

MINISTERO DELL'UNIVERSITÀ E DELLA RICERCA
PROGRAMMI DI RICERCA - ANNO 2006

COMPITI E SUDDIVISIONE FONDI TRA LE UNITÀ DI RICERCA
prot. 2006148322

Coordinatore Scientifico	Marco TARCHI
Ateneo	Università degli Studi di FIRENZE
Titolo della Ricerca	Osservatorio italiano sulle trasformazioni dei partiti politici.
Finanziamento assegnato	Euro 81.500
Durata	24 Mesi

Obiettivo della Ricerca

Disporre di un Osservatorio permanente volto a monitorare le trasformazioni che i partiti politici stanno affrontando a partire dagli anni Novanta è un passo indispensabile sul cammino della ricerca scientifica. I partiti hanno dovuto infatti adeguarsi ad un nuovo contesto e reagire a sfide che mettevano in discussione le linee strategiche, organizzative e culturali che li avevano sino a quel momento guidati. L'adeguamento è avvenuto soprattutto lungo due direttrici: la revisione del rapporto fra il partito e i suoi leaders, che ha dato a questi ultimi una maggiore libertà di manovra e di decisione, ridimensionando peso e funzioni degli apparati gerarchici e burocratici, e il ricorso più ampio e coordinato alla comunicazione massmediale, la cui professionalizzazione ha innescato la risorsa, ormai cruciale, della consulenza politica.

Questo progetto intende analizzare tale fenomeno nei vari ambiti in cui si manifesta: l'organizzazione, la cultura politica, la strategia, la comunicazione, la professionalizzazione. L'Osservatorio considererà il cambiamento dei partiti in una prospettiva comparata generale, privilegiando però il caso italiano. Un'apposita indagine sui modi in cui le trasformazioni dei partiti politici stanno avvenendo in altri paesi del Sud Europa servirà da momento di verifica, integrazione e correzione delle ipotesi che nasceranno dallo studio dei partiti italiani.

Sotto il profilo organizzativo, si vuole capire se si stia andando verso una diffusione ulteriore del modello del "partito personale", e se a questa tendenza si accompagni in tutti i casi un alleggerimento della struttura territoriale, fatta di militanti e sedi. Ci si domanda quindi quale sia attualmente il ruolo degli iscritti dei partiti.

Nel caso italiano, è poi importante individuare e interpretare il grado di "elettoralizzazione" dell'organizzazione partitica determinato dalla riforma elettorale del 1993 e le conseguenze del ritorno ad un sistema prevalentemente proporzionale (riforma elettorale del 2005).

Riguardo alla strategia dei partiti più o meno "leggeri", "personalizzati" e "cartellizzati" oggi presenti in Italia, ci si propone di verificare se e in che misura (a livello di élite e di elettorati) si siano formate identità di coalizione destinate a succedere alle identità di partito. Si segnalano in proposito i processi di integrazione politica ed organizzativa che interessano i maggiori partiti italiani e che potrebbero sfociare in nuove forze politiche.

In materia di cultura politica, è inutile spendere molte parole sulla necessità di capire, da un lato, a quali valori facciano oggi riferimento, nella loro azione pubblica, i partiti e i loro dirigenti e, dall'altro, quali siano le convinzioni e le preferenze che caratterizzano i loro iscritti e quadri intermedi. Se infatti negli ultimi anni si sono raccolti dati sufficienti per formulare ipotesi plausibili sugli atteggiamenti dei rispettivi elettori, poco si sa sui simpatizzanti più attivi, il cui peso sulle decisioni dei vertici appare, almeno per una maggioranza dei partiti, ancora significativo, quantomeno come fattore di rallentamento o di ostacolo a cambiamenti di linee politiche e programmi.

Oltre a queste dimensioni della trasformazione, il progetto si propone indagarne un'altra, non meno rilevante: la comunicazione, che verrà analizzata sia nei suoi caratteri generali, sia nella più specifica ottica delle connessioni con la crescita della consulenza politica e, più in generale, della professionalizzazione dei partiti.

Per delineare gli obiettivi da perseguire in questo campo, il progetto parte dalla constatazione che i partiti sono entrati nell'arena della comunicazione politica non come primi portatori di un rinnovamento del processo comunicativo, ma come forzati interpreti di una spettacolarizzazione che all'inizio hanno forse più subito che attivamente recepito. Come è stato rilevato dagli studi condotti in questo settore, l'adattamento alla logica dei media è avvenuto sia in modo attivo, quando i partiti, rinunciando ai vecchi criteri comunicativi, hanno accettato i vincoli che la televisione e il linguaggio del marketing imponevano loro, sia in modo passivo, per il solo fatto che i messaggi elettorali sono ormai filtrati e riproposti secondo le esigenze dei media. Ci si può, e ci si deve, oggi chiedere quanto si dovrà attendere prima che i partiti diventino gestori e registi, e non più semplici attori, delle nuove dinamiche di comunicazione. La risposta a questo interrogativo può venire solo analizzato simultaneamente i tre aspetti - interno, esterno e tecnologico - della sfida che essi devono oggi fronteggiare.

Attraverso interviste a dirigenti e funzionari, ricognizioni di archivi sia privati che pubblici, consultazione di fonti a stampa e siti internet, raccolta di statuti e regolamenti, ecc., la ricerca mirerà a cogliere le innovazioni organizzative più rilevanti: caratteristiche degli iscritti e modalità del loro reclutamento; consistenza e funzioni delle strutture territoriali, degli organi direttivi e dello staff burocratico; articolazione della presenza del partito nelle istituzioni e l'entità delle connesse risorse; presenza di associazioni di collegamento con la società; esistenza e funzionamento di strutture delegate alla raccolta di fondi e alla gestione dei finanziamenti statali.

Per analizzare il cambiamento della cultura politica, da un lato si raccoglieranno la stampa, i materiali pubblicitari, i programmi elettorali dei partiti e se ne consulteranno i siti internet. Dall'altro, proseguendo un lavoro già intrapreso nell'ultimo anno nel quadro di una precedente ricerca, saranno distribuiti ai delegati dei congressi nazionali e agli eletti dei partiti italiani nel parlamento e negli enti locali questionari appositamente elaborati.

Nel campo della comunicazione, si analizzeranno i canali attraverso i quali il partito comunica - all'interno e all'esterno - messaggi, prese di posizione e direttive, e si studieranno le tecniche che il partito adotta al fine di promuovere l'immagine preferita di se stesso e dei suoi candidati, dirigenti e rappresentanti esterni. Una particolare attenzione sarà rivolta allo staff specialistico di

professionisti della comunicazione (sondaggisti, spin doctors, consulenti di immagine, esperti telematici, portavoce, addetti alle relazioni pubbliche, ecc.), di cui si intende tracciare una mappa complessiva e dettagliata sul piano nazionale. I materiali raccolti nel corso della ricerca saranno schedati, classificati, divisi in settori specifici e ordinati nell'archivio dell'Osservatorio. I dati saranno trattati sistematicamente dai membri dell'unità di ricerca, per cogliere i "nodi" della trasformazione in corso, in un quadro comparato esteso al Sud Europa.

