

CNDSS 2019

Atti della IV Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali

a cura di

Giovanni Brancato, Gabriella D'Ambrosio, Erika De Marchis

Raffaella Gallo, Melissa Stolfi, Marta Tedesco



Collana Materiali e documenti 60

CNDSS 2019

Atti della IV Conferenza Nazionale
delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali
5-6 Settembre 2019

a cura di

*Giovanni Brancato, Gabriella D'Ambrosio, Erika De Marchis
Raffaella Gallo, Melissa Stolfi, Marta Tedesco*



SAPIENZA
UNIVERSITÀ EDITRICE

2020

Copyright © 2020

Sapienza Università Editrice

Piazzale Aldo Moro 5 – 00185 Roma

www.editricesapienza.it

editrice.sapienza@uniroma1.it

Iscrizione Registro Operatori Comunicazione n. 11420

ISBN 978-88-9377-155-9

DOI 10.13133/9788893771559

Pubblicato a Luglio 2020



Quest'opera è distribuita
con licenza Creative Commons 3.0
diffusa in modalità *open access*.

Impaginazione/layout a cura di: Melissa Stolfi

In copertina: immagine di Gerd Altmann distribuita da Pixabay (<https://pixabay.com>).

Indice

| | |
|--|----|
| Introduzione | 1 |
| PARTE I - COMUNICAZIONE, MEDIA E GIORNALISMO | |
| La <i>communication research</i> per comprendere la società <i>Giovanni Brancato</i> | 5 |
| 1. Il customer journey alla ricerca dell'omnicanalità <i>Alessia Bellezza</i> | 9 |
| 2. L'immigrazione tra media tradizionali e social network: la narrazione del pregiudizio nella dimensione culturale e comunicativa <i>Giacomo Buoncompagni</i> | 21 |
| 3. Letteratura e serialità. Forme ibride e transmediali <i>Alessandro Cutrona</i> | 33 |
| 4. Comprendere l'esperienza del cliente nell'era omnicanales: un'analisi della letteratura <i>Alessio Di Leo</i> | 43 |
| 5. Il rapporto tra giornalismo politico e movimenti politici: il conflitto con il Movimento 5 Stelle tra vecchi e nuovi mezzi di comunicazione <i>Eduard Kola</i> | 51 |
| 6. Comunicatore pubblico: <i>collante</i> nelle Istituzioni e <i>ponte</i> verso i Cittadini <i>Vincenzo Mini</i> | 67 |

7. La questione legata al legittimo interesse del titolare quale base giuridica di un trattamento dei dati personali con finalità di marketing diretto 75
Andrea Roberto Musolino
8. La disinformazione nel sistema mediale ibrido. Dalle fake-news al deepfake 85
Karen Nuvoli
9. Elezioni di medio termine? La campagna elettorale televisiva di Luigi Di Maio e Matteo Salvini per le Europee 2019 97
Simone Sallusti
10. Le micro-espressioni nel parlato politico di Salvini. Un primo progetto di ricerca 109
Livia Serlupi Crescenzi e Marco Canneddu

PARTE II - DEVIANZA, CRIMINALITÀ E CONTROLLO SOCIALE

- Devianza, criminalità e controllo sociale: una sfida per le scienze sociali 121
Raffaella Gallo
1. Dalle ecomafie alla criminalità ambientale: attori mafiosi e “imprenditoria deviata” nel traffico di rifiuti 125
Luca Bonzanni
2. The Lynching of African Americans: Photographs and Postcards, Between Souvenirs and Historical-Social Memories (1910-1960) 135
Giovanni B. Corvino
3. I documenti internazionali e gli ordinamenti nazionali sulla violenza contro le donne: evoluzione e analisi comparata tra Spagna e Italia 143
Stellamarina Donato
4. La giurisprudenza Italiana e la psicologia: la rieducazione attraverso le leggi e la Mente 151
Michele Nicotra e Aldo Valtimora
5. Uomini maltrattanti e operatori sociali: una analisi sociologica 161
Alberto Pesce

| | |
|---|-----|
| Indice | vii |
| 6. Il difficile connubio tra diritti e sicurezza nel penitenziario multietnico | 171 |
| <i>Carlotta Vignali</i> | |
| PARTE III - EDUCAZIONE E POLITICHE FORMATIVE | |
| Educazione e politiche formative | 183 |
| <i>Erika De Marchis</i> | |
| 1. Teaching Challenges for Handling Difficult Students | 187 |
| <i>Lorenc Barjami e Edvaldo Begotaraj</i> | |
| 2. Identità plurime: i “nuovi italiani” tra educazione scolastica e religiosa a Roma | 197 |
| <i>Katiuscia Carnà</i> | |
| 3. A Descriptive Study of Emotional and Behavioral Problems of Children Staying in Institutional Homes | 207 |
| <i>Destemona Çelo e Edvaldo Begotaraj</i> | |
| 4. Costruzioni identitarie nelle scuole tra le due sponde del Mediterraneo | 215 |
| <i>Sara Mazzei</i> | |
| 5. Il ruolo dell’educazione scientifica e del settore spaziale nel processo di costruzione della società della conoscenza | 225 |
| <i>Rosa Tagliamonte</i> | |
| PARTE IV - INDIVIDUO E MUTAMENTO SOCIALE | |
| Individuo e mutamento sociale | 237 |
| <i>Gabriella D’Ambrosio</i> | |
| 1. L’indagine sui cambiamenti sociali ed economici alle soglie della modernità (1952-1955) | 241 |
| <i>Luca Adriani</i> | |
| 2. Analisi valutativa delle strategie di contrasto alla homelessness in Italia | 249 |
| <i>Elvira Celardi</i> | |
| 3. Assistenti sociali precari in un welfare precario. Esternalizzazione, doppia appartenenza e cortocircuito identitario | 259 |
| <i>Carmela Corleto</i> | |

