

La sfera pubblica in Europa: key actors, issue debate, communication culture (parte seconda)

(doi: 10.3270/32385)

Comunicazione politica (ISSN 1594-6061)

Fascicolo 2, agosto 2010

Ente di afferenza:

Università di Napoli Federico II (unina)

Copyright © by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati.

Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it>

Licenza d'uso

L'articolo è messo a disposizione dell'utente in licenza per uso esclusivamente privato e personale, senza scopo di lucro e senza fini direttamente o indirettamente commerciali. Salvo quanto espressamente previsto dalla licenza d'uso Rivisteweb, è fatto divieto di riprodurre, trasmettere, distribuire o altrimenti utilizzare l'articolo, per qualsiasi scopo o fine. Tutti i diritti sono riservati.

e-politics

La sfera pubblica in Europa: *key actors, issue debate, communication culture* (parte seconda)

a cura di ipsaportal.net

EuroPressResearch e Presseurop

(www.europressresearch.eu; www.presseurop.eu)

Si tratta di due progetti dissimili nella modalità di realizzazione e nei contenuti che mettono a disposizione, ma convergenti per la tipologia: entrambi infatti raccolgono articoli di giornale sull'Europa. La loro diversità sta, invece, nella logica su cui si fonda la raccolta degli articoli inseriti nei loro archivi. EuroPressResearch, come indica il sottotitolo *Europe in the making as seen through its press*, è un articolato archivio delle rassegne stampa dei singoli paesi membri dell'Unione europea. È un progetto messo in atto dal Centro Studi, braccio operativo dell'Associazione per il progetto europeo, fondata nel 2005 dalla Fondazione della Cassa di Risparmio dell'Università di Bologna. Il Centro si occupa di costruire una banca dati del materiale prodotto dalla stampa nazionale in un gruppo di paesi (Gran Bretagna, Francia, Germania, Spagna, Italia, Austria-Belgio, Russia e Scandinavia) in merito all'Unione europea e alle sue attività. Cerca, in pratica, di portare avanti l'obiettivo di rafforzare lo studio a livello europeo dell'«opinione pubblica, intesa nella sua accezione classica, come il lavoro di chi "pensa in pubblico" contribuendo a formare una coscienza politica collettiva». Con più di 15 ricercatori specializzati e una gestione professionale del sito internet, il progetto fornisce, a partire dalla sua homepage, una buona selezione di analisi, *research papers* e soggetti tematici che sono il cuore delle attività del Centro. Il sito, interamente disponibile in italiano ed in inglese, include i testi di 12 *reports* di ricerca bimestrali di quanto pubblicato nei diversi paesi europei, scaricabili in formato pdf; 10 *focus papers* ed una lunga lista di articoli pubblicati dai maggiori quotidiani europei, disponibili

Alla stesura di questa rubrica hanno collaborato i dottori di ricerca Valentina Reda e Tommaso Ederoclite.

attraverso il link diretto ai quotidiani stessi. Tra i prodotti che il Centro mette a disposizione per la consultazione ci sono, ancora, le *mappe quindicinali*, un'analisi ragionata dei principali articoli comparsi sulla stampa, e le *allerte* quotidiane che segnalano i titoli dei più importanti articoli pubblicati. Il Centro, inoltre, è promotore di incontri e pubblicazioni (un esempio è *L'Europa di carta. Stampa e opinione pubblica in Europa nel 2008*, a cura di Paolo Pombeni, Bologna, Il Mulino, 2009 ne è un esempio) che, però, non sono reperibili on line.

Presseurop, invece, si presenta come un'e-zine europea organizzata in sei aree tematiche (Politics, Society, Economy, Science and Environment, Culture and Ideas, Europe and the World) che, oltre a pubblicare news e riflessioni a firma dei propri collaboratori, raccoglie un gran numero di articoli dalla stampa diffusa a livello europeo e tradotti in lingua inglese. Non costituisce un archivio di rassegna stampa come l'Euro-PressResearch, ma fa riferimento ad un gran numero di fonti a stampa (quotidiani e magazine) selezionate in ogni paese membro assicurando dunque una copertura in termini di *issues* ed ambiti territoriali piuttosto esaustiva. Per l'Italia ad esempio si utilizzano ben 11 fonti fra le quali due magazine (*Panorama* e *L'espresso*). Presseurop si avvale anche della partnership del quotidiano europeo on line *Cafebabel*, del principale canale televisivo di informazione europea *Euronews* e di *Euranet*, la rete delle radio europee nata da un'iniziativa della Commissione e gestita da un consorzio paneuropeo.

Arena (Center for European Studies, University of Oslo)

(www.arena.uio.no)

Fondato nel 1994 come programma di ricerca è, in seguito, convertito in centro di ricerca presso l'Università di Oslo. Più in particolare si tratta di un centro interdisciplinare per gli studi delle dinamiche di cambiamento dell'ordine politico europeo, coinvolto in numerosi network internazionali. In particolare, coordina il *Reconstructing Democracy in Europe* (Recon): progetto integrato che coinvolge 21 partner in 13 paesi europei e in Nuova Zelanda, finanziato dalla Commissione europea nell'ambito del sesto programma quadro. Il progetto ha prodotto una *Arena Working Papers Series*, che al momento raccoglie i *papers* – integrali e gratuitamente accessibili – prodotti tra il 1994 e il 2009, con una ricorrenza di circa venti *papers* per anno. Questi sono reperibili anche attraverso l'archivio comune creato da Erpa. Oltre ai *working papers*, Arena mette a disposizione una consistente quantità di materiale in altre due forme di pubblicazione: gli *Arena reprints*, una lista di riferimenti di ristampe di articoli o saggi pubblicati in giornali o testi, non più in catalogo; e gli *Arena reports*, lista dei materiali prodotti nell'ambito di *workshops* e *conferences*, progetti di ricerca e tesi di master, svolte presso Arena, disponibili anche su richiesta.

A partire dal 2007, l'attività principale del Centro consiste in un impegnativo progetto di ricerca – *The Transformation and Sustainability of the European Political Or-*

der – voluto come parte di un progetto decennale dal Norwegian Research Council, con l'obiettivo di analizzare le trasformazioni e la sostenibilità dell'ordine politico europeo alla luce delle sfide messe in campo dal processo di integrazione. Il progetto si rivolge all'analisi di quattro dimensioni dell'ordine politico: la dimensione amministrativo-regolativa, la dimensione democratico-costituzionale, la dimensione cognitivo-culturale e la dimensione esterna. L'intero materiale prodotto dalle analisi nel triennio di ricerca sarà disponibile a partire dalla conclusione del programma prevista nel 2011. Altro materiale è contenuto nelle sezioni di studio tematiche, divise in 9 *work packages* che costruiscono un percorso di ricerca organico. Nella prima sezione è presentato il Theoretical Framework, mentre nelle successive, gli otto temi in cui sono impegnati i gruppi di ricerca: Constitutional Politics, Representation and Institutional Make-up, Justice, Democracy and Gender, Civil Society and the Public Sphere, Foreign and Security Dimension, Political Economy, Identity Formation and Enlargement, Global Transnationalisation and Democratization Compared. Per ognuna delle 9 aree sono disponibili le descrizioni dei progetti di ricerca, gli incontri organizzati per il dibattito e l'area pubblicazioni, in cui sono conservati i *working papers* e i *reports* del gruppo di ricerca.

Osservatorio Comunicazione Politica

(www.osservatoriocomunicazionepolitica-dsp.unito.it)

Nato da un'iniziativa promossa dal Dipartimento di studi politici dell'Università di Torino in occasione delle elezioni politiche tenutesi nel 2008, l'Osservatorio sulla comunicazione politica si propone di analizzare e spiegare le dinamiche comunicative dei partiti e delle campagne elettorali, sia in ambito nazionale che internazionale, offrendo e rendendo disponibili dati, materiale elaborato, analisi della stampa quotidiana e dei telegiornali, indici di visibilità in forma di termometri, documenti e *timeline* degli avvenimenti più importanti. L'osservatorio – che annovera fra i suoi collaboratori Franca Roncarolo e Carlo Marletti – ha articolato un'ampia osservazione della comunicazione politica nel corso dei grandi cicli elettorali degli ultimi due anni. Ne derivano quattro focus principali di approfondimento su: le elezioni presidenziali americane e le politiche italiane del 2008, le elezioni europee del 2009 e le elezioni regionali 2010, in via di definizione.

Per quanto riguarda le presidenziali americane, l'Osservatorio si è dedicato alla campagna elettorale con attenzione particolare al Partito democratico: tra gli altri, un prodotto di interesse è il dossier curato da Giuliano Bobba, dal titolo *Obama and the web*, che si configura come una ricognizione dei materiali disponibili, senz'altro utile come *starting point* di più approfondite ricerche. In merito, invece, alle elezioni politiche italiane del 2008 è possibile consultare sul sito dell'Osservatorio materiali diversi: dai risultati delle consultazioni e le prime ipotesi di analisi dei flussi, con letture, tra le altre, di Ilvo Diamanti e Paolo Natale, alle interpretazioni dei risultati, all'analisi delle strategie di comunicazione,

a partire da una specifica attenzione ai termometri della campagna, fino alla competizione elettorale nei media, senza trascurare gli indicatori quali la leadership, l'agenda, il *framing* ecc. Tre sono le parti in cui questa osservazione si articola: visibilità della campagna sui media, i temi della campagna sui media e i protagonisti della campagna.

In occasione delle elezioni europee del 2009, l'Osservatorio ha avviato un profondo rinnovamento del sito ricollocando i materiali delle proprie produzioni scientifiche su politicalcommunicationmonitor.eu, nuovo sia nei contenuti sia nella veste grafica. Il sito raccoglie e classifica diversi materiali: dai sondaggi elettorali, ai *reports* di ricerca, agli *abstracts* di riviste scientifiche accreditate, come l'*International Journal of Press/Politics* o il *Public Opinion Quarterly*. La sezione *Linee di Ricerca* è espressamente dedicata alla comunicazione elettorale: programmi e manifesti elettorali classificati per tema e slogan, nonché spot-video sono integralmente visibili. Il materiale è introdotto da una sezione intitolata *L'Europa c'è! E la campagna elettorale? Elezioni europee 2009 e ciclo della notizia*, in cui sono raccolti articoli da diverse pubblicazioni scientifiche. Dalla lettura contestuale del materiale documentale, analisi e dati si comprende come le elezioni europee abbiano progressivamente perso l'originale connotazione di tornata di «secondo ordine» per acquisire man mano una significazione sempre più complessa nell'intreccio fra politica nazionale e dimensione sovranazionale con una gestione *multilevel* dei rapporti di forza fra i partiti politici e la diversa espressione della rappresentanza territoriale. Permane, tuttavia, la tendenza a trascurare i temi europei sia nella prassi politica che giornalistica.

[Rosanna De Rosa]