IRIS AperTO

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

Ripensare all'Unione Europea. La nuova ecologia del suo spazio comunicativo

This is the author's manuscript

Original Citation:

Availability:

This version is available http://hdl.handle.net/2318/1703820 since 2021-03-09T12:46:03Z

Published version:

DOI:10.1445/92853

Terms of use:

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

03 May 2024

Ripensare all'Unione Europea. La nuova ecologia del suo spazio comunicativo

Marinella Belluati[1] e Rolando Marini[2]

Una ripresa per una nuova epistemologia

Il ruolo dell'Unione Europea sulla qualità delle nostre vite quotidiane e l'evidenza del suo stato di crisi rappresentano due dati di fatto la cui sintesi appare complicata. Mai come adesso dovrebbe essere avvertita l'urgenza di ripensare ad uno spazio pubblico europeo; invece la sensazione diffusa è che sia in atto una sorta di smobilitazione cognitiva (Inglehart 1970) che parte dal livello politico-istituzionale, attraversa la funzione informativa e arriva all'opinione pubblica, mettendo a rischio la costruzione di uno spazio comune.

Gli studi sulla comunicazione pubblica nello spazio comune europeo hanno di recente attraversato una impasse, non per una caduta di rilevanza dei loro tipici temi, ma, piuttosto, perché sono stati antagonizzati e anche risucchiati da altri interessi scientifici, quali i media digitali e il populismo: vale a dire studi apparentemente in sintonia con le trasformazioni considerate più forti e significative della politica e della comunicazione a livello mondiale e quindi più *fashionable* nei circuiti politico-mediali, in grado di sanzionare gli orientamenti accademici grazie alla concessione, o negazione, di risonanza. Non venendo pertanto associati a caratteristiche di *disruption*, anche i processi che pertengono agli studi sul rapporto tra giornalismo e spazio pubblico europeo sembrano aver sofferto di un decremento d'interesse. Questo però non può offuscarne l'importanza e la necessità conseguente di mettere a frutto le risultanze e le riflessioni più rilevanti ai fini di un rilancio; il quale, peraltro, non può non agganciare le linee di ricerca sul cambiamento delle culture politiche e dei nuovi ambienti comunicativi.

Tale ripresa appare oltremodo importante in considerazione della consapevolezza di tutti gli studiosi del campo che la formazione di una sfera pubblica europea era, e rimane, un processo graduale, un divenire con passaggi non scontati, in rapporto di interdipendenza con altri processi di trasformazione del quadro sociale generale, basti pensare all'emergere di altre potenze economiche mondiali, alle migrazioni, al terrorismo e alla crisi economica (D'Alessandro 2010; Volkmer 2014; Fabbrini 2017). Più ampiamente, si può dire che le sfide della globalizzazione sembrano suggerire la necessità di considerare lo spazio pubblico europeo come un nuovo oggetto d'indagine, poiché ne sono cambiate la configurazione e la produzione discorsiva, in sostanza ne è cambiata l'epistemologia, ossia il modo in cui esso stesso costruisce e genera comunicazione e conoscenza. Le scienze sociali dovrebbero pertanto munirsi di un assetto metodologico e a sua volta epistemologico diverso, essenzialmente riconducibile a quello che viene chiamato approccio costruttivista, più proficuo di quelli guidati da modelli, funzionalisti o normativi che siano.

In tale prospettiva, sembra utile considerare una rilevante proposta emersa qualche anno fa, assumendone l'impostazione per dare una traccia a questa parte del nostro ragionamento. In linea con l'idea habermasiana di uno spazio pubblico europeo che si forma grazie e attraverso le dinamiche di dibattito e più latamente di opinione pubblica, Koopmans e Statham (2010) hanno proposto una lettura del processo di formazione della sfera pubblica europea incentrata sulla produzione di discorso pubblico intorno alle politiche dell'Unione e sulla vicenda comