i primi due obiettivi, la maggiore informazione può sembrare un obiettivo puramente quantitativo, mentre la trasparenza informativa si presenta come è una finalità più articolata; ponendosi oltre la semplice ottemperanza di legge (il “dare comunicazione”), la trasparenza prevede per il cittadino la possibilità di controllare l'operato dell'ente, e l'effettivo accesso alla comunicazione da parte della cittadinanza. In quest'ultimo caso si può ritenere che la trasparenza, solitamente identificata con la comunicazione istituzionale, riguardi anche quella mediata. Si richiede, infatti, che gli atti degli organismi dell'Unione ottengano una copertura giornalistica, che dovrebbe contenere anche le informazioni principali sull'atto o un riferimento per approfondire l'argomento. L'insistenza dei documenti sull'aumento dei livelli di informazione deriva da inchieste sulla conoscenza dell'Unione da parte dei cittadini dalle quali sono emersi bassi livelli di conoscenza dell'istituzione<sup>7</sup>. La trasparenza è invece citata in diversi documenti-*Piano D, Libro bianco sulla politica europea di comunicazione*<sup>8</sup>, *Piano D – Un dibattito più ampio e più approfondito sull'Europa*<sup>9</sup> et alia - e nel *Libro bianco* viene anche ribadito il diritto all'informazione.

I due obiettivi successivi fanno riferimento alla teoria dell'*agenda setting*. Rispetto alle prime teorizzazioni massmediologiche, che attribuivano ai media la capacità di condizionare più o meno direttamente le opinioni della popolazione, la teoria dell'*agenda setting* evidenzia invece come il processo di selezione delle notizie stabilisca le questioni principali in un dato momento, gerarchizzando di fatto l'importanza degli eventi, escludendone molti dal discorso pubblico.<sup>10</sup> Gli obiettivi dell'Unione da questo punto di vista sono due: in primo luogo acquisire un maggiore spazio nei media, considerando quello attuale come insufficiente<sup>11</sup>; in secondo luogo, es-



sere in grado di influenzare attivamente la selezione delle notizie da parte dei giornalisti, indicando tra i temi più importanti le maggiori azioni del momento dell'Unione (ambizione espressa in *Insieme per comunicare l'Europa*). Se il primo obiettivo si esprime nel numero di coperture ottenute, e nella loro collocazione all'interno della gerarchia (prima pagina, notizia d'apertura, etc.), il secondo è di più complessa verifica, dato che, in assenza di una definizione universale delle azioni più importanti dell'Unione, si può solo stimare la capacità di ottenere buone coperture anche a fronte di avvenimenti importanti in altri ambiti.

Il terzo insieme di obiettivi riguarda l'immagine dell'istituzione presso i cittadini: da una parte l'UE ha l'obiettivo di rendersi più vicina, sia agendo maggiormente a livello locale, sia contrastando l'immagine di burocrazia distante acquisendo un volto umano; dall'altra punta a quello che in ambito comunicativo e di marketing si definirebbe un *riposizionamento*. Il fatto di essere un'entità sovrastatale contribuisce alla visione dell'Unione come qualcosa di remoto, fatto che diventa più marcato a livello locale dove lo Stato stesso viene percepito come lontano rispetto alla regione, provincia, o comune, che sono il livello di focalizzazione dei media locali. Per ovviare a questo problema si punta a declinare a livello "statale, regionale e locale" le politiche europee, evitando allo stesso tempo che questioni europee vengano ricondotte a logiche del singolo stato (concetti presenti nel *Libro Bianco*, in *Insieme per comunicare l'Europa*, etc.). Dall'altra parte per evitare l'immagine burocratica si punta a munire l'Europa di un volto umano usando una serie di testimonial interni, dai commissari, agli ambasciatori europei di buona volontà, ai singoli dipendenti, rilevando tra l'altro la notiziabilità generale dei primi e quella presso i media locali degli ultimi, in occasione delle visite ufficiali ai luoghi di origine (*Insieme per comunicare l'Europa*). Obiettivo più generale nell'ambito dell'immagine della UE è quello di arrivare a una comunicazione

coerente e integrata, il che comporta che vi sia un'armonizzazione e un inserimento in un piano generale delle singole attività comunicative rispetto all'Europa; l'unico ambito in cui viene riconosciuta al contrario l'efficacia di immagini contrastanti è all'interno delle rappresentazioni costruite dai partiti politici (*Comunicazione sul Debate Europe basarsi sull'esperienza acquisita dal Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito*<sup>12</sup>). Per quanto riguarda i contenuti dell'immagine l'Unione Europea cerca di ribaltare alcuni giudizi diffusi e di presentarsi come democratica, trasparente, ed efficace. A proposito dell'immagine va ricordato come sia un principio generale in ambito comunicativo che la comunicazione non può essere usata per rimediare a politiche in sé negative; dai documenti considerati emergono in effetti limiti della comunicazione passata (in *Insieme per comunicare l'Europa* si rileva come questa fosse a volte mal organizzata, dispersiva e di difficile comprensione); tuttavia l'immagine negativa dell'UE viene attribuita principalmente, a partire dal *Piano D*, a limiti dell'informazione, tanto quantitativi quanto di sostanza. In questo senso uno degli obiettivi è quello di far percepire tanto l'importanza ad ogni livello delle politiche europee, quanto i risultati raggiunti dall'Unione (dalla politica estera alla garanzia di qualità alimentare). Questo insieme di obiettivi può essere rilevato solo in parte con un'impostazione quantitativa (la copertura ottenuta dalle visite) mentre buona parte degli elementi sono eminentemente qualitativi, riguardando la rappresentazione dell'Unione e delle sue politiche: positive o negative, rilevanti o meno, interpretate come approccio locale a problemi transnazionali, o viste come questioni lontane o circoscritte all'orizzonte nazionale.

Per quanto riguarda la sfera pubblica europea ci si trova davanti a un concetto piuttosto complesso come quello di sfera pubblica, che i documenti non analizzano in profondità, limitandosi a indicare come la sfera pubblica europea dal punto di vista mediale corrisponda ad alcune reti satellitari trasmesse in tutta Europa



(*Comunicare l'Europa tramite gli audiovisivi* <sup>13</sup>). Rifacendoci al maggiore autore tra quelli occupatisi della sfera pubblica, Jürgen Habermas (2008<sup>3</sup>), possiamo definire la sfera pubblica come ambito di discussione distinta tanto dalla sfera politica in senso stretto (istituzioni statali) quanto dalla sfera privata o domestica. Seguendo questa impostazione la comunicazione mediale (in particolare i quotidiani) potrebbe contribuire a una sfera pubblica, soprattutto se fosse in grado di esprimere punti di vista, istanze e mobilitazioni della popolazione; ma una sfera pubblica europea richiederebbe che il dibattito scavalcasse i confini degli stati membri.

Un secondo ordine di questioni riguarda le strategie comunicative delineate: i documenti a partire dal *Piano D* danno un'importanza centrale ai media audiovisivi e in secondo luogo al web, tralasciando tendenzialmente la carta stampata. In *Comunicare l'Europa tramite gli audiovisivi*, che insieme a *Comunicare sull'Europa via Internet*<sup>14</sup> rappresenta l'indirizzo delle comunicazioni sui media maggiormente considerati, vengono indicati i seguenti motivi per la preferenza: in primo luogo la carta stampata viene considerata in parte avere una copertura e una trattazione adatta dell'argomento. In secondo luogo si usano dati della World Association of Newspapers per stimare una copertura della popolazione tramite la carta stampata tra il 30 e il 70 %, con mezz'ora giornaliera in media dedicata alla lettura; al contrario i dati Eurobarometro indicano che il 95% della popolazione europea vede la televisione per almeno tre ore al giorno. Per alcuni motivi tuttavia non sembra di poter riportare acriticamente queste considerazioni alla situazione dei media locali italiani: se l'Italia è tra i paesi comunitari in cui la stampa quotidiana ha minore diffusione (al contrario della forte rilevanza assunta ad esempio nei paesi scandinavi), tuttavia bisogna evidenziare come il tessuto delle reti televisive locali sia polverizzato in Italia, a causa della forte concorrenza delle reti nazionali, al punto di cedere ai quotidiani il ruolo di maggior fonte di informazione. In secondo luogo, tanto più in assenza di

programmi giornalistici di approfondimento, bisogna evidenziare come i quotidiani abbiano sia un maggiore approfondimento che un maggiore spazio per le notizie rispetto ai notiziari, risultando più importanti tanto per l'informazione che per la rappresentazione.

A conclusione di questa sezione sembra utile riportare la distinzione tra azione europea *trasparente e pubblica* per come presentata da Hüller (2007), che intende con la prima l'assenza di limiti significativi all'accesso alle informazioni riguardante l'attività istituzionale, e con la seconda un'effettiva conoscenza diffusa degli aspetti più importanti della stessa attività<sup>15</sup>. L'autore, sottolineando come entrambi siano requisiti per una legittimazione democratica dell'Unione, giudica la trasparenza di buon livello, ma evidenzia la necessità di un'azione europea più pubblica. Sembra evidente come questo significhi un maggiore uso tanto dei canali propri della UE quanto di quelli mediali più ampi, aspetti a cui Hüller affianca anche la presenza di canali di espressione della cittadinanza e la presenza di comunicazione tra i pubblici dei diversi paesi membri.