4. Una nuova economia sostenibile. Sviluppo sociale o nuove forme di business? 267
Bianca Delli Poggi
5. Il benessere sessuale è un diritto? Processi culturali e giuridici sulla legittimazione identitaria delle figure professionali degli assistenti sessuali 277
Maria Giovanna Sciascia
6. Service Innovation and Value Co-Creation for a Sustainable System. Ageing population in Albania: Drivers for challenging future contexts 285
Shefqet Suparaku e Ervis Zeqiraj
7. Accoglienza in Famiglia: la socializzazione dell'incontro-scontro tra Io e Altro in Italia 297
Benedetta Turco
8. Esperimenti e simulazioni sociali per l'analisi dei modelli di trasmissione delle norme. Uno studio nel settore dei trasporti ferroviari 307
Margherita Vestoso

PARTE V - NUOVI SCENARI POLITICI

- Nuovi scenari politici: sfide e paradigmi di un sistema in trasformazione 319
Melissa Stolfi
1. *Sovereign and illiberal democracy. A comparison between Russia and Hungary* 323
Federico Delfino
 2. Quale popolo sovrano? Un confronto tra Jiirgen Habermas e John Rawls 331
Leonardo Fiorespino
 3. Riforma dello Stato sociale e integrazione europea: la svolta neoliberale del Pci/Pds 341
Mattia Gambilonghi
 4. Il populismo come fenomeno sociale 353
Dario Germani

| | |
|---|-----|
| 5. La percezione pubblica della storia e del patrimonio totalitario nell'Albania post-comunista <i>Ardit Metani</i> | 363 |
| 6. Prospettive Sociologiche sul Populismo. Verso una <i>review</i> sistematica della letteratura sociologica sul populismo <i>Daniele Panaroni</i> | 375 |
| 7. Teoria dell'opinione pubblica, tra il ruolo della mediazione e il valore del conflitto <i>Alessandro Perri</i> | 385 |
| 8. La misura delle nostre vite. Il capitalismo cognitivo nell'era dell'economia globale <i>Daniela Volpi</i> | 395 |
| PARTE VI - PIATTAFORME DIGITALI E NUOVE SOCIALITÀ | |
| Piattaforme digitali e nuove socialità <i>Marta Tedesco</i> | 407 |
| 1. L'amore ai tempi dell'e-dating. Uno studio di caso su Tinder come piattaforma tecnologica e catalizzatore di rappresentazioni sociali <i>Marco Antonutti, Elvira Celardi, Fabio Ciammella e Amine Khaddar</i> | 411 |
| 2. Developing a Theoretical Framework for Contemporary Feminist Activism: #MeToo as a Counter-public Sphere <i>Vittoria Bernardini</i> | 423 |
| 3. Digital Sociology: il passaggio dalla sociologia dei media alla sociologia attraverso i media <i>Michela Cavagnuolo</i> | 429 |
| 4. Analisi del caso Bowsette come primo trasmedia character co-creato bottom-up <i>Fabio Ciammella</i> | 439 |
| 5. <i>Disaster tweet</i> . Narrazioni e significati dell'alluvione delle Dolomiti bellunesi <i>Claudia Della Valle</i> | 449 |
| 6. Social Media Détournement. Pratiche artistiche e Networked Disruption <i>Carolina Farina</i> | 461 |

7. Big data e analisi del sentiment: proposta di una cassetta degli attrezzi per l'analisi delle recensioni 469
Ughetta Favazzi
8. Tutti dicono "I Love Series". Il ruolo centrale della serialità nell'evoluzione del mezzo TV 479
Grazia Quercia

9. Elezioni di medio termine? La campagna elettorale televisiva di Luigi Di Maio e Matteo Salvini per le Europee 2019

Simone Sallusti

Università degli Studi di Roma La Sapienza

simone.sallusti@uniroma1.it

Abstract: In seguito alla nascita del governo *giallo-verde*, l'obiettivo del contributo è quello di analizzare la campagna elettorale televisiva per le Elezioni Europee 2019 dei leader dei partiti di maggioranza, Luigi Di Maio e Matteo Salvini, al tempo entrambi ministri e *vicepremier*. La ricerca è stata condotta attraverso il monitoraggio di tutte le presenze dei leader in oggetto all'interno dei talk show d'approfondimento giornalistico, in onda nelle sette reti generaliste, da lunedì 29 aprile a venerdì 24 maggio 2019, analizzate tramite una scheda d'analisi del contenuto volta a rilevare l'agenda dei temi principali trattati in ciascuna puntata. L'ipotesi del presente contributo nasce dalla considerazione di come l'Europa rappresenti un tema "collaterale" nell'agenda politica dei due soggetti in campo, che in un contesto caratterizzato da una "campagna permanente", concentrano le loro energie nella riaffermazione del peso politico in ambito nazionale, favorendo un'interpretazione di queste elezioni europee come "elezioni di medio termine".

