



Ufficio di statistica  
Stabile Torretta  
CH-6501 Bellinzona

Tel. +41 (0)91 814 64 16  
Fax +41 (0)91 814 64 19

dfe-ustat.cds@ti.ch  
www.ti.ch/ustat

## Segnalazione: I risultati in sintesi

# Personalizzare la politica. Le elezioni cantonali ticinesi del 2007

con contributi di Oscar Mazzoleni, Andrea Pilotti, Andrea Plata, Hervé Rayner e Mauro Stanga

**E' uscito l'ultimo volume della collana "Aspetti statistici", curato dall'Osservatorio della vita politica dell'Ufficio di statistica**

La personalizzazione della sfera elettorale è un fenomeno composito, che investe le strategie dei partiti e dei candidati, la copertura mediatica, il sistema elettorale, il voto e le percezioni soggettive dei cittadini. In questo studio, che si è avvalso di numerose inchieste e basi dati, ci siamo concentrati sulle elezioni cantonali ticinesi. In questo ambito, la personalizzazione elettorale non è un fenomeno nuovo, ma ampiamente diffuso fin dagli anni '20 del secolo scorso. Questa diffusione è riconducibile soprattutto alla possibilità di attribuire voti di preferenza (voti di preferenza interna e panachage).

La pratica del voto di preferenza si è tuttavia accentuata nel corso degli ultimi venticinque anni, in concomitanza con importanti mutamenti del panorama mediatico (la chiusura dei quotidiani di partito; la crescente copertura televisiva; l'avvento di internet ecc).

Una nuova tappa nella crescita di importanza del voto di preferenza l'abbiamo avuta nelle elezioni cantonali del 1. aprile 2007, quando è stata introdotta la possibilità di votare dei candidati senza scegliere una lista di partito (scheda senza intestazione), adottata in buona parte da elettori (il 14,7% per il Consiglio di Stato e il 17,1% per il Gran Consiglio) che secondo una inchiesta d'opinione postelektorale sono soprattutto mossi da atteggiamenti di disaffezione e di protesta verso i partiti. Tuttavia, il voto di preferenza non sempre è solo espressione di un contrasto verso i partiti: non pochi sono gli elettori (oltre ¼ dei votan-

ti, per le elezioni del Gran Consiglio del 2007) che hanno attribuito voti di preferenza solo a candidati della lista cui hanno intestato la scheda, rivelando forme di personalizzazione funzionale al sistema dei partiti. Nell'optare per il voto di preferenza, i votanti sono spinti soprattutto da una valutazione sulla competenza del politico e sul fatto di conoscerlo personalmente.

Secondo un'analisi sistematica dei tre quotidiani ticinesi avvenuta nelle settimane precedenti le elezioni cantonali, queste testate non hanno, nel complesso, dato più spazio ai singoli candidati rispetto ai partiti. Nel contempo, soprattutto nella campagna per l'elezione del Consiglio di Stato, i mezzi di informazione, assieme ai partiti e ai candidati, hanno contribuito a dare una forte rilevanza alla personalizzazione elettorale. In particolare, sono emerse rilevanti differenze nella visibilità mediatica di alcuni candidati rispetto ad altri; ciò anche in relazione alle intense campagne e alla polarizzazione interna ad alcune liste elettorali.

Nei discorsi veicolati dagli attori politici e mediatici, abbiamo inoltre appurato come il tema della personalizzazione sia usato come un mezzo per imporre un "nuovo" modo di fare politica (sganciata dal "peso" dei partiti) oppure come lo stesso fenomeno venga additato come "deriva", "esasperazione" della campagna. Ciò vale nella rappresentazione della competizione intrapartitica, nella propensione ad includere aspetti della sfera privata nel gioco politico, negli attacchi "personalizzati", nel modo di vedere il rapporto fra cittadini e partiti. Lo studio mostra come i processi di personalizzazione elettorale siano il frutto dell'azione di una miriade di interlocutori, logiche e tecniche, che tendono a dare un rilievo particolare al fenomeno.



Per indagare i diversi aspetti, la ricerca si è avvalsa di dati dell'Osservatorio della vita politica (Ustat). Fra i principali occorre annoverare: i risultati ufficiali delle elezioni organizzati in un'apposita banca dati storica, un'inchiesta di opinione presso gli elettori, due indagini presso i candidati alle elezioni cantonali, basi dati sugli annunci pubblicitari, sugli eventi aggregativi (comizi ecc.), sulla copertura mediatica dell'ultima campagna elettorale, in particolare, ma non solo, da parte dei tre quotidiani di opinione ticinesi. ■