---

5 COM(2005) 494

6 SEC(2005) 985

7 Si vedano a riguardo le inchieste citate in *Insieme per comunicare l'Europa* - COM(2007) 568.

8 COM(2006) 35

9 SEC(2006) 1553

10 Lo studio fondativo di questo approccio allo studio dei media è quello di McCombs e Shaw (1972).

11 *Comunicare l'Europa tramite gli audiovisivi* – SEC(2008) 506 – rileva ad esempio come l'Europa occupi all'incirca il 10% del tempo dei notiziari televisivi, una quota pari ad esempio a quella occupata dagli Stati Uniti.

12 COM(2008) 158/4

13 SEC(2008) 506

14 SEC(2007) 1742

15 I due concetti si avvicinano anche a due obiettivi introdotti nella pubblica amministrazione italiana negli anni '90: rispettivamente il diritto d'accesso dei cittadini e il dovere di comunicazione posto in capo agli enti pubblici (cfr. Grandi 2001).

## II SISTEMA DEI QUOTIDIANI IN EMILIA-ROMAGNA

---

In questo capitolo verrà descritto il sistema dei quotidiani in Emilia Romagna, in modo da inquadrare la copertura del territorio da parte delle testate e, limitatamente ai quotidiani per cui esistono dati, verificare la diffusione e quindi l'influenza <sup>16</sup>.

È doverosa una premessa teorica rispetto al concetto di *sinergia*. Col termine sinergia si indicano i rapporti di collaborazione tra testate di uno stesso gruppo editoriale distribuite sul territorio, rapporti che possono variare dalla condivisione delle notizie fino alla condivisione di pagine fisse. Nata con le innovazioni tecnologiche degli anni '80, la sinergia prevede tipicamente una connessione tra diverse redazioni locali che possono realizzare pagine comuni, riportate nelle singole testate <sup>17</sup>. Un secondo concetto da chiarire è quello di secondo giornale, che indica un quotidiano progettato in modo tale da essere acquistato insieme a un primo giornale, rispetto al quale offre informazione o commenti aggiuntivi, ma del quale non riproduce altre caratteristiche. Il secondo giornale è una tipologia di quotidiano con precedenti illustri - secondo giornale si proponeva di essere la Repubblica nei suoi primi anni <sup>18</sup>- ma ha da tempo uno spazio limitato per il crollo dei lettori di due quotidiani <sup>19</sup>, sebbene, considerando come "primo giornale" l'informazione televisiva, sono diversi i quotidiani che restringono determinati ambiti di informazione. Ad esempio, molti quotidiani di partito non riportano notizie di cronaca, dandone per scontata la conoscenza attraverso la lettura di altre testate, ma si dedicano a un commento più approfondito e schierato rispetto ad una testata generalista.

Sul territorio regionale sono presenti un quotidiano pluriregionale (il Resto del Carlino), inserito in una sinergia diffusa su una consistente parte dell'Italia centro-settentrionale (Quotidiano Nazionale), sette

edizioni locali di quotidiani nazionali (la Repubblica, il Corriere della Sera, l'Unità, Avvenire, City, Leggo, Metro), nonché una serie di quotidiani locali, alcuni dei quali in sinergia tra di loro o con quotidiani nazionali.

---

## **Il quotidiano regionale: il Resto del Carlino**

Il Resto del Carlino, con sede a Bologna, è in sinergia con altri due quotidiani del gruppo Poligrafici: la Nazione, di Firenze, e il Giorno, di Milano. I tre quotidiani con le loro edizioni locali coprono un territorio piuttosto vasto: la Lombardia per il Giorno; Toscana, Umbria e la provincia di La Spezia per la Nazione; Emilia Romagna, Marche e la provincia di Rovigo per il Carlino. Da diversi anni le pagine nazionali dei tre quotidiani sono in comune sotto il nome di Quotidiano Nazionale (testata peraltro con propria registrazione e una propria redazione concentrata a Bologna); ciò vuol dire che, nonostante una forte attenzione alle notizie riguardanti le regioni di diffusione, una parte consistente del quotidiano è comunque nazionale e deve tener conto di un pubblico distribuito da Como a Macerata. Nel Carlino, alle pagine nazionali si affiancano quelle locali riunite in un fascicolo separato. Le edizioni locali emiliano-romagnole del Carlino sono espone nella tabella 2.1; a queste vanno poi affiancate edizioni fuori regione diffuse a Rovigo, Pesaro, Ancona, Macerata, Fermo ed Ascoli Piceno.

**TAB 2.1 Edizioni locali del Resto del Carlino**

Reggio Emilia  
Modena  
Ferrara  
Bologna  
Imola  
Ravenna  
Forlì  
Cesena  
Rimini

È da notare l'assenza di edizioni a Piacenza e Parma - dove infatti sono presenti quotidiani locali a buona diffusione - nonché la scelta editoriale di non avere pagine dedicate alle altre province in cui è diffuso il quotidiano <sup>20</sup>. Il lettore del Carlino ha quindi a sua disposizione un giornale quasi-nazionale con un inserto provinciale, senza un'informazione sistematica sulle province confinanti con la propria.

---

## **Le edizioni locali dei quotidiani nazionali**

I due principali quotidiani nazionali, la Repubblica e il Corriere della Sera, hanno inserti locali per Bologna, a cui si affiancano l'inserto quotidiano dell'Unità e un inserto domenicale di Avvenire, il quotidiano della Conferenza Episcopale Italiana. Pur diffusi in alcuni casi anche nelle altre province, gli inserti sono tendenzialmente incentrati sul capoluogo e variano per autonomia rispetto al fascicolo principale e per numero di pagine. Da una parte le

pagine bolognesi di Repubblica e Unità sono inserite nel fascicolo principale, mentre Corriere ed Avvenire hanno inserti con testata autonoma (Corriere di Bologna e BolognaSette), dall'altra Repubblica e Corriere sono ad alta foliazione (rispettivamente 30 e 24 pagine) mentre ridotta è quella di Unità ed Avvenire (10 e 8). Altri quotidiani nazionali hanno un abbinamento forte con testate locali: è il caso di La Stampa e il Giornale, di cui parleremo nel prossimo paragrafo. In aggiunta ai quotidiani a pagamento vi sono le edizioni bolognesi dei tre maggiori free-press nazionali: City, Leggo e Metro sono presenti nel capoluogo, per quanto le pagine locali di ciascuna testata siano molto limitate.

<b>TAB 2.2 Inserti locali di quotidiani nazionali</b>
la Repubblica Corriere della Sera – Corriere di Bologna L'Unità Avvenire – BolognaSette City Leggo Metro

---

## I quotidiani locali

Sul territorio regionale è presente un largo numero di quotidiani, alcuni limitati a una singola provincia, ed altri con diverse edizioni collegate. Un primo gruppo di quotidiani, pur autonomi nella testata, sono parte del gruppo Finegil, la catena nazionale di giornali locali di proprietà dell'Editoriale l'espresso (che oltre al settimanale omonimo gestisce anche la Repubblica). Si tratta della Gazzetta di Reggio, della (Nuova) Gazzetta di Modena e della Nuova Ferrara. Tutti e tre i quotidiani sono incentrati sul locale,



ma condividono alcune pagine nazionali che sono realizzate in modo centralizzato per tutti i quotidiani del gruppo Finegil, il che comporta un taglio decisamente poco locale <sup>21</sup>, nonché una pagina regionale con largo spazio a notizie bolognesi (significativa è la rappresentazione delle Due Torri nella testata di pagina); tra le altre testate del gruppo vi è un certo collegamento con la Gazzetta di Mantova, con la quale ad esempio vengono condivisi i prodotti editoriali accessori (libri allegati etc.).

Altre due testate presentano invece una serie di edizioni locali: si tratta del Corriere Romagna e della Voce di Romagna, il primo con tre e la seconda con sei edizioni diverse; entrambe le testate danno spazio a notizie nazionali, ma prevalgono quelle locali. Un po' più ambiziosa è la Voce, che presenta anche pagine di commento in stile anglosassone, foudietton, etc. I due quotidiani romagnoli sono caratterizzati da politiche opposte riguardo all'organizzazione interna delle pagine: il Corriere prevede pagine solo per la zona interessata dall'edizione specifica, con l'eccezione del lunedì in cui come Corriere del Lunedì è edizione unica, mentre la Voce ha pagine "romagnole" in tutte le edizioni. Un'altra testata con diverse edizioni locali è costituita da l'informazione, con edizioni a Parma, Reggio e Modena; concentrata sul locale e con poche notizie nazionali o internazionali l'informazione è caratterizzata dall'abbinamento obbligatorio a La Stampa (quotidiano peraltro molto attivo nella politica di abbinamenti con quotidiani locali). Con vendita autonoma nel periodo studiato, il Domani di Bologna era anch'esso in promozione insieme a La Stampa, oltre ad essere uno dei pochi veri "secondi giornali", non avendo alcuna notizia non locale. Dal 2009 date le difficoltà economiche la testata è stata ceduta al gruppo Spallanzani, editore de l'informazione diventando l'informazione di Bologna <sup>22</sup> ed acquisendo pagine regionali e nazionali in comune con le altre tre testate, oltre a diventare in abbinamento obbligatorio con La Stampa.