Innovazione rispetto allo stato dell'arte nel campo

Monitorare le trasformazioni in atto nei partiti italiani attraverso una accurata ricognizione scientifica basata su rigorosi criteri metodologici è un passo indispensabile per comprendere gli sviluppi complessivi del sistema politico italiano nell'attuale fase e prevederne ragionevolmente gli esiti nel prossimo futuro. I partiti italiani hanno dovuto infatti adeguarsi a un nuovo contesto e reagire a sfide che mettevano in discussione le linee di azione che li avevano in precedenza guidati. L'adeguamento è avvenuto soprattutto lungo due direttrici: la revisione del rapporto fra il partito e i suoi leaders, che ha dato a questi ultimi una maggiore libertà di manovra e di decisione, ridimensionando peso e funzioni degli apparati gerarchici e burocratici, e il ricorso più ampio e coordinato alla comunicazione massmediale, la cui professionalizzazione ha condotto ad un diffuso utilizzo delle tecniche di marketing politico-elettorale e conseguentemente ha innescato la risorsa, ormai cruciale, della consulenza politica. La ricerca condotta dall'Osservatorio italiano sulla trasformazione dei partiti politici, proseguendo l'opera già svolta nell'ambito di due progetti PRIN (2002 e 2004) facenti capo alle stesse Unità di ricerca, analizzerà tale fenomeno in vari ambiti: organizzazione, cultura politica, strategia, comunicazione, azione dei consulenti politici. Le trasformazioni più recenti inducono a una riconsiderazione complessiva degli studi classici prodotti dalla letteratura scientifica sui partiti. Nei primi decenni del secondo dopoguerra, le ricerche comparate si sono limitate a delineare i caratteri essenziali della cultura politica e delle strutture di radicamento territoriale dei maggiori partiti di massa, dando per scontato il "congelamento" organizzativo e strategico dei partiti. Per quanto riguarda l'Italia, si è dovuta attendere la crisi degli anni Novanta, che ha causato la scomparsa o il profondo cambiamento dei principali attori del sistema partitico, per leggere analisi sull'evoluzione di alcuni singoli soggetti politici e riflessioni più generali sulla nascita di nuovi tipi di partito. Gli approcci prevalenti hanno spinto ad interpretare il cambiamento dei partiti italiani come una mera risposta a stimoli esterni, interpretati e tradotti in modifiche strutturali, culturali e strategiche. La ricognizione condotta in precedenza dal presente gruppo di ricerca ha consentito di raccogliere già, sul piano empirico, una serie di dati significativi ai fini della individuazione dei fattori cruciali dei cambiamenti in atto nei tre ambiti che costituivano oggetto della ricerca citata. Tali dati confermano la validità delle ipotesi da cui la ricerca è partita e nel contempo impongono la necessità di proseguire l'indagine empirica per poter completare l'analisi avviata, la cui complessità richiede inevitabilmente un'estensione temporale più ampia. Sempre più complesso, d'altra parte, risulta il quadro d'insieme dell'indagine, dato che emergono con evidenza altre due dimensioni significative del cambiamento dei partiti: la personalizzazione e il ricorso ormai sistematico alle risorse della comunicazione, del marketing e della consulenza politica. Per proseguire la ricerca avviata, analizzarne sistematicamente i risultati e ampliare la raccolta dei dati relativi, l'Osservatorio si avvarrà di un archivio, ormai in fase di avanzata costituzione, che documenterà, per ogni partito italiano, le varie dimensioni delle trasformazioni affrontate nell'ultimo decennio; effettuerà sistematiche rilevazioni in occasione dei congressi nazionali e svolgerà ricerche attraverso una molteplicità di strumenti (questionari postali ai rappresentanti eletti, interviste in profondità ai dirigenti, monitoraggio dei siti internet, analisi di specifici aspetti delle campagne elettorali). Dalla ricerca ci si attende, pertanto, una verifica empiricamente fondata - in una prospettiva comparata allargata agli altri paesi del Sud Europa - della possibilità di applicazione al caso italiano delle ipotesi formulate sul processo di elaborazione di nuovi modelli di partito ("cartel party", "partito personale", "partito leggero"). Si mirerà a cogliere le innovazioni organizzative più rilevanti: caratteristiche degli iscritti e modalità del loro reclutamento; consistenza e funzioni delle strutture territoriali, degli organi direttivi e dello staff burocratico; articolazione della presenza del partito nelle istituzioni ed entità delle connesse risorse; presenza di associazioni di collegamento con la società; esistenza e funzionamento di strutture delegate alla raccolta di fondi e alla gestione dei finanziamenti statali.

Criteri di verificabilità

1) La prima fase della ricerca affronterà i temi della comunicazione e della consulenza politica, esaminando il modo in cui i partiti italiani propongono alla pubblica opinione le idee, i programmi e le linee di azione politica che li caratterizzano. In questa prospettiva sarà privilegiata la ricognizione sull'uso dei più moderni strumenti comunicativi a disposizione di ciascun partito, con l'obiettivo di produrre una radiografia aggiornata delle nuove professioni connesse alla funzione di consulenza politica e di verificare in quale misura e secondo quali criteri lo svolgimento di tale funzione comporta un ricorso a staff professionalizzati, consulenti free-lance o agenzie.

Si redigerà di conseguenza un inventario della stampa, dei siti internet, degli strumenti di propaganda e dei canali di contatto con i mass media a disposizione di ogni singolo partito analizzato, anche allo scopo di predisporre la raccolta dei materiali che verranno inclusi nell'apposita sezione dell'archivio dell'Osservatorio. Si farà lo stesso, attraverso una serie articolata e programmata di incontri e interviste personali, sul versante della definizione di una mappa dei consulenti politici italiani, individuandone le specifiche competenze e suddividendole per settori in base alle esperienze da essi svolte nel corso delle campagne elettorali che si sono tenute dal 1994 al 2006.