Keywords: elezioni europee 2019, Di Maio, Salvini, personalizzazione politica, talk show.

9.1. Introduzione

Analizzando la metamorfosi del governo rappresentativo, Manin (1997) introduce il concetto di *democrazia del pubblico*, che si afferma con lo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa grazie ai quali gli esponenti politici hanno l'occasione di rivolgersi agli elettori senza la mediazione del partito, favorendo quindi l'istituzionalizzazione della personalizzazione politica. Reinterpretando la tesi di Manin alla

luce dell'evoluzione dei sistemi politico, mediale e culturale del terzo millennio, Mancini (2015) individua i tratti salienti della *democrazia del pubblico* nella centralità dei mezzi di comunicazione di massa come strumenti per la socializzazione politica in sostituzione dei partiti, nella personalizzazione della politica, e nella capacità d'iniziativa del singolo attore politico, che agisce in autonomia rispetto al partito mobilitando i propri sostenitori. Secondo Campus (2016), la personalizzazione politica si afferma, da una parte, in seguito alla crisi delle tradizionali forme di rappresentanza svolte dai partiti di massa, e dall'altra, in relazione alla progressiva *mediatizzazione* della politica (Mazzoleni e Schulz 1999). In questo contesto, il leader si configura come il principale depositario delle aspettative e delle speranze dei cittadini, sostituendo quindi la tradizionale funzione mediatrice dei partiti. Testimone di una crescente focalizzazione dei fenomeni politici su attori individuali e di un parallelo ridimensionamento degli attori collettivi, la leadership personale si evidenzia dal fatto che a conquistare i media – e il dibattito pubblico in generale – sono attribuiti *prima individuali che politici*.

La situazione politica italiana, sin dagli anni Ottanta, è stata attraversata da differenti esperienze di leadership politica (Calise 2010; 2016). Nello scenario attuale, l'affermazione dei partiti che hanno contribuito al superamento di quella che viene definita Seconda Repubblica – su tutte il MoVimento 5 Stelle e la Lega di Matteo Salvini – hanno radicalizzato il fenomeno della personalizzazione politica.

In seguito al voto degli attivisti del settembre del 2017 per la selezione del candidato premier e capo politico per le Elezioni del 2018, nel MoVimento 5 Stelle si è affermata la leadership di Luigi Di Maio, figura politica moderata, rassicurante e governativa (Bordignon e Ceccarini 2013; Tronconi 2018). Con l'affidamento delle cariche di candidato e capo politico ad una stessa persona, i processi decisionali si sono progressivamente centralizzati (Biorcio e Natale 2018). Di Maio ha fortemente personalizzato la campagna elettorale per le Elezioni del 2018: un esempio è la proposta agli elettori della lista dei ministri per l'eventuale governo M5S, scavalcando quindi la tradizionale mediazione istituzionale.

Contemporaneamente, la Lega guidata da Matteo Salvini il 4 marzo 2018 ha raggiunto il suo massimo storico in termini elettorali, superando gli alleati del centro-destra. Con la leadership di Salvini la Lega si è trasformata pienamente in un partito nazionale, abbandonando la *missione* indipendentista padana delle origini (Albertazzi, Giovanni-

ni e Seddone 2018). Salvini, segretario della Lega dal 2013, ha portato avanti una duplice strategia: la prima, quella di assumere come riferimento ideologico i valori politici e culturali della destra populista europea; la seconda, si caratterizza per una forte valorizzazione della propria presenza nelle trasmissioni televisive, in linea con il “telepopulismo” introdotto da Berlusconi (Biorcio 2015).

9.2. Obiettivi e metodologia della ricerca

In seguito alla nascita del governo *giallo-verde* nel giugno del 2018, formato da M5S e Lega, i risultati elettorali a livello locale, come le Regionali in Abruzzo e in Sardegna nel 2019 favorevoli al centro-destra, seguiti dalle previsioni del sorpasso della Lega sul M5S, hanno rimesso in discussione la leadership di Di Maio, e rafforzato ulteriormente quella di Salvini.

Alla luce di queste considerazioni, l’obiettivo del contributo è quello di analizzare l’agenda dei temi discussi in campagna elettorale per le Elezioni Europee del 2019 dai leader dei partiti in quel momento al governo, con particolare attenzione alla contrapposizione tra il dibattito interno sulla maggioranza e le questioni riguardanti le Elezioni Europee. Per rispondere a questi obiettivi e individuare l’agenda televisiva dei due soggetti politici in questione, sono stati analizzati i temi trattati durante i talk show d’approfondimento giornalistico in onda nella televisione generalista in campagna elettorale, in cui sono stati presenti Salvini e Di Maio (da lunedì 29 aprile a venerdì 24 maggio 2019)¹, analizzati attraverso una scheda d’analisi del contenuto (Losito 1993). L’attenzione è stata rivolta ai talk show vista la loro vocazione all’approfondimento dei temi principali che caratterizzano il dibattito pubblico, in cui il legame tra la politica e le logiche dei media si fa più sinergico (Morcellini 1995; Ruggiero 2014).