Le restanti testate hanno edizioni singole, con la parziale ec-

cezione di La Cronaca di Piacenza, derivante da un omonimo quotidiano di Cremona; a questa si aggiungono Libertà, di Piacenza, Gazzetta di Parma e il Giornale di Reggio. L'ultimo, durante il 2008 in promozione assieme a Il Giornale, è oggi in abbinamento obbligatorio; gli altri due quotidiani, di notevole diffusione, hanno politiche opposte sullo spazio dato al nazionale: molto spazio viene dato in Libertà, mentre la Gazzetta di Parma confina le notizie non locali alle ultime pagine. Accanto ai free press nazionali a Bologna è infine presenta anche il Bologna, testata del gruppo E Polis, che controlla 19 testate cittadine.

**TAB 2.3 Quotidiani locali in Emilia Romagna e loro edizioni**

Libertà	Singola
La Cronaca di Piacenza	Singola
L'Informazione	Parma, Reggio Emilia, Modena
Gazzetta di Parma	Singola
il Giornale di Reggio	Singola
Gazzetta di Reggio	Sinergia
(Nuova) Gazzetta di Modena	
La Nuova Ferrara	
il Domani di Bologna	Singola, dal 2009, L'Informazione di Bologna
il Bologna	Singola, gruppo E Polis
Corriere Romagna	Forlì-Cesena, Ravenna-Faenza-Lugo- Imola, Rimini-San Marino
Voce di Romagna	Imola, Faenza-Lugo, Ravenna, Forlì-Cesena, Rimini

## Copertura regionale e diffusione

Dalle pagine precedenti è emersa una differente ricchezza giornalistica all'interno della regione: si va da due testate a Piacenza e Ferrara a nove a Bologna città; la distribuzione provinciale è esposta nella tabella 2.4.

<b>TAB 2.4 Edizioni di quotidiani presenti per provincia</b>	
Piacenza	Libertà - La Cronaca di Piacenza
Parma	Gazzetta di Parma - L'Informazione di Parma
Reggio Emilia	Gazzetta di Reggio - L'Informazione di Reggio - il Giornale di Reggio - il Resto del Carlino Reggio
Modena	(Nuova) Gazzetta di Modena - L'Informazione di Modena - il Resto del Carlino Modena
Bologna	il Domani - il Resto del Carlino Bologna - il Resto del Carlino Imola - la Repubblica Bologna - Corriere di Bologna - L'Unità Bologna - Avvenire - City - Leggo - Metro - il Bologna - la Voce di Romagna Imola
Ferrara	La Nuova Ferrara - il Resto del Carlino Ferrara
Ravenna	Corriere Romagna Ravenna-Faenza-Lugo - la Voce di Romagna Ravenna - la Voce di Romagna Faenza-Lugo - il Resto del Carlino Ravenna
Forlì-Cesena	Corriere Romagna Forlì-Cesena - la Voce di Romagna Forlì - la Voce di Romagna Cesena - il Resto del Carlino Forlì - il Resto del Carlino Cesena
Rimini	Corriere Romagna Rimini-San Marino - la Voce di Romagna Rimini - il Resto del Carlino Rimini

Per poter aggiungere alla mappa dei quotidiani distribuiti in ogni provincia una stima della loro relativa influenza verranno presentati i dati disponibili sulla diffusione dei quotidiani.

Purtroppo diverse testate regionali non aderiscono all'Accertamenti Diffusione Stampa, l'organo di verifica delle vendite che riunisce i rappresentanti degli editori e quelli dei pubblicitari, per cui, per molte testate, si avranno dati di minore attendibilità; inoltre il dato dei quotidiani nazionali sarà necessariamente fuori scala. Infine si riporterà la tiratura e la diffusione (da vendita o altrimenti) del quotidiano, questo per la maggiore reperibilità della prima e la maggiore significatività della seconda.

**TAB 2.5 diffusione e tiratura dei quotidiani nel 2008**

Testata	Tiratura media	Diffusione media	Note
Testate aderenti ad Ads			
Libertà	35.224	28.723	
Gazzetta di Parma	51.160	42.081	
Gazzetta di Reggio	16.908	13.244	
Gazzetta di Modena	14.183	10.626	
La Nuova Ferrara	14.040	10.740	
il Resto del Carlino	206.221	165.225	Diffuso anche in Marche e provincia di Rovigo
la Repubblica	710.716	556.433	Nazionale
Corriere della Sera	780.412	620.605	Nazionale
L'Unità	126.981	49.536	Nazionale
Avvenire	151.233	105.874	Nazionale
E Polis	490.597	428.253	Diverse edizioni tra cui Il Bologna
Testate non aderenti ad Ads			
il Giornale di Reggio	circa 4.000		
Corriere Romagna	circa 15.000		



Dalla tabella 2.5 emerge una certa concentrazione delle vendite sul Resto del Carlino: anche considerando che una parte delle copie sono vendute nelle Marche e in provincia di Rovigo, le cifre totali rimangono notevoli. Non a caso i due maggiori giornali locali sono venduti in province senza edizioni del Carlino (Gazzetta di Parma e Libertà di Piacenza), mentre le tre testate del gruppo Finegil e il Corriere Romagna sembrano relegati a ruoli di secondo quotidiano delle province in cui sono diffusi.

---

16 Ovviamente ogni fenomeno mediale è dato dall'incontro tra un media e il suo pubblico e ogni ricerca sui contenuti medialità, come la presente, deve tener conto di diverse letture possibili da parte del pubblico. Per uno studio sul pubblico mediale dell'Emilia-Romagna di rimanda a Lalli (2004).

17 Sull'argomento si veda Agostini (2004).

18 Cfr. Murialdi e Tranfaglia (2002).

19 Cfr. Fabbri (2007).

20 Fa eccezione l'edizione di Imola, in cui vi sono delle pagine dedicate a Bologna. Quella di Imola per altro è anche edizione di Faenza e Lugo, che nel 2004 avevano avuto un'edizione propria, allora scorporata da quella di Ravenna.

21 Il gruppo Finegil ha infatti altre testate a Pavia, Mantova, Bolzano, Trento, Belluno, Padova, Venezia, Treviso, Udine, Trieste, Livorno, Pescara, Salerno e Sassari.

22 La denominazione "il Domani" rimane in piccolo nella testata di Bologna, oltre ad essere ora presente anche in quelle di Modena e Reggio Emilia, ma non di Parma.

Uno dei principali e più consolidati argomenti di studio nell'ambito del giornalismo e dell'informazione è quello della notiziabilità, ossia ciò che rende un avvenimento una notizia. Con questo concetto si fa riferimento ad una serie di proprietà di un'informazione o di un avvenimento che ne aumentano l'adeguatezza (per il giornalista) o la probabilità stimata (per l'osservatore esterno) che vengano pubblicati come notizia <sup>23</sup>. Trattandosi di un criterio implicito nelle routine di definizione dell'edizione quotidiana, molti aspetti della notiziabilità non sono comprensibili a partire dalla sola analisi testuale; il che non toglie che diversi indizi sono rintracciabili.

In primo luogo l'organizzazione interna delle pagine è indicativa dell'insieme di interessi che la redazione individua nel proprio pubblico, oltre ad essere un vincolo organizzativo che si mantiene tra una riorganizzazione e l'altra. Proprio intorno all'organizzazione delle notizie nella pagina si è sviluppata una delle maggiori tendenze del giornalismo italiano degli ultimi 25 anni: la tematizzazione. Utilizzata all'inizio nel gruppo Repubblica-L'Espresso, la tematizzazione comporta l'unione delle notizie del giorno in temi occupanti una o più pagine, in modo che il senso assunto dalle notizie nell'insieme diventa più importante di quello dei singoli avvenimenti <sup>24</sup>. Fenomeno collegato a questo è la settimanalizzazione, ossia la tendenza secondo cui l'avvenimento del giorno riceve una copertura molto ampia, dedicando diverse pagine di particolari e commenti a quello che negli anni '70 sarebbe stata una semplice notizia di prima pagina <sup>25</sup>. A questo modello si contrappone la semplice giustapposizione delle notizie, selezionate singolarmente e poi riassemblate. Sono chiare le implicazioni dei due modelli contrapposti: nel primo caso, per essere pubblicata, una notizia deve o raggiungere il rilievo e la massa di informazioni necessarie per



occupare una pagina, o essere collegabile con altre notizie del giorno; nel secondo, è la singola notizia a essere giudicata rilevante o meno. Tra i quotidiani esaminati i casi più sviluppati dei due modelli sono rispettivamente il Resto del Carlino e l'Informazione. Il primo è l'unico a usare regolarmente la composizione a due pagine e a usare titoletti riassuntivi del tema nelle pagine nazionali; la seconda testata è caratterizzata da un'altissima frammentazione delle notizie, tra loro solitamente giustapposte. Terzo modello particolarmente rilevante per i quotidiani locali è quello di una rigida suddivisione in pagine facenti riferimento a singoli comuni o gruppi di comuni, seguendo la necessità di radicarsi nel territorio e fornire a ogni zona la propria pagina di riferimento; in questo caso la tematizzazione è ridotta alla compresenza territoriale degli avvenimenti. Al di là di questi modelli generali ogni testata ha poi una propria cultura dell'organizzazione dell'edizione e della notiziabilità: Agostini (2002) individua ad esempio nella edizione Bolognese di Repubblica uno stile derivato da quello dell'edizione nazionale, nella tendenza a tematizzare il singolo evento-notizia facendone la base di un discorso che arrivi a comprendere questioni generali.

Per quanto diversi, non sembra tuttavia che nessuno dei tre modelli abbia influssi particolari sulla presenza di notizie riguardanti l'UE: tanto il Carlino quanto l'Informazione e due giornali particolarmente marcati nella suddivisione territoriale come Voce di Romagna e Corriere di Romagna presentano occorrenze alte.

Altro elemento collegato alla notiziabilità è la vicinanza dell'avvenimento notiziabile rispetto al contesto di riferimento della testata: sebbene nessuno dei quotidiani escluda pagine regionali, anche in questo caso la variabilità delle testate è molto alta, con a un estremo il Domani e il Giornale di Reggio, privi di pagine nazionali <sup>26</sup>, ed all'altro tanto il quotidiano pluriregionale Carlino quanto quotidiani locali molto aperti al nazionale come Libertà, di Piacenza, e la Voce di Romagna. Se la presenza di pagine nazionali

favorisce la presenza di riferimenti all'Europa (ma con un frame raramente allo stesso tempo europeo e locale), altre collocazioni frequenti di notizie europee sono le pagine di economia (presenti in tutte le testate, anche se in alcune sono pagine settimanali) e quelle di agricoltura (presenti in molti quotidiani). Tre sole testate hanno spazi specificatamente europei: la Gazzetta di Parma, con un box settimanale di notizie di servizio, e Libertà e la Cronaca di Piacenza, con uno spazio non formalizzato che ospita regolarmente la Rappresentanza della Commissione Europea a Milano.

Collegato poi alla vicinanza è il criterio di notiziabilità legato alla rilevanza dei soggetti coinvolti: a testimonianza dell'importanza del locale i maggiori livelli di notiziabilità sembrano essere legati ad amministratori locali o, nei giornali provinciali, a concittadini divenuti famosi altrove. Questo tipo di orientamento è per altro problematico per il livello di copertura ricevuto dall'Unione: Della Porta e Caiani (2006) hanno evidenziato come nei media nazionali il discorso europeo sia di elite, ossia che solo attori di alto livello sociale accedono a questa arena. Di converso, e probabilmente di conseguenza, nel corpus esaminato il discorso sull'Europa è elitario nel senso che la dimensione europea viene evocato prevalentemente da livelli alti: amministratori regionali (presidente o assessori), esponenti politici o sociali di livello nazionale, esponenti accademici. Abbiamo visto però che non sono questi i punti di riferimento di molta della stampa locale, concentrata piuttosto su sindaci e consiglieri provinciali e comunali. L'eccezione può essere data dalla visita di esponenti di alto livello, per cui visite dell'allora presidente del consiglio Prodi a Ravenna o del presidente della commissione Barroso a Parma sono all'origine di alcuni dei pochi articoli che affrontano l'argomento "Europa" facendo riferimento a valori e confezionando articoli più impegnati. Inoltre le visite di esponenti di istituzioni europee, che abbiamo visto essere previste come iniziativa comunicativa da parte dell'UE, ottengono in genere una certa copertura, mentre l'EFSA è seguita quantomeno



dalle due testate di Parma anche nella propria attività ordinaria.

Tuttavia il problema della distanza rimane: tra il livello del media locale e l'Unione Europea esiste almeno un livello intermedio, quello nazionale, che rende l'Europa più remota, e in diverse testate (ad esempio di Piacenza, ma soprattutto quelle romagnole) la regione diventa un livello intermedio ulteriore, con articoli nei quali "Regione" e "Bologna" sono sinonimi, a testimonianza di una distanza percepita già nei confronti della prima istituzione subordinata. Non si può d'altronde dire che l'obiettivo della "sfera pubblica europea", che come abbiamo visto è un'aspirazione già presente dell'Unione, sia pienamente realizzato a livello europeo o nazionale.

Se vediamo alcune delle riflessioni sviluppate sul tema Eriksen (2004, 2005) rileva le stesse ridotte esperienze di media europei a cui fanno riferimento i documenti ufficiali, e constata l'assenza di una vera sfera pubblica europea, al cui posto al più ci sono alcune reti transnazionali o alcuni pubblici forti, in entrambi i casi di estensione ridotta. Della Porta e Caiani (Della Porta 2008, Della Porta e Caiani 2004, 2006) segnalano poi come il processo, ancora agli inizi, di formazione di una sfera pubblica europea proceda sostanzialmente dall'alto al basso, nonostante alcuni movimenti in senso contrario. Un processo di questo tipo evidentemente ha un forte bisogno del canale media per avere successo, ma abbiamo già visto come in molti dei paesi membri, Italia compresa, eventi centrali come l'elezione del Parlamento Europeo siano stati visti più come fenomeno di sfera pubblica nazionale che di sfera pubblica europea. Tenendo conto del contesto potremmo dire che l'Europa, considerata nelle sue istituzioni centrali, non è all'ordine del giorno dei quotidiani locali studiati, ma non viene neanche ignorata. Gli articoli di più ampio respiro sono rari ma dimostrano un'attenzione di un certo livello anche se incostante, e non mancano casi particolari come la forte copertura data dalla Voce di Romagna (ma con un orientamento fortemente euroscettico) alla bocciatura del Trattato di Lisbona nel referendum irlandese del 12 Giugno 2008<sup>27</sup>.

Particolare è il rapporto con quello che forse è il criterio di notiziabilità fondamentale: l'adeguatezza temporale. Normalmente l'aspetto temporale ha tre requisiti: la novità, l'essere circoscritto nel tempo, e l'adeguatezza ai ritmi del medium (in questo caso avvenire tra la mattina e l'orario di chiusura dell'edizione). A differenza di molte notizie di ampia notiziabilità, come avvenimenti di cronaca nera, votazioni in parlamento o incontri sportivi, molti degli avvenimenti di ambito comunitario non sono perfettamente circoscrivibili; non a caso larga parte degli avvenimenti presenti nell'analisi sono momenti in cui si presentano le caratteristiche di processi più lunghi: annunci, aperture di bandi, incontri su normative etc. Se questo tipo di avvenimenti, in particolare gli incontri, hanno vincoli precisi sulle date utili per la pubblicazione (non oltre il giorno seguente), paradossalmente il criterio di novità non sembra sempre vincolante per gli altri tipi di notizie.

Se normalmente un avvenimento perde di valore giornalistico quando è "vecchio" o quando è stato trattato dalla concorrenza, non mancano nel corpus casi in cui la stessa notizia (ed eventualmente lo stesso comunicato stampa) vengono pubblicati in giorni successivi, fino a 5, da diverse testate, a volte tra loro concorrenti. Probabilmente per la settorialità relativa dell'argomento una stessa notizia può trovare collocazione in giornate differenti, con casi estremi per cui un'intervista ad Annamaria Artoni, presidente regionale di Confindustria, viene pubblicata da più testate nel corso di 4 giorni.

Anche dal punto di vista delle fonti traspare un ruolo forte dei comunicati stampa, il che attenua il legame col territorio dei quotidiani locali. Almeno per quanto riguarda l'argomento studiato, è evidente come i comunicati stampa dei vari enti locali siano un sostituto efficace delle agenzie, e spesso vengano pubblicati senza modifiche sostanziali, sia dai quotidiani provinciali con meno risorse, che in alcuni casi dal Carlino. Insieme ai comunicati stampa sono in alcuni casi evidenti le riprese da un quotidiano all'altro, per cui ad



esempio passaggi di un'intervista al ministro per le politiche agricole Zaia, effettuata dalla Gazzetta di Reggio, vengono poi pubblicati da altre testate nei giorni successivi come dichiarazioni di Zaia stesso.

Lo studio di Valentini (2006, 2007) sul rapporto tra giornalisti italiani e finlandesi e istituzioni europee dà alcuni spunti interessanti sulle azioni da compiere per migliorare i rapporti con i media, anche se la ricerca si è svolta con giornalisti di testate diverse da quelle analizzate nella presente ricerca (gli intervistati sono infatti quasi tutti di testate nazionali o politiche, e solo tre provengono da quotidiani regionali, nessuno dei quali dell'Emilia-Romagna). Da una parte infatti le risposte date dai giornalisti italiani al questionario di Valentini indicano una certa difficoltà a rendere notiziabili gli eventi che riguardano le istituzioni europee, essendovi la necessità di ricollegarli ai temi nazionali, considerati di maggiore interesse per i lettori. Dall'altra molti degli intervistati hanno espresso una personale convinzione della necessità di una maggiore copertura mediatica dell'Unione, a cui si collega la richiesta di una maggiore collaborazione delle diverse istituzioni con i media e quella di una comunicazione che accanto all'Europa come valore sappia esprimere anche il pluralismo interno ai processi europei.

---

23 Uno dei primi studi a introdurre il concetto è quello di Galtung e Ruge (1965). Una esposizione sistematica è contenuta in Wolf (1985), mentre Sorrentino è autore di studi (1995, 2002) sul caso italiano.