Il criterio di verificabilità dei risultati raggiunti in questa fase sarà costituito dalla raccolta dei dati a cui si è fatto riferimento su un apposito supporto informatico, dall'analisi delle risposte ad un questionario precedentemente somministrato agli esperti del settore sulle caratteristiche e i contenuti della consulenza politica in Italia e dalla redazione di un rapporto di ricerca su tale argomento.

2) In una seconda fase di lavoro sul campo, oltre a completare la distribuzione di questionari aventi per tema le evoluzioni della cultura politica di ciascuna formazione ai delegati dei congressi nazionali dei partiti italiani che non hanno tenuto la propria assise

nel precedente periodo di attività del presente gruppo di ricerca, si procederà all'invio di un questionario strutturato ad un campione di iscritti dei principali partiti allo scopo di rilevare le trasformazioni degli atteggiamenti, delle credenze e delle modalità di partecipazione alla vita del proprio partito degli aderenti di base. Sulla base di una batteria di indicatori empirici già individuati e testati, verrà effettuata la rilevazione delle dimensioni più significative del processo di trasformazione che è oggetto dello studio qui delineato, in particolare per quanto riguarda la differente percezione che di tale processo hanno le diverse componenti del partito collocate a livelli gerarchici distinti (quadri intermedi, leadership, eletti, iscritti). A questo scopo è previsto l'uso di un questionario già impiegato in occasione dei congressi svoltisi fra l'autunno del 2003 e l'estate 2005, che sarà adattato di volta in volta ad ogni singolo partito.

Verrà inoltre predisposto un questionario postale da inviare ai rappresentanti eletti di ciascun partito.

Un ulteriore strumento di indagine sarà costituito da interviste in profondità condotte con esponenti dei vertici organizzativi e politici dei partiti.

I criteri di verifica relativi a questa seconda fase riguarderanno la raccolta dei questionari somministrati, l'immissione ed elaborazione dei dati relativi, l'elaborazione e stampa di code-books attinenti ciascuna delle rilevazioni effettuate.

3) Nella terza fase la ricerca si concentrerà sull'elaborazione dei dati empirici ricavati nelle fasi precedenti sotto forma di singoli contributi scientifici.

I materiali raccolti saranno ordinati nell'archivio dell'Osservatorio italiano sulle trasformazioni dei partiti politici, costituito a seguito di una precedente ricerca condotta dalle unità coinvolte nel presente lavoro.

I criteri di verifica relativi a questa terza fase verteranno sull'ampliamento e su una più articolata strutturazione in specifiche aree tematiche dell'archivio a disposizione dell'Osservatorio italiano sulle trasformazioni dei partiti e sulla pubblicazione di monografie, articoli e working papers.

4) L'obiettivo finale del lavoro prevede l'organizzazione di un convegno per presentare i risultati della ricerca e la pubblicazione di due o tre volumi nei quali, suddividendoli per aree, verranno inclusi i contributi sulle singole unità del sistema partitico italiano prodotti dai componenti del gruppo di ricerca.

Elenco delle Unità di Ricerca

Sede dell'Unità	Università degli Studi di FIRENZE
Responsabile Scientifico	Marco TARCHI
Finanziamento assegnato	Euro 26.200

Compito dell'Unità

Il progetto si collega ai due precedenti progetti (Cofin 2002 e PRIN 2004), dei cui risultati intende avvalersi, disponendo dei dati ricavati da una serie di somministrazioni di questionari effettuate in occasione dei congressi nazionali di gran parte dei partiti italiani rappresentati in Parlamento e/o al Parlamento Europeo (Forza Italia, DS, La Margherita, PRC, UDC, PdCI, SDI, Nuovo PSI, UDEUR, Radicali, MSFT). L'elaborazione dei questionari compilati ha condotto alla costruzione di codebooks contenenti le distribuzioni di frequenza delle risposte a ciascuna domanda, distinte in tre ambiti di interesse: a) cultura politica,; b) organizzazione, c) strategie, in relazione a ogni partito. Il lavoro che l'Unità di Firenze si propone è un'accurata analisi dei dati riportati nei libri delle frequenze inerenti l'aspetto della cultura politica, che consente di verificare il grado di correlazione esistente tra le evoluzioni che in tal campo i quadri intermedi dei partiti (delegati ai congressi nazionali) mettono in luce e le scelte operate dagli stessi partiti negli anni della XIV legislatura (2001-2006) sul piano dei più rilevanti temi di politics e polity. In tale quadro, una particolare attenzione verrà dedicata agli ambiti del governo locale, delle dinamiche istituzionali parlamentari e referendarie, delle scelte attinenti il modello di sviluppo socioeconomico e i grandi temi di dibattito culturale ed etico.