9.2.1. Il corpus d’analisi. Le presenze dei leader nei talk show

Il monitoraggio dei talk show politici in onda nelle sette reti generaliste, in cui sono stati presenti Salvini e Di Maio nell’arco delle quattro settimane precedenti al voto, ha restituito un corpus d’analisi compo-

¹ Il lavoro rientra nell’ambito delle attività dell’Osservatorio Mediamonitor Politica, Sapienza Università di Roma.

sto da 42 episodi complessivi, e nello specifico: 4 episodi nella prima settimana, 9 episodi sia nella seconda che nella terza settimana, e addirittura 20 episodi nella settimana di chiusura della campagna elettorale. Rispetto alle singole partecipazioni, Di Maio risulta leggermente in vantaggio, con 23 presenze totali distribuite lungo le quattro settimane analizzate, rispetto alle 19 raggiunte da Salvini (tabella 1). Per entrambi, si registra un maggior coinvolgimento con il procedere della campagna elettorale. L'impegno maggiore viene riservato alla settimana conclusiva di campagna elettorale, con 10 presenze per ciascun leader.

| <i>I</i> | Di Maio | Salvini | TOT |
|----------------------|----------------|----------------|------------|
| I settimana | 3 | 1 | 4 |
| II settimana | 5 | 4 | 9 |
| III settimana | 5 | 4 | 9 |
| IV settimana | 10 | 10 | 20 |
| TOT | 23 | 19 | 42 |

Tab.1. Presenze nei talk show di Luigi Di Maio e Matteo Salvini (valori assoluti).

9.3. Discussioni

9.3.1. L'agenda televisiva di Luigi Di Maio

Nella prima settimana di campagna elettorale, Di Maio registra solo 3 presenze, in cui si concentra principalmente su una *issue* pura (Mazzoleni 1998) come lo scandalo che ha coinvolto l'esponente della Lega Armando Siri, indagato per corruzione, che durante la prima settimana di campagna elettorale era ancora membro del governo *giallo-verde*: in questo caso Di Maio sostiene la linea dura del MoVimento 5 Stelle che chiede l'esclusione dal governo di Siri, rinforzando la vocazione *anti-establishment* che ha permesso al M5S di intercettare la protesta politica di un'ampia fetta di elettorato nei confronti del sistema tradizionale dei partiti (Biorcio e Natale 2013; 2018). Tra i temi trattati in questa prima settimana si segnalano anche il focus sulle varie azioni politiche portate avanti dal governo *giallo-verde*, e le *issues* che riflettono la posizione politica e l'identità del M5S, come il dibattito d'attualità

sulla corruzione e il significato attribuito alle dimissioni di esponenti politici.

La seconda settimana di campagna elettorale si concentra invece sull'economia (taglio dei parlamentari e manovra economica da varare nell'autunno del 2019); sulla corruzione, con riferimento agli scandali che hanno coinvolto *in primis* la regione Lombardia; e soprattutto, le *issues* relative alle Elezioni Europee, che segnano la loro discesa in campo in questa seconda settimana, tra cui la *policy issue*² relativa alla proposta di un salario minimo europeo, a conferma dell'attenzione di Di Maio verso i temi del lavoro, e la *political issues* relativa ai futuri assetti del Parlamento Europeo. La terza settimana si focalizza maggiormente sulle tensioni interne al governo, in cui prende piede il timore per un possibile cambiamento politico della Lega, che secondo Di Maio si sta spostando sempre più verso destra, e sulla corruzione, a conferma dell'attenzione per la questione morale nell'agenda televisiva del leader del M5S.

La settimana conclusiva di campagna elettorale, in virtù del maggior numero di presenze televisive, è quella in cui Di Maio presenta un ventaglio più ampio argomenti. I temi maggiori che caratterizzano la parte finale della campagna elettorale ribadiscono la centralità del dibattito sullo scontro interno al governo *giallo-verde*, di fatto una costante nell'agenda televisiva di Di Maio, intenzionato a porre in essere il legame *contrattualistico* che unisce M5S e Lega, e non la condivisione di valori politici. A seguire l'economia, con l'attenzione alle politiche di crescita economica e al sostegno al ceto medio, e le Elezioni Europee. Nello specifico, Di Maio ribadisce il ruolo che ricoprirà il MoVimento 5 Stelle nel Parlamento Europeo, alternativo alle forze tradizionali che hanno governato fino a quel momento, rinnovando la protesta nei confronti delle passate politiche di austerità, entrambe tematiche che confermano la collocazione politica anti-sistema del M5S. Riveste un ruolo significativo anche il tema dell'immigrazione, che Di Maio utilizza come innesco per attivare una critica nei confronti delle istituzioni europee a proposito delle politiche sulla redistribuzione dei flussi migratori.