24 Agostini (2004)

25 Murialdi e Tranfaglia (2002), Agostini (2004).

26 Nel caso de Il Giornale di Reggio le notizie nazionali non hanno avuto praticamente copertura in seguito a una revisione dell'organizzazione delle notizie nei primi mesi del 2008.

27 Un ulteriore referendum, questa volta ad esito positivo, è stato tenuto il 2 Ottobre 2009.

## LE NOTIZIE

---

### La numerosità

Il corpus ricavato dal monitoraggio dei quotidiani nell'anno 2008 è composto da 1332 articoli unici, e considerando che molte testate con più edizioni pubblicano i singoli articoli in più di un'edizione il numero delle occorrenze corrisponde a 2085, con una media di 1,57 occorrenze per articolo. Alcune osservazioni possono essere fatte tanto sulla diversa distribuzione degli articoli tra le testate, quanto sul prevalere di articoli presenti in tutte le edizioni o articoli propri di una singola edizione.

Per quanto riguarda la numerosità è facile distinguere tra testate tendenzialmente territoriali, in cui i numeri complessivi sono piuttosto alti (con l'eccezione del Giornale di Reggio) e le varie testate bolognesi, con numeri molto bassi se non addirittura nulli, con, di nuovo, l'eccezione parziale del Domani, che comunque ha un valore superiore al solo Giornale di Reggio.

La seconda analisi tende a distinguere, all'interno dei quotidiani con più edizioni, casi in cui le notizie vengono pubblicate in tutte le edizioni (come il Carlino, con occorrenze totali molto più alte degli articoli singoli) e casi in cui al contrario le notizie tendenzialmente appaiono in una sola di queste (come nel caso del Corriere di Romagna, con una bassa distanza tra occorrenze e singoli articoli).

Un dato che va subito affiancato a questo è tuttavia una nota problematica: in 390 degli articoli, pari al 29,3 %, la componente comunitaria della notizia non è ricavabile da un lettore non esperto, non essendovi riferimenti espliciti all'Unione Europea. Il fenomeno, in buona parte legato a notizie di fondi europei, di cui tuttavia non viene esplicitata l'origine, ha una presenza varia ma sempre consistente nelle singole testate.

**TAB 4.1 Numerosità degli articoli in testate ed edizioni**

		Occorrenze	Articoli singoli
La Cronaca di Piacenza		65	
Libertà		83	
Gazzetta di Parma		128	
Il Giornale di Reggio		38	
Gazzetta di Reggio		83	218
Gazzetta di Modena		99	
La Nuova Ferrara		68	
L'Informazione	Parma	97	201
	Reggio	61	
	Modena	94	
Il Resto del Carlino	Reggio	88	188
	Modena	95	
	Bologna	83	
	Imola	75	
	Ferrara	83	
	Ravenna	84	
	Forlì	79	
	Cesena	88	
	Rimini	81	
Il Domani		64	
La Repubblica Bologna		20	
Il Corriere di Bologna		27	
L'Unità Bologna		23	
L'Avvenire Bologna		2	
Leggo Bologna		1	
City Bologna		0	
Metro Bologna		0	
Il Bologna		21	

Corriere di Romagna	Imola	12	125
	Ravenna	40	
	Forlì Cesena	65	
	Rimini	24	
Voce di Romagna	Imola	21	151
	Faenza	21	
	Ravenna	55	
	Forlì-Cesena	64	
	Rimini	48	
		2.085	1.332

**TAB 4.2 Presenza di notizie europee non esplicitate**

	Numero	%
Cronaca di Piacenza	26	40 %
Libertà	23	28 %
Gazzetta di Parma	29	25 %
L'Informazione	61	30 %
Giornale di Reggio	8	21 %
Gazzetta di Reggio	18	24 %
Gazzetta di Modena	29	31 %
La Nuova Ferrara	10	21 %
Il Resto del Carlino	51	27 %
Il Domani	22	34 %
La Repubblica Bologna	9	45 %
Corriere di Bologna	4	15 %
L'Unità Bologna	3	13 %
Leggo Bologna	1	100 %
Il Bologna	5	24 %
Corriere di Romagna	37	30 %
Voce di Romagna	52	34 %
	390	29 %



Se nessuna edizione di quotidiano raggiunge le 200 notizie europee annuali, vediamo come poi una parte consistente di queste notizie, di fatto, non dà visibilità all'istituzione, a testimonianza di una copertura non alta, per quanto plausibilmente sufficiente in quasi tutte le testate a porre il tema all'attenzione di un lettore abituale.

Abbiamo visto come i fondi europei siano tanto all'origine di molte delle notizie quanto caratterizzati da numerose omissioni sull'effettivo ruolo dell'Unione nelle notizie; la tabella seguente esamina la copertura e, al suo interno, le mancate citazioni per i principali fondi europei.

**TAB 4.3 Presenza di notizie sui fondi europei e incidenza non citazioni**

	presenza		mancate citazioni	
	Numero	%	Numero	%
FSR	383	29	229	60
FSE	163	12	38	23
FESR	161	12	84	52
Altri	151	11	37	24
<b>Totale</b>	<b>742</b>	<b>56</b>	<b>381</b>	<b>51</b>

Dalla tabella emerge tanto il fortissimo ruolo dei fondi europei nella copertura mediatica dell'istituzione (un altissimo 56 %) quanto il rilievo all'interno di queste notizie del Fondo per lo Sviluppo Rurale (più della metà degli articoli con riferimento ai fondi strutturali, e il 29% degli articoli totali). Già da questi elementi è chiaro come l'UE sia notiziata prevalentemente in ambito economico, con un'attenzione all'agricoltura; tuttavia oltre al Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale (orientato soprattutto su industria e ricerca) anche il Fondo Sociale Europeo, incentrato invece su istruzione

e formazione professionale, trova un notevole spazio. È evidente anche il problema del mancato riferimento alla fonte europea dei finanziamenti presentati nelle notizie: per ciascuno dei fondi più del 20 % delle notizie non veicolano effettivamente l'UE, ma nel caso di FESR e FSR questo arriva addirittura al 52 e al 60 %. Anche il semplice nome del fondo influisce sulla corretta citazione delle fonti: la presenza della denominazione "europeo" di per sé è esplicita nel caso di FSE e FESR (ma quest'ultimo ha ricevuto molta copertura su avvenimenti nel quale poi non era citato, in particolare la nascita dei tecnopoli). Al contrario il Fondo per lo Sviluppo Rurale è scomparso a favore del Piano di Sviluppo Rurale regionale: il piano, finanziato in maniera significativa tramite il FSR, è stato il più delle volte citato senza riferimento alla provenienza dei fondi <sup>28</sup>. Tanto nel caso del PSR che in altri gli articoli segnalano fonti errate dei finanziamenti: il più delle volte si tratta della Regione, ma vi sono anche casi in cui sono stati attribuiti a una delle Provincie, allo Stato, o addirittura articoli in cui sembrava vi fossero gli erogatori (non pubblici) del servizio alla base dei finanziamenti.

Volendo riprendere alcuni degli obiettivi delineati da Grandi (2001, pp. 55-61), Faccioli (2000) e Arena (1999) per la comunicazione degli enti pubblici possiamo concludere che la comunicazione dell'Unione Europea tramite i vari enti coinvolti sia andata oltre il livello "giuridico formale", la semplice notificazione a norma di legge, riuscendo con molta probabilità ad esaudire le necessità di una comunicazione "di servizio", avendo una copertura discreta sui media locali e fornendo le informazioni necessarie ai cittadini (in particolare per quanto riguarda opportunità di finanziamenti e regolamenti). Per quanto riguarda le esigenze di trasparenza dell'azione amministrativa il solo, ma non trascurabile, limite è appunto quella della difficile identificazione della fonte degli interventi, soprattutto per quanto riguarda i finanziamenti, mentre gli articoli sono di solito chiari per quanto riguarda modalità di partecipazione e criteri di ammissione. Infine, per quanto riguarda la "comunicazione di pro-

mozione di immagine”, che per un’entità in divenire e di importanza crescente è di particolare importanza, si evidenziano i limiti maggiori, con una scarsa attenzione delle testate al tema e una difficoltà a fare comunicazione di questo tipo. Se consideriamo che i quattro obiettivi presentati si possono considerare come tappe successive possiamo considerare la comunicazione locale dell’Unione a metà del suo percorso, e con la necessità di sviluppare nei prossimi anni in particolare la promozione dell’immagine europea, senza la quale l’Unione stessa ha dimostrato di non poter crescere.

---

## I temi

<b>Tabella 4.4 Temi delle notizie</b>		
	Numero	%
Agroalimentare	553	41,5
Economia	121	9,1
Istruzione e ricerca	113	8,5
Formazione	96	7,2
Ambiente	85	6,4
Sociale	69	5,2
Industria e artigianato	60	4,5
Istituzioni	58	4,3
Energia	37	2,8
Cultura e spettacoli	34	2,5
Pesca	32	2,4
Politica	25	1,9
Commercio e turismo	24	1,8
Trasporti	16	1,2
Cronaca	9	0,7
	<b>1.332</b>	<b>100</b>

Coerentemente con il diverso livello di integrazione che i paesi membri hanno raggiunto in diversi settori, anche la suddivisione degli articoli per argomento testimonia il prevalere di alcuni temi all'interno del discorso europeo.