Per proseguire la ricerca avviata, il progetto si propone innanzitutto di completare l'indagine su questionario nei congressi nazionali dei partiti che non li hanno celebrati negli scorsi quattro anni (Alleanza Nazionale, Lega Nord, Italia dei Valori) o in cui non è stato possibile procedere alla rilevazione (Verdi), congressi che quasi certamente si terranno entro l'anno solare 2006. I dati ricavati dalle somministrazioni saranno, come gli altri già disponibili, elaborati e riportati in libri di frequenze per consentire una comparazione completa fra tutti i partiti italiani. Le posizioni di ciascun partito in tema di politics e policy verranno accertate attraverso un'attenta consultazione di documenti ufficiali, stampa di partito, stampa indipendente, interviste in profondità ai dirigenti, monitoraggio dei siti internet.

Sede dell'Unità	Università degli Studi di BOLOGNA
Responsabile Scientifico	Aldo DI VIRGILIO
Finanziamento assegnato	Euro 25.400

Compito dell'Unità

L'unità di Bologna intende proseguire il percorso di ricerca intrapreso nelle due precedenti ricerche, estendendo e approfondendo l'analisi alla fase post-elettorale, alla dimensione infrapartitica e ai processi di convergenza interorganizzativa che sembrano realizzarsi fra i partiti appartenenti a una stessa coalizione.

La ricerca è orientata alla portata post-elettorale della politica delle alleanze, ovvero all'emergere di elementi di coalition governance in grado di favorire una maggiore coesione e unitarietà all'azione politica delle coalizioni (nei ruoli di governo come all'opposizione), e all'esame del "fattore alleanza" quale dimensione rilevante di conflitto infrapartitico. Per altro verso, l'obiettivo del progetto è rilevare quanto la presenza di alleanze e il farne parte incida oltre che sulla strategia (ovvero sulle scelte inerenti la competizione elettorale) anche su altre dimensioni di cambiamento partitico: l'organizzazione, la cultura politica, la comunicazione, la professionalizzazione. Per ciascuno di questi cinque ambiti, l'Unità di Bologna esaminerà in modo sistematico la rilevanza del rapporto fra partiti e coalizioni e la sua evoluzione. Grado di integrazione organizzativa dei singoli partiti nelle rispettive alleanze e prospettiva di progetti quali, ad esempio, il partito democratico e il partito dei moderati; dimensione territoriale dell'appartenenza coalizionale; emergere di identità coalizionali, destinate eventualmente a succedere alle identità di partito e dunque a far superare alle alleanze la loro originaria e strumentale caratterizzazione di meri cartelli elettorali; affermarsi di una cultura politica di coalizione e suoi contenuti; spazio e ruolo delle coalizioni nei processi comunicativi; rapporto fra contenitore coalizionale e attività di consulenza da parte di professionisti della comunicazione: sono questi alcuni degli interrogativi che, per le diverse dimensioni di trasformazione partitica, chiamano in causa il rapporto fra partito e coalizioni. Nel quadro delle attività dell'Osservatorio, l'Unità di Bologna svolgerà, congiuntamente con le altre Unità afferenti al progetto, compiti di elaborazione teorica, formazione di personale per la ricerca empirica e il lavoro sul campo, specialmente in occasione delle rilevazioni necessarie per la costruzione e l'aggiornamento di archivi di documenti e dei data-base.