² Le quattro categorie di *issues* individuate da Patterson (1980) sono: *political issues*, *policy issues*, *personal issues* e *campaign issues*.

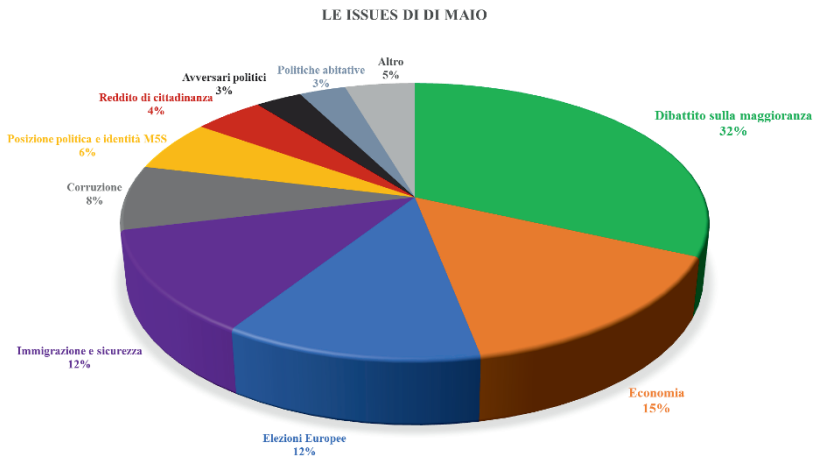


Fig. 1. L'agenda televisiva di Di Maio relativa alle quattro settimane di campagna elettorale (valori percentuali).

Il grafico 1 mostra la ripartizione delle *issues* trattate da Di Maio nell'intero periodo di campagna elettorale preso in esame, da cui emerge l'intera agenda televisiva del leader del M5S. L'insieme dei temi che ruotano intorno al governo giallo-verde, ricondotti nella categoria *Dibattito sulla maggioranza*³, occupano la porzione più ampia dell'agenda televisiva di Di Maio (32%). Gli argomenti principali che vi rientrano sono, in primis, le tensioni interne al governo, che ne hanno accompagnato gran parte del dibattito politico fin dalla nascita, sottolineando, sia la tendenza di Di Maio a stressare il conflitto tra M5S e Lega negli ambienti della telepolitica, sia una sorta di auto-referenzialità del governo *giallo-verde* all'interno della campagna elettorale per le Elezioni Europee che, alla luce della vicinanza temporale dalla formazione del governo e del riequilibrio dei suoi assetti interni, si pongono come *elezioni di medio termine*. Sempre all'interno del *Dibattito sulla maggioranza* troviamo un altro elemento di conflitto con la Lega, come il caso Siri, indagato per corruzione e fuoriuscito dal governo nel maggio del 2019; infine, si segnalano le *policy issues* legate alle azioni e alle politiche messe in atto dal governo. L'*Economia* risulta il secondo tema più trattato, seguita dalle *issues* relative alle *Elezioni Europee*, che nonostante la cen-

³ Per entrambi i leader le categorie tematiche complessive delle 4 settimane (grafici 1 e 2) saranno riportate in corsivo.

tralità del dibattito politico nazionale riescono a trovare una posizione significativa nell'agenda televisiva di Luigi Di Maio, sia in chiave economica, come la proposta del salario minimo europeo, sia rispetto alla posizione politica che il M5S ricoprirà all'interno del futuro Parlamento Europeo.

9.3.2. L'agenda televisiva di Matteo Salvini

La campagna elettorale televisiva di Matteo Salvini inizia a ritmi bassi, con una sola presenza nella prima settimana. Già a partire dalla seconda settimana, l'attenzione del leader della Lega si focalizza su immigrazione e sicurezza, con attenzione alla lotta alla criminalità organizzata e alla preparazione del decreto sicurezza. In questa seconda settimana un ruolo di primo piano è rivestito dall'economia, che viene trattata da Salvini in una duplice prospettiva: la critica alle politiche di austerità adottate negli anni precedenti dalle istituzioni europee, e la necessità di votare Lega per imprimere una svolta all'economia in chiave comunitaria, chiarendo come il voto non avrà ricadute sulle dinamiche nazionali.

La terza settimana si focalizza sulle Elezioni Europee e nuovamente su immigrazione e sicurezza: nel primo caso, Salvini ripropone la critica nei confronti delle politiche economiche e sociali messe in atto dalle istituzioni UE negli anni precedenti, rimarcando il proprio dissenso verso l'establishment politico europeo, in linea con una sorta di promessa di cambiamento portata avanti dai partiti politici populistici europei. Per quanto riguarda il dibattito su immigrazione e sicurezza, Salvini tende a sottolineare i risultati del contrasto all'immigrazione clandestina ottenuti dall'insediamento del governo *giallo-verde*, con focus specifico sul suo ruolo di Ministro dell'Interno, evidenziando il legame continuo tra la funzione istituzionale ricoperta nell'esecutivo e quella di leader di partito nella conduzione della campagna elettorale, in misura maggiore rispetto a Di Maio.