Il dato più evidente è la fortissima concentrazione di notizie sull'agroalimentare: per quanto questo sia uno dei settori in cui il ruolo e l'impegno dell'Unione Europea sono più forti, il 41,5 % delle notizie complessive, più di 4 volte la quantità del secondo tema più trattato, rimane un dato molto significativo. Nel caso in questione accanto alla forte attenzione comunitaria all'agricoltura probabilmente hanno influito le caratteristiche dell'agricoltura regionale. Caratterizzata da un maggiore prestigio sociale rispetto alla media nazionale, settore ad alto valore aggiunto e con una forte attenzione alle produzioni di qualità, l'agricoltura dell'Emilia Romagna ha un'immagine positiva che si riassume nell'appellativo, utilizzato soprattutto dalle testate dell'Emilia occidentale, di Food Valley.

Un secondo elemento è dato dalla forte prevalenza dei temi economici: sommando all'economia l'agroalimentare, industria ed artigianato, e commercio e turismo, si arriva a un 59,3 %. Se la prevalenza di aspetti economici nella vita comunitaria è un tema frequentemente evocato (cfr. Della Porta e Caiati 2006), si nota un disequilibrio interno: sicuramente commercio e turismo sono ambiti meno di interesse comunitario, ma quantomeno la ridotta incidenza di industria ed artigianato (4,5 %) è da segnalare. Un motivo possibile delle differenze è riconducibile alle fonti delle notizie: mentre le organizzazioni di agricoltori ed artigiani risultano molto attive nel segnalare le opportunità dei fondi europei, quelle degli industriali, forse in considerazione della diversità degli utenti, appaiono orientate soprattutto a intervenire su questioni economiche generali.



Tra i temi non economici prevalgono formazione, fortemente legata al Fondo Sociale Europeo, e istruzione e ricerca, non solo per il legame con i fondi, FSE per l'alta formazione e FESR per la ricerca, soprattutto legata ai tecnopoli, ma anche in quanto l'ambito istruzione è uno dei pochi orientati attivamente all'Europa. Viceversa molto ridotto è il ruolo accordato a questioni strettamente politiche europee nelle pagine regionali, nonostante l'anno analizzato precedesse le elezioni europee, dato che l'attenzione dei quotidiani considerati, per quanto attivata con un certo anticipo, era completamente concentrata sulle amministrative previste per lo stesso periodo.

---

## I frame

Una volta raggiunto dall'informazione sui rapporti esistenti tra Unione Europea e governance a livello locale, il lettore dei quotidiani studiati potrà farsi idee molto diverse sull'UE, o non farsene affatto, in base alla chiave di lettura che negli articoli viene data dell'istituzione, ossia del frame, della cornice interpretative, che viene sovrapposta al "fatto" notiziato. Il dato che per primo balza agli occhi è che in 809 articoli, il 61 % del totale, la rappresentazione è quella di un ente che eroga fondi, un semplice finanziatore. Nel 45 % dei casi queste notizie non hanno un'indicazione chiara dell'origine europea dei fondi, e in 586 di questi casi (il 44 % di tutto il corpus) non vi sono altri frame rintracciabili, se non la rappresentazione dell'Unione come fonte di sviluppo e opportunità, la rappresentazione più diffusa tra gli enti locali che comunicano sulla presenza dei fondi. Si tratta in buona parte quindi di "comunicazioni di servizio", sicuramente al di sopra del semplice rispetto degli obblighi di legge, poiché comunque il comunicato è stato ripreso dal quotidiano, ma che difficilmente arriva al livello ulteriore di aprire un rapporto valoriale col destinatario. È da segnalare poi come, se la quasi totalità di questi articoli risultano avere un atteggiamento

positivo o neutrale-positivo, non mancano alcuni casi di criticità, a partire dalla frequente titolazione facente riferimento a una “pioggia” di finanziamenti, che se da un lato evidenzia la significatività dei fondi erogati, dall’altra può suggerire l’idea di “finanziamenti a pioggia”, molto lontana dall’idea dei fondi strutturali. A questo si aggiungono critiche, più spesso in verità rivolte alla regione che all’UE, di cui in alcuni forse non si conosce il coinvolgimento, in buona parte legate a suddivisioni dei fondi che non soddisfano (è spesso una recriminazione dell’agricoltura di montagna contro quella di pianura), o per il cessare di alcuni fondi (l’impossibilità di continuare a usare il FSE per le borse di studio alle scuole medie superiori); ma con punte in cui si critica la numerosità dei finanziamenti in sé, suggerendo i “finanziamenti a pioggia” di cui prima.

**TAB 4.5 Presenza dei principali frame**

Frame	Numero	%
Finanziatore	809	61 %
Sviluppo	176	13 %
Opportunità	88	7 %
Regolatore	339	25 %
Vincolo	95	7 %
Interferenza	63	5 %
Norma	84	6 %
Valore	48	4 %
istituzione	109	8 %
Esponenti	54	4 %
Orizzonte	153	11 %
autorità/garanzia	107	8 %
Prestigio	45	3 %
Diritti	15	1 %



Un secondo gruppo di frame di rilievo è legato all'Unione Europea come fonte di regole: se nella maggior parte dei casi questo tipo di attività viene rappresentata senza particolari accenti, non mancano casi in cui negli articoli è rintracciabile un atteggiamento più o meno esplicito verso l'attività regolativa specifica. Da una parte vi sono rappresentazioni delle disposizioni europee come vincoli, che limitano la possibilità di agire (ma che di conseguenza rendono non evitabile un comportamento, diventando un utile mezzo retorico); o delle interferenze, per cui l'intervento europeo viene criticato in toto e rappresentato come intrusione estranea e dannosa. Dall'altra le regole possono essere rappresentate come norme a cui adeguarsi, dotandole di autorità e valore in sé, testimoniando una forte fiducia tanto nell'efficacia della regola quanto nell'istituzione che l'ha emessa. Le due posizioni sono sostanzialmente questione di presentazione: da una parte si può negare dei finanziamenti perché non conformi alle direttive europee, o promuovere l'ambito bioenergetico giustificando la scelta con vincoli europei sulle fonti energetiche, dall'altra si può promuovere un'iniziativa nel campo nell'immigrazione modellandola e facendo riferimento a indirizzi europei.

La regolazione europea può poi essere fonte di proteste e critiche, come quelle contro i vincoli ambientali delle Zone di Interesse Comunitario o contro gli incentivi all'estirpazione di vigne; se anche in questo caso l'oggetto delle critiche è a volte l'amministrazione locale, vi sono anche prese di posizione anti-europee, fino a parlare di "Europa padrona". I casi in cui è l'Europa in sé a essere rappresentata come valore sembrano avere una presenza relativamente limitata (48 articoli) non tanto per la presenza di un sentimento antieuropeo, piuttosto minoritario, quanto per la difficoltà di veicolare un simile frame, ritrovabile in alcuni rari articoli delle pagine culturali, o in articoli di fondo (entrambi raramente dedicati all'Europa), o in seguito alla pubblicazione di opinioni di esponenti d'élite che,

come visto prima, non sono i primi referenti delle testate locali.

Anche in assenza di orientamenti marcatamente positivi come questi ultimi, l'Unione Europea in quanto istituzione e i suoi esponenti (Commissione e Parlamento) sono argomenti piuttosto frequenti; inoltre all'Europa è riconosciuta la natura di orizzonte rispetto al quale agire o fare paragoni, orientamento apparentemente banale, ma che comporta giudizi di somiglianza e legame necessario tra i paesi membri. Il semplice presentare dei dati nazionali o regionali raffrontati con quelli degli altri paesi membri suggerisce infatti l'affinità e la paragonabilità, ma il frame può essere esteso fino a fare dell'Unione il punto di riferimento per il livelli da raggiungere o per le pratiche da considerare legittime, o infine per farne l'ambito di azione naturale. Nonostante il continuo processo di allargamento dell'Unione nella larga maggioranza delle notizie per "UE" si intende l'Europa a 27, a testimonianza dell'accettazione di tutti i paesi membri; l'unica altra definizione diffusa è quella di "Eurozona" per cui rispetto ad alcune notizie economiche si considera più pertinente l'insieme dei paesi che hanno adottato l'euro come moneta. Non è peraltro da escludere che alla base di questa regolarità vi sia una certa dipendenza da fonti strutturate e la limitata produzione interna di notizie che possano definire diversamente l'Europa. Meno sviluppata è invece l'idea dell'Unione Europea come punto di riferimento: in alcuni casi, sia quando si presenta una collettività sovrastatale che si considera un valore, sia quando si cerca all'estero un punto di riferimento, la scelta cade sul concetto più sfumato di "Occidente" o a un legame stretto con gli Stati Uniti. Una delle testimonianze significative di questo orientamento è la testata della Voce di Romagna, che riporta un riferimento a "Le Regioni dell'Occidente", il mensile politico collegato al quotidiano, e un logo con la Statua della Libertà e le bandiere di Stati Uniti, Regno Unito, Italia e Israele, ma non quella europea.