Su questa base, nella sede bolognese sono stati messi a punto - e oggi in corso di pubblicazione - i cosiddetti "books delle frequenze", cioè i libri contenenti le distribuzioni monovariate di tutte le matrici dati costruite a seguito delle indagini ai delegati di partito di cui sopra. Per quanto riguarda l'attività empirica da realizzare attraverso il presente progetto, l'Unità di Bologna procederà al coordinamento metodologico e alla pianificazione dell'analisi statistica (preparazione dei questionari; addestramento di personale per il lavoro sul campo; costruzione della matrice per l'immissione dei dati; analisi dei dati) della parte della ricerca destinata alla rilevazione degli atteggiamenti e delle opinioni (a) degli iscritti, (b) dei delegati congressuali e (c) degli eletti nelle assemblee regionali e locali dei partiti italiani non ancora indagati. Per questa fase della ricerca sul campo, nonché per la ricognizione della letteratura più recente sul party change, l'Unità di Bologna si avvarrà, per un periodo di 12 mesi, dell'attività di un assegnista di ricerca e, per ulteriori 12 mesi, di alcuni collaboratori dotati di una comprovata esperienza metodologica. I risultati di ricerca saranno presentati in una collana di books delle frequenze (relativamente agli eletti e agli iscritti), in una monografia sui partiti ex Pci (Ds, Pdc e Prc), in alcuni articoli in italiano e in inglese da sottoporre a riviste con procedura di peer review.

Sede dell'Unità	Università degli Studi di TRIESTE
Responsabile Scientifico	Anna BOSCO
Finanziamento assegnato	Euro 19.600

Compito dell'Unità

L'obiettivo della ricerca svolta dall'unità di ricerca di Trieste è duplice: 1) offrire un quadro dei principali cambiamenti che interessano i partiti politici di Spagna, Grecia e Portogallo, in modo da permettere una valutazione delle trasformazioni dei partiti italiani in chiave comparata; 2) collaborare con le altre unità alla somministrazione dei questionari su delegati, eletti ed iscritti ai partiti italiani.

Gli elementi comuni ai sistemi di partito e ai partiti del Sud Europa consentono di confrontare l'evoluzione dei partiti italiani nel decennio in corso (1998-2008) con quella affrontata dalle formazioni appartenenti alle stesse famiglie politiche presenti in Spagna, Grecia e Portogallo. La letteratura sul Sud Europa ha da tempo messo in luce la comparabilità dei sistemi politici di questa area geopolitica sotto numerosi punti di vista. In secondo luogo, in Italia, Spagna e Portogallo tra il 2004 ed il 2006 governi di centro-destra sono stati sostituiti da governi di centro-sinistra. Ciò solleva alcuni interrogativi di rilievo: esiste un "modello sudeuropeo" di successo delle formazioni partitiche di centro-sinistra o questo si deve, prevalentemente, a specifici fattori nazionali? E quali somiglianze e differenze è possibile riscontrare tra questi partiti in termini di mutamento programmatico e valoriale, coesione della leadership partitica, trasformazioni organizzative e modalità della comunicazione politica? Infine, quali mutamenti sono riscontrabili in questi partiti quando passano da un ruolo di opposizione ad uno di governo.

L'unità di Trieste intende quindi proseguire il percorso di ricerca intrapreso nell'ambito dei precedenti progetti del gruppo. Il nuovo progetto intende aggiungere le due dimensioni della membership e della professionalizzazione dei partiti in modo da rendere comparabili, anche su questo aspetto, i partiti italiani con i partiti dell'area sudeuropea. Per affrontare questi obiettivi, in una prima fase l'unità di Trieste opererà, insieme alle altre unità di ricerca afferenti a questo progetto, un aggiornamento della ricognizione

della produzione scientifica sulla membership e la professionalizzazione dei partiti politici.

A questa fase, ne seguirà una seconda nel corso della quale l'unità si dedicherà alla acquisizione dei dati empirici, in modo da ricostruire i processi di trasformazione affrontati dai partiti selezionati. Particolare attenzione verrà dedicata alle trasformazioni avvenute nella professionalizzazione dei partiti e alle caratteristiche della membership. A questo proposito si esamineranno anche gli incentivi di partecipazione di cui godono gli iscritti dei partiti del Sud Europa e la possibilità di avere tipi diversi di aderenti, come ad esempio i simpatizzanti. Oltre che raccogliere i documenti e i dati mancanti, si provvederà ad effettuare interviste in profondità al personale partitico delle forze politiche del Sud Europa. Obiettivo dell'unità di Trieste è quello di collaborare con colleghi delle università del Sud Europa affinché si costituisca una rete di Osservatori che conduca ricerche comparate sui partiti dei rispettivi paesi.