Nonostante l'impegno raddoppiato in termini di presenze, nell'ultima settimana in analisi Salvini si concentra principalmente sulle *issues* portanti di tutta la campagna elettorale. Sulla scia delle settimane precedenti, i temi principali sono rappresentati da immigrazione e sicurezza e dalle Elezioni Europee. Sui temi relativi al voto del 26 maggio, Salvini tende a rivolgersi direttamente agli elettori, chiedendo il voto per poter rappresentare il cambiamento rispetto alle tradizionali

forze politiche europee, presentando la Lega come il *segno del cambiamento* all'interno del Parlamento Europeo, per intercettare il malessere di ampi strati della popolazione danneggiata dagli *effetti collaterali* della globalizzazione e dalle politiche di austerità. Rispetto all'immigrazione e alla sicurezza, Salvini insiste sulla lotta all'immigrazione clandestina, sulla difesa dei confini, italiani ed europei e sulla lotta contro la criminalità organizzata colpevole del traffico di essere umani. L'economia si conferma tra i temi maggiori, e si affaccia in maniera significativa, proprio sul concludersi della campagna elettorale, il dibattito sui temi relativi al governo *giallo-verde*, con riferimento alle tensioni interne alla maggioranza e alle azioni portate avanti dal governo.

Come si evince dal grafico 2 relativo all'agenda televisiva di Salvini complessiva di tutte e 4 le settimane di campagna elettorale monitorate, si registra un macro-tema che occupa circa un terzo dell'agenda televisiva, ovvero *Immigrazione e sicurezza* (29%), in continuità con la campagna elettorale della Lega per le Elezioni Politiche del 2018 (Ruggiero e Sallusti 2018), e con un denominatore delle quattro settimane analizzate. Allo stesso tempo, si registra un bilanciamento significativo tra le *issues* *Elezioni Europee* e *Dibattito sulla maggioranza*. Questo dato dimostra una decisa attenzione di Salvini verso il voto europeo, con la Lega che si presenta come il soggetto politico del *cambiamento*, contrario all'*establishment* che impedisce una piena sovranità nazionale.

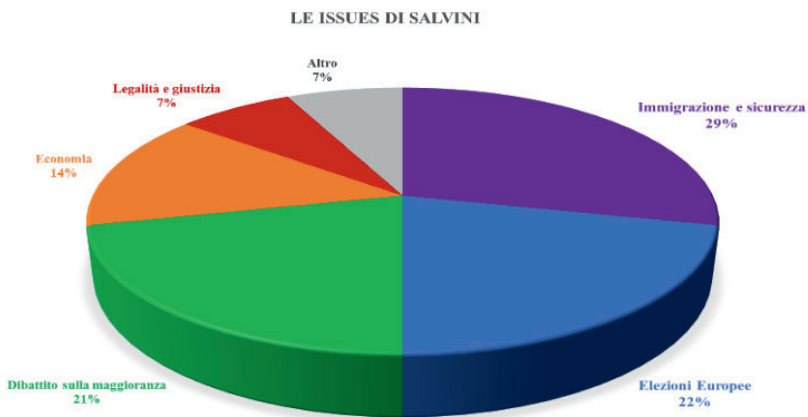


Fig. 2. L'agenda televisiva di Salvini relativa alle quattro settimane di campagna elettorale (valori percentuali).

Contemporaneamente, questa attenzione nei confronti delle Elezioni Europee potrebbe essere figlia dei risultati vincenti ottenuti nelle elezioni locali del 2019, e dei sondaggi che vedrebbero la Lega superare l'alleato di governo, il M5S. A tal proposito, la strategia potrebbe essere quella di concentrare l'attenzione dei cittadini nei confronti del voto europeo con l'obiettivo di compiere il sorpasso sul M5S e quindi valorizzare la posizione politica nazionale della Lega già nelle fasi immediatamente successive al voto, limitando il rischio di addentrarsi in dibattiti interni.

9.4. Conclusioni

Dallo studio delle agende televisive dei leader di M5S e Lega emergono differenze significative. Luigi Di Maio concentra la maggior parte della sua campagna elettorale verso le *political issues* che chiamano in causa il dibattito interno alla maggioranza, che si focalizza principalmente sulle tensioni e sui conflitti che attraversano il governo *giallo-verde* sin dalla sua nascita. Questo dato sottolinea una certa auto-referenzialità della discussione politica nazionale rispetto alle *campaign issues* e alle *policy issues* relative alle Elezioni Europee. Alla luce dei risultati elettorali, che hanno visto un calo del M5S rispetto alle elezioni del 2018, l'attenzione verso il dibattito politico interno al governo potrebbe aver rappresentato un limite comunicativo per Di Maio, per la prima volta ad una tornata elettorale come leader di governo, senza una proposta politica riconoscibile.

Al contrario, Salvini insiste sul tema della sicurezza, con particolare attenzione al contrasto all'immigrazione clandestina e alla difesa dei confini nazionali; contemporaneamente, Salvini tratta le Elezioni Europee attraverso l'attacco alle forze politiche tradizionali dell'Unione per quanto riguarda le politiche migratorie e l'economia, con l'obiettivo di intercettare le proteste popolari contro le politiche imposte dall'UE. L'agenda televisiva del segretario della Lega quindi si posiziona in linea con la retorica della destra populiste europee, impegnate su vari fronti tra i quali la lotta contro le politiche di austerità, l'immigrazione clandestina, il sostegno alla sovranità nazionale.