Infine alle istituzioni e all'orizzonte europeo è riconosciuta



un'autorità, tanto di emanare giudizi legittimi, quanto di fornire informazioni e conoscenze affidabili, sino alla possibilità di conferire prestigio a terzi con riconoscimenti più o meno espliciti. In questo senso le istituzioni europee (un caso frequente è la Banca Centrale Europea) sono spesso il punto di riferimento come fonte autorevole, o fonte di certificazione formale (ad esempio fissando i criteri per le certificazioni ambientali) o informale dell'adeguatezza, fino ad articoli che definiscono la Croazia come buon partner economico in quanto candidata all'ingresso nell'Unione.

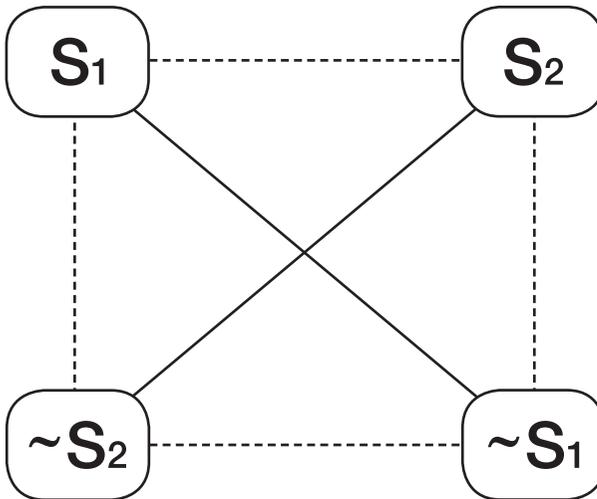
---

28 In particolare un primo significativo blocco di notizie, coincidente con l'annuncio del nuovo PSR, era privo di riferimenti all'origine europea dei fondi, origine che è stata sottolineata in diverse notizie a breve distanza dalla presentazione, ma che tanto prima che dopo solitamente non risultava dagli articoli.

## GLI ORIENTAMENTI VALORIALI PROFONDI

---

Dopo aver visto gli orientamenti rispetto all'Unione Europea espressi nei media, può essere utile cercare di ricostruire i rapporti profondi tra i valori espressi. Il modello a cui si fa riferimento è di estrazione semiotica, e considera i valori come rapportati tra di loro in termini di opposizione, per cui ogni elemento acquista le proprie proprietà in base agli elementi a cui è contrapposto. In particolare si farà uso del quadrato semiotico <sup>29</sup>, un modello in cui sono presenti due elementi in opposizione ( $S_1$  e  $S_2$ ), e i loro contrari ( $\sim S_1$  e  $\sim S_2$ ).



Sulla linea orizzontale tra  $S_1$  e  $S_2$  vi è un rapporto di opposizione, per cui  $S_1$  è diverso da  $S_2$ ; sulla diagonale tra  $S_1$  e  $\sim S_1$  vi è un rapporto di contraddizione, per cui  $S_1$  è il contrario di  $\sim S_1$ ; infine lungo la verticale tra  $\sim S_1$  e  $S_2$  vi è un rapporto di complementarità, per cui da  $\sim S_1$  deriva  $S_2$ .



Un primo elemento da evidenziare è come nel corpus siano praticamente assenti riferimenti all'Unione Europea sotto il profilo del diritto o del dovere; e se l'UE effettivamente è difficilmente concepibile come fonte di doveri per i propri cittadini, sotto il profilo dei diritti l'Unione è tanto impegnata sul fronte della loro garanzia quanto, tramite la Corte di Giustizia, nella determinazione degli stessi (per quanto in misura meno marcata rispetto alla Corte Europea dei Diritti dell'Uomo del Consiglio d'Europa). Se poniamo i diritti come S1 e i doveri come S2 possiamo quindi vedere come l'immagine dell'Unione Europa sia sbilanciata verso la coppia  $\sim S1$  (non diritto) e  $\sim S2$  (non dovere), risultando lontano dal forte legame con i cittadini che risulterebbe dalla coppia diritti-doveri. Al contrario è forte la presenza dei frame vincolo e opportunità, entrambi legati all'aspetto economico, per cui il primo esprime regolamentazioni che si incontrano in un'attività economica (o da parte del pubblico nel caso di aiuti di economia), mentre il secondo è espresso nei fondi europei, solitamente configurati come concorsi a cui partecipare. Vincolo e opportunità sono accostabili alle posizioni  $\sim S2$  e  $\sim S1$ , configurandosi come doveri e diritti diminuiti, che entrano in vigore solo a determinate condizioni.

Se poi consideriamo vincoli ed opportunità come una seconda coppia S1 – S2, espressione di un legame debole tra Unione e cittadini, possiamo vedere come la coppia opposta non-vincolo e non-opportunità sia alla base delle critiche più diffuse. Molto frequenti sono infatti le critiche sull'allocatione e l'entità degli aiuti comunitari, per quanto rivolti tanto alle amministrazioni locali quanto all'Unione, ma anche i vincoli comunitari sono spesso rappresentati come inefficaci nel senso di imposizioni burocratiche senza risultati effettivi. Se da un punto di vista quantitativo le critiche delle istituzioni europee sono in numero ridotto rispetto al grande numero di notizie fornite dagli enti locali, in grande parte con una rappresentazione positiva, bisogna tuttavia ricordare come queste ultime il più delle volte siano molto referenziali, semplici comunicazioni di servizio.

Una volta delineata questa tripartizione tra legame forte, legame debole (tendenzialmente strumentale) e percezione di inutilità, ci è possibile anche collocare i tre profili di rapporto con l'Europa normalmente individuati negli studi sull'opinione pubblica europea. L'approccio europeista si esprime soprattutto attraverso i frame di "normatività" e di "valore", considerando l'Unione Europea un valore in sé a cui adeguarsi (un dovere), è lo stesso che vede nel riconoscimento europeo fonte di garanzia e di prestigio; tuttavia più che al tema dei diritti l'europeismo rintracciabile nei media emiliano-romagnoli sembra essere legato a quello dei finanziamenti comunitari. All'altro estremo si trovano i due tipi di euroscetticismo, definiti da Della Porta e Caiari (2006) "di destra", se critico verso la perdita di sovranità nazionale e i limiti al libero mercato (sostanzialmente opposto ai vincoli imposti dall'Unione), e "di sinistra" se critico verso la prevalenza dell'aspetto di mercato e di liberalizzazione nella politica comunitaria, e dall'altra parte verso l'assenza di politiche sui diritti. Da questo punto di vista se l'europeismo esistente sembra ondeggiare tra il legame forte e il legame debole, i due euroscetticismi sembrano rispettivamente orientati verso un rifiuto totale o a un rifiuto in assenza della realizzazione di un legame forte.

Si può aggiungere di conseguenza che se la revisione dell'approccio comunicativo è iniziata a livello comunitario con la bocciatura della Costituzione Europea in Francia e Olanda, ossia con l'interruzione di una politica orientata a un legame forte, nel caso dei media dell'Emilia Romagna un limite specifico del discorso può essere ritrovato nel limitato contenuto valoriale della comunicazione e nel suo incentrarsi sulla comunicazione di regolazioni e trasferimenti economici.

---

29 La formulazione del quadrato semiotico è di Greimas (2000); si veda anche Greimas e Courtés (2007).

---

## **La copertura sui telegiornali locali**

All'analisi dei quotidiani è stata affiancata una ricognizione della presenza di notizie riguardanti l'Unione Europea in alcuni dei telegiornali dell'Emilia Romagna. In particolare, accanto alla consultazione della rassegna stampa realizzata per la Giunta Regionale, riportante notizie sostanzialmente dal solo Telegiornale Regionale di Rai Tre, si è compiuto un monitoraggio a campione dei telegiornali di tre reti tra quelle con maggiori dati di ascolto in regione (Rai Tre, Rete 7 del gruppo È Tv, e Tele Santerno), basato sulle registrazioni del Corecom regionale. Infine, considerando il 9 maggio, Giornata dell'Europa, come una delle occorrenze più importanti e potenzialmente più notiziabili per l'UE, l'analisi per i giorni 8, 9 e 10 maggio è stata estesa ad altre reti le cui registrazioni fossero reperibili presso il Corecom di Bologna: 7 Gold, Nuovarete, Rete 8 Vga, Telecentro, Tele 1 ed È Tv Romagna.

In tutti i casi si sono visionati i titoli di apertura del tg, o, se la struttura non li comprendeva, le aperture dei singoli servizi. In particolare il campionamento riguardava le edizioni serali dei telegiornali, avendo come unità di campionamento le settimane secondo la suddivisione riportata nella tabella x (ed escludendo 8, 9 e 10 maggio, analizzati più in profondità).

Un limite forte all'analisi è dato dal forte tasso di dati mancanti nel campionamento derivante dalla natura sperimentale del sistema di archiviazione del Corecom per il 2008: i dati mancanti sono pari al 30% del campione, e per le singole reti sono rispettivamente del 15% (Rai Tre), 21% (Tele Santerno) e 53% (Tele 7); la stessa scelta di limitare l'analisi al periodo dal primo gennaio al venti ottobre è legata all'irreperibilità delle registrazioni per le tre reti tra quella data e la fine del 2008.

Suddivisione del campione tra le reti	
Rete	Periodi esaminati
Tele 7	1-7/01 ; 22-28/01 ; 12-18/02 ; 4-10/03 ; 25-31/03 ; 15-21/04 ; 6-7/05 ; 11-12/05 ; 27/05-02/06 ; 17-23/06 ; 08-14/07 ; 29/07-04/08 ; 19-25/08 ; 09-15/09 ; 30/09-06/10
Tele Santerno	08-14/01 ; 29/01-04/02 ; 19-25/02 ; 11-17/03 ; 1-7/04 ; 22-28/04 ; 13-19/05 ; 03-09/06 ; 24-30/06 ; 15-21/07 ; 05-11/08 ; 26/08-01/09 ; 16-22/09 ; 07-13/10
Rai Tre	15-21/01 ; 05-11/02 ; 26/02-03/03 ; 18-24/03 ; 08-14/04 ; 29/04-05/05 ; 20-26/05 ; 10-16/06 ; 01-07/07 ; 22-28/07 ; 12-18/08 ; 02-08/09 ; 23-29/09 ; 14-20/10

Per quanto l'alta incidenza di dati mancanti e la loro distribuzione molto variabile tra le tre reti sconsigli qualsiasi paragone, i dati mantengono un interesse proprio per la fortissima diversità. Nel caso di Rete 7 nel campione sono del tutto assenti, a testimonianza di un scarso orientamento europeo, pur mancando più della metà del campione. Una presenza significativa di notizie è riscontrabile invece su Telesanterno (25 su 77 edizioni effettivamente visionabili); tuttavia la totalità di queste è legata alla struttura del telegiornale serale, che nella quale totalità delle edizioni trasmette in alternanza i titoli di apertura di Tg3 e Studio Aperto o Tg1 e Tg5 dopo i propri. Il risultato è che i temi proposti sono quelli del framing nazionale dell'Unione Europea: innanzitutto l'economia, con i giudizi sui conti pubblici e il ruolo giocato dalla Banca Centrale Europea, e in seconda battuta i giudizi su questioni politiche di rilievo, in particolare quelle legate all'attività del ministero dell'Interno. Per quanto sia difficile valutare l'effettivo impatto possibile di queste notizie ridotte al titolo, veri e propri sound bites, il legame con i media nazionali riporta in questo modo le questioni europee in un contesto altrimenti poco



aperto<sup>30</sup>. Al contrario il tg regionale Rai pur avendo una minore frequenza di notizia (9 notizie in 83 edizioni effettivamente visionabili) propone ovviamente notizie di maggiore durata, e tanto queste che le altre 13 presenti nella rassegna stampa hanno maggiore similarità con le notizie della stampa locale, con una notevole notiziabilità dei fondi europei (anche in questo caso non sempre segnalati come tali, pur essendo in questo caso anche il medium pubblico).

Per quanto riguarda la notiziabilità ottenuta nei giorni della Festa dell'Europa i risultati sono contrastanti: da una parte tutte le reti considerate tranne una (Rete 8, che tuttavia aveva dato la notizia il 7 maggio) hanno segnalato iniziative riguardanti la festività durante le edizioni serali dell'otto maggio; in primo luogo il Meeting dei Giovani Europei, ma anche iniziative organizzate dall'EFSA e dal Comune di Faenza, segnalando un livello di notiziabilità superiore alla carta stampata, che pure ha una facilità maggiore a notiziare per spazi e tipi di notizie possibili. La buona copertura sembra tuttavia più attribuibile a un forte sforzo delle istituzioni che a un'effettiva apertura maggiore dei media per l'occasione. Solo in un caso infatti (7 Gold) si fa riferimento esplicito alla festa e all'evento commemorato, la dichiarazione Schuman; la stessa rete è anche l'unica ad avere una seconda notizia il 10 sempre sulla festa. In molti tg locali (e nazionali) al contrario alla Festa dell'Europa viene preferito un riferimento alla Giornata della Memoria delle Vittime del Terrorismo, coincidente ed istituita a livello nazionale, a dimostrazione della capacità delle istituzioni locali (anche europee, come l'EFSA), di ottenere spazi di notiziabilità, ma anche dello scarso ruolo accordato all'Unione Europea in sé dai media locali.

---

30 L'unica notizia di orizzonte europeo presente nel campione riguardava l'estensione del diritto di adozione a coppie di fatto e single, attribuita correttamente tuttavia al Consiglio d'Europa anziché all'Unione.

## BIBLIOGRAFIA

---

Agostini, A. (2002) *Sei giornali nella «città vetrina»*. Bologna, *il sindaco non parla e i quotidiani crescono*, in «Problemi dell'informazione», XXVII (4), pp. 465-479.

Agostini, A. (2004) *Giornalismi. Media e giornalisti in Italia*, Bologna, Il Mulino

Arena, G. (1999) *Il ruolo della comunicazione nella amministrazione condivisa*, in «Rivista italiana di comunicazione pubblica», 1.

Della Porta, D. (2008) *L'emergere di movimenti europei? La società civile e l'Unione Europea*, in «European Journal of Legal Studies», 1 (3), pp. 1-38.

Della Porta, D., Caiani, M. (2004) *L'uropeizzazione della sfera pubblica in Italia: un processo «top-down»?*, in «Rivista Italiana di Scienza Politica», XXXIV, 3, pp. 459-489.

Della Porta, D., Caiani, M. (2006) *Quale Europa? Europeizzazione, identità e conflitti*, Bologna, Il Mulino.

De Vreese, C. H., Banducci S. A., Semetko H. A., Boomgarden H. G. (2006), *The news coverage of the 2004 European Parliament election campaign in 25 countries*, in «European Union Politics», 7 (4), pp. 477-504.

Eriksen, E. O. (2004) *Conceptualizing European public spheres. General, segmented and strong publics*, Arena working paper 3/04.

Eriksen, E. O. (2005) *An emerging European public sphere*, in «European Journal of Social Theory», 8 (3), pp. 341-363.



Fabbri, L. (2007) *I quotidiani. Politiche e strategie di marketing*, Roma, Carocci.

Faccioli, F. (2000) *Comunicazione pubblica e cultura del servizio*, Roma, Carocci.

Galtung, J., Ruge, M. H. (1965) *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*, in «Journal of Peace Research», 2, pp. 64-91.

Goffman, E. (2001) *Frame analysis. L'organizzazione dell'esperienza*, Roma, Armando.

Grandi, R. (2001) *La comunicazione pubblica. Teorie, casi, profili normativi*, Roma, Carocci.

Greimas, A. J. (2000) *La semantica strutturale*, Roma, Meltemi.

Greimas, A. J., Courtés J. (2007) *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Bruno Mondadori.

Habermas, J. (2008<sup>3</sup>) *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Roma-Bari, Laterza.

Hallin, D. M., Mancini, P. (2004) *Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle società occidentali*, Roma-Bari, Laterza.

Hüller, T. (2007) *Assessing EU strategies for publicity*, in «Journal of European Public Policy», 14 (4), pp. 563-581.

Lalli, P. (2004) *I cittadini e l'informazione. Una ricerca sulle dinamiche di formazione delle opinioni*, Bologna, CLUEB.

McCombs, M. E., Shaw, D. L. (1972) *The agenda-setting function of mass media*, in «Public Opinion Quarterly», 36, pp. 176-187.

Murialdi, P., Tranfaglia, N. (2002) *I quotidiani negli ultimi venticinque anni. Crisi, sviluppo e concentrazioni*, in Castronovo, V., Tranfaglia, N., *La stampa italiana nell'età della tv. Dagli anni Settanta ad oggi*, Roma-Bari, Laterza, pp. 5-62.

Scheufele, D. A. (1999) *Framing as a theory of media effects*, in «Journal of Communication», 49 (1), pp. 103-122.

Sorrentino, C. (1995) *I percorsi della notizia. La stampa quotidiana italiana tra politica e mercato*, Bologna, Baskerville.

Sorrentino, C. (2002) *Il giornalismo. Che cos'è e come funziona*, Roma, Carocci.

Valentini, C. (2006) *Constructing public support: EU communication challenges for the process of integration*, paper presentato alla International conference 2006 on "Public spheres and their boundaries", University of Tampere, 25-27 May 2006.

Valentini C. (2007) EU media relations. *Views of Finnish and Italian journalists*, in «Global Media Journal: Mediterranean Edition», 2 (2), pp. 82-96.

Wolf, M. (1985) *Teorie delle comunicazioni di massa*, Milano, Bompiani.



**Grazie a...**

---

Centro Europe Direct Emilia Romagna

CORECOM Emilia Romagna

Gli uffici dei Fondi Strutturali della Regione Emilia Romagna

E Cinzia, per la pazienza nei lunghi momenti di inserimento e codifica dati.





© Centro Europe Direct  
Assemblea legislativa Regione Emilia-Romagna

### **Il Filo d'Europa**

Collana del Centro Europe Direct  
Assemblea legislativa Regione Emilia-Romagna  
Viale Aldo Moro 36 - 40127 Bologna  
Tel: 051 527 5122

[europedirect@regione.emilia-romagna.it](mailto:europedirect@regione.emilia-romagna.it)

**Pubblicazione a cura di**  
Stefania Fenati

**Grafica e impaginazione**  
Francesca Mezzadri

**Stampa**  
Tipografia Moderna

Con il contributo della Commissione europea.  
L'autore si assume ogni responsabilità circa il contenuto della pubblicazione.  
La Commissione declina ogni responsabilità circa l'uso che può  
essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Finito di stampare nel mese di maggio 2010