Nella terza fase della ricerca, l'unità di Trieste, insieme alle altre unità, si concentrerà sull'analisi dei dati empirici rilevati in precedenza. A questo fine è prevista l'organizzazione di un convegno - che vedrà riuniti sia partecipanti delle altre unità di ricerca coinvolti nel progetto che studiosi stranieri. I risultati della comparazione saranno oggetto di pubblicazioni in italiano e, possibilmente, in altre lingue. A conclusione del lavoro svolto, i materiali raccolti durante lo svolgimento del progetto e nel corso delle precedenti attività di ricerca dell'unità saranno raccolti sistematicamente e ordinati nell'archivio dell'Osservatorio italiano sulle trasformazioni dei partiti politici.

Oltre a quanto qui specificato, l'Unità di Trieste collaborerà con le altre unità nella raccolta dei dati indicati nel progetto di ricerca principale.

Sede dell'Unità	Università della CALABRIA
Responsabile Scientifico	Francesco RANIOLO
Finanziamento assegnato	Euro 10.300

Compito dell'Unità

Il lavoro di ricerca sarà articolato in due fasi principali. La prima fase comporterà la rassegna delle ipotesi fornite dalla letteratura internazionale sulle trasformazioni dei modelli di partito: cartel party, moderno partito di quadro, partito elettorale, partito personale-carismatico, partito in campagna permanente, ecc. per verificarle sul caso italiano, anche per mostrarne i limiti di applicazione. Nella ricerca empirica sarà presa in esame una selezione delle dimensioni più rilevanti per l'analisi del caso italiano, ma anche utili per la comparazione. Un'ampia enfasi sarà data alla dimensione dello sviluppo organizzativo (partecipazione interna, struttura, leadership, comunicazione) e delle relazioni con l'ambiente (elettori, altri partiti, gruppi, istituzioni). In particolare, cinque aspetti saranno presi in esame:

- 1) la storia recente di FI (per il periodo 1994-2007);
- 2) la cultura politica, vale a dire i valori e i programmi di partito; pertanto è importante mostrare se nel periodo esaminato ci sono stati cambiamenti rilevanti nei valori e nei programmi di FI;
- 3) organizzazione; l'organizzazione richiede l'analisi di differenti elementi quali: iscritti, strutture organizzative (organismi decisionali ed esecutivi, organizzazioni collaterali); leadership, risorse finanziarie, gruppi parlamentari;
- 4) strategie competitive. A questo livello è necessario esaminare FI all'interno del contesto del sistema partitico.
- 5) campagna elettorale; almeno quattro differenti dimensioni sono rilevanti: 1) l'organizzazione della campagna; 2) i mezzi usati per la comunicazione politica; 3) gli attori della campagna; 4) I temi della campagna.

La seconda fase, quella più lunga riguarderà in prospettiva comparata l'acquisizione dei dati empirici necessari a verificare le ipotesi di lavoro alla base del progetto. Le recenti vicende della politica italiana stanno offrendo alla riflessione scientifica alcuni casi di studio di rilevante interesse in prospettiva comparata. L'esperienza di Forza Italia è sistematicamente citata ogni volta che si affaccia l'ipotesi di un modello di partito "personale", da altri visto come un sottotipo del "partito elettorale". In particolare, l'attenzione di questa unità di ricerca si concentrerà sul principale partito di governo italiano Forza Italia, sulle sue caratteristiche e sulle sue trasformazioni a livello di organizzazione, cultura e strategia.

Per quanto riguarda l'organizzazione la ricerca comporta la ricognizione di archivi, consultazione di fonti a stampa e siti internet, raccolta di statuti, ecc. al fine di avere una chiara visione dei suoi aspetti essenziali (le caratteristiche degli iscritti; le strutture territoriali; gli organi direttivi; lo staff interno; la presenza nelle istituzioni e le connesse risorse; ecc). Infine, ci occuperemo, di indagare lo staff specialistico di professionisti della comunicazione (sondaggisti, spin doctors, consulenti di immagine, esperti telematici, portavoce, addetti alle relazioni pubbliche, ecc.) e le strutture delegate alla raccolta di fondi e alla gestione dei finanziamenti statali. L'analisi della cultura politica avverrà lungo due principali direttrici di ricerca. Da un lato si raccoglieranno la stampa di partito, i materiali pubblicitari (opuscoli, volantini, manifesti, ecc.), i programmi elettorali, i siti internet. Le stesse fonti (qualitative e quantitative) verranno usate indagare le strategie del partito con particolare riferimento ai temi fortemente integrati e centrali per FI della personalizzazione, della mediatizzazione e della "campagna permanente".