In conclusione, Salvini in questa campagna elettorale potrebbe essere inquadrato come leader *outsider* (Campus 2016): nonostante la propria figura politica consolidata, il segretario della Lega si identifica come "estraneo", e avversario, rispetto a quello che può essere defini-

to come gruppo dominante, ovvero l'establishment politico europeo. Nello specifico, Salvini presenta tratti in linea con l'*outsider tattico* (King 2002), ruolo che gli consente di ottenere indubbi vantaggi politici nello sfidare lo *status quo*, pur non presentando le caratteristiche sociodemografiche di un outsider. Allo stesso tempo, l'elemento di contrasto nei confronti delle istituzioni europee nell'agenda televisiva di Di Maio risulta inferiore rispetto al dibattito politico nazionale, in controtendenza con la storica vocazione anti-establishment che ha caratterizzato il crescente consenso elettorale del MoVimento 5 Stelle a partire dal 2013.

Bibliografia

- ALBERTAZZI, D., GIOVANNINI, A., SEDDONE, A., 'No regionalism please, we are Leghisti!' The transformation of the Italian Lega Nord under the leadership of Matteo Salvini, in "Regional and Federal Studies", 28, 2018, pp. 645-671.
- BIORCIO, R., *Il populismo nella politica italiana. Da Bossi a Berlusconi, da Grillo a Renzi*, Milano-Udine, Mimesis, 2015.
- BIORCIO, R., NATALE, P., *Politica a 5 stelle. Idee, storia e strategie del movimento di Grillo*, Milano, Feltrinelli, 2013.
- BIORCIO, R., NATALE, P., *Il Movimento 5 Stelle: dalla protesta al governo*, Milano-Udine, Mimesis, 018.
- BORDIGNON, F., CECCARINI, L., Five stars and a cricket. Beppe Grillo shakes Italian politics, in "South European Society and Politics", 18 (4), 2013, pp. 427-449.
- CALISE, M., *Il Partito personale. I due corpi del leader*, Roma-Bari, Laterza, 2010.
- CALISE, M., *La democrazia del leader*, Roma-Bari, Laterza, 2016.
- CAMPUS, D., *Lo stile del leader. Decidere e comunicare nelle democrazie contemporanee*, Bologna, il Mulino, 2016.
- CHIARAMONTE, A., EMANUELE, V., MAGGINI, N., PAPARO, A., Populist Success in a Hung Parliament: The 2018 General Election in Italy, in "South European Society and Politics", 23, 2018, pp. 479-501.
- HELMS, R., *Introduction: the importance of studying political leadership comparatively*, Houndmills, Palgrave Macmillan, 2012.
- KING, A., The Outsider as Political Leader: The Case of Margaret Thatcher, in "British Journal of Political Science", 32(3), 2002, pp. 435-454.
- KRIESI, H., GRANDE, E., DOLEZAL, M., HELBLING, M., HÖGLINGER, D., HUTTER, S., WÜEST, B., *Political conflict in western Europe*, Cambridge, Cambridge University Press, 2012.
- LOSITO, G., *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*, Milano, FrancoAngeli, 1993.
- MANCINI, P., *Il Post partito. La fine delle grandi narrazioni*, Bologna, il Mulino, 2015.
- MANIN, B., *The principles of representative government*, New York, Cambridge University Press, 1997 (trad.it., *Principi del governo rappresentativo*, Bologna, il Mulino, 2010).
- MAZZOLENI, G., *La comunicazione politica*, Bologna, il Mulino, 1998.
- MAZZOLENI, G., SCHULZ, W., Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?, in "Political Communication", 16(3), 1999, pp. 247-261.

- MORCELLINI, M. (cur), *Elezioni di Tv. Televisione e pubblico nella campagna elettorale '94*, Genova, Costa&Nolan, 1995.
- PATTERSON, T.E., *The mass media election. How the americans choose their president*, New York, Praeger, 1980.
- PEZZINI, I., *La Tv delle parole. Grammatica del talk show*, Roma, Rai-Eri, 1999.
- PROSPERO, M., *Il partito politico. Teorie e modelli*, Roma, Carocci, 2012.
- RUGGIERO, C., *La macchina della parola. Struttura, interazione, narrazione nel talk show*, Milano, FrancoAngeli, 2014.
- RUGGIERO, C., SALLUSTI, S., *Italian Golden Age of Populism: an Analysis of Movimento 5 Stelle and Lega TV Agenda in 2018 General Elections*, in R. Dorczak, R. Lenart-Gansiniec, C. Ruggiero, A. Icbay Mehmet (curr.), *Research and development on social sciences*, Kraków, Institute of Public Affairs Jagiellonian University, 2018.
- STATERA, G., *La politica spettacolo: politici e mass media nell'era dell'immagine*, Milano, Mondadori, 1986.
- STATERA, G., *Il caso Craxi: immagine di un presidente*, Milano, Mondadori, 1987.
- TARCHI, M., *Voters without a Party: The "Long Decade" of the Italian Centre-Right and its Uncertain Future*, in "South European Society and Politics", 23(1), 2018, pp. 147-162.
- TRONCONI, F., *The Italian Five Star Movement during the crisis: towards normalisation?*, in "South European Society and Politics", 23(1), 2018, pp. 163-180.

COLLANA MATERIALI E DOCUMENTI

Per informazioni sui precedenti volumi in collana, consultare il sito:
www.editricesapienza.it

40. Progettare nei territori delle storture
Sperimentazioni e progetti per aree fragili
Daniela De Leo
41. Le sinistre italiane e il conflitto arabo-israelo-palestinese
1948-1973
Claudio Brillanti
42. Basilea 3 e shock sistemici
a cura di Nicola Boccella e Azzurra Rinaldi
43. La responsabilità dell'ente da reato nel sistema generale degli illeciti
e delle sanzioni anche in una comparazione con i sistemi sudamericani
In memoria di Giuliano Vassalli
a cura di Antonio Fiorella, Alfredo Gaito, Anna Salvina Valenzano
44. Abu Tbeirah Excavations I. Area 1
Last Phase and Building A – Phase 1
edited by Licia Romano and Franco D'Agostino
45. ANCRiSST 2019 Procedia
14th International Workshop on Advanced Smart Materials
and Smart Structures Technology
edited by Vincenzo Gattulli, Oreste Bursi, Daniele Zonta
46. L'Europa della crisi
a cura di Maria Cristina Marchetti
47. Geometria e progetto
Ipotesi di riuso per il palazzo Vernazza a Castri
Alessandra Capanna, Giampiero Mele
48. Politica e azione pubblica nell'epoca della depoliticizzazione
Attori, pratiche e istituzioni
a cura di Ernesto d'Albergo e Giulio Moini
49. CNDSS 2018
Atti della III Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi
in Scienze Sociali
13-14 Settembre 2018
*a cura di Giovanni Brancato, Gabriella D'Ambrosio, Erika De Marchis, Edoardo
Esposito, Cecilia Ficcadenti, Raffaella Gallo, Francesca Grivet Talocia, Melissa
Stolfi, Marta Tedesco, Andrea Vaccaro*

50. Spazi e tempi della fede
Spunti per una geopolitica delle religioni
a cura di Alessandro Guerra e Matteo Marconi
51. Gertrude Stein in *T/tempo*
Declinazioni temporali nell'opera steiniana
Marina Morbiducci
52. Regione Lazio. Un nuovo turismo per il Litorale Nord
Manuale per promuovere la trasposizione del sapere
Massimo Castellano e Armando Montanari
53. Psycho-pedagogical research in a Double-degree programme
edited by Guido Benvenuto and Maria Serena Veggetti
54. DiAP nel mondo | DiAP in the world
International Vision | Visioni internazionali
edited by Orazio Carpenzano, Roberto A. Cherubini, Anna Irene Del Monaco
55. Latium Region. A new tourism for the Litorale Nord area
Guide to promote the transfer of knowledge
Massimo Castellano and Armando Montanari
56. Il nuovo mondo rivoluzionario
Per una storia delle società politiche in Italia durante il Triennio (1796-1799)
Alessandro Guerra
57. Studi sull'architettura del Duomo di Orvieto
a cura di Piero Cimbolli Spagnesi
58. Arte e tecnica dei ponti romani in pietra
a cura di Carlo Inglese e Leonardo Paris
59. Università e nuove forme di valutazione
Strategie individuali, produzione scientifica, effetti istituzionali
Simona Colarusso e Orazio Giancola
60. CNDSS 2019
Atti della IV Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi
in Scienze Sociali
*a cura di Giovanni Brancato, Gabriella D'Ambrosio, Erika De Marchis,
Raffaella Gallo, Melissa Stolfi, Marta Tedesco*

CNDSS 2019 è la “IV Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali” che, per il secondo anno consecutivo, si è svolta presso la Sapienza Università di Roma (5-6 settembre 2019).

Realizzata grazie al sostegno del Dottorato in “Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing” del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRiS), la quarta edizione della conferenza ha rappresentato uno spazio di dibattito su esperienze di ricerca e di confronto su approcci teorici e metodologici per giovani dottorandi e neodottori di ricerca nel campo delle scienze sociali provenienti da diversi Atenei italiani.

In particolare, i lavori presentati nel corso di CNDSS 2019 hanno toccato ambiti di studio e di ricerca di assoluta rilevanza per gli studiosi delle scienze sociali, come ad esempio la comunicazione, i media e il giornalismo, la criminalità e la devianza, l’educazione e le politiche formative, l’identità e i processi culturali, l’individuo e i mutamenti sociali, i metodi e le tecniche della ricerca sociale e i nuovi scenari politici.

Giovanni Brancato, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

Gabriella D’Ambrosio, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

Erika De Marchis, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

Raffaella Gallo, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

Melissa Stolfi, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

Marta Tedesco, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale.

ISBN 978-88-9377-155-9



9 788893 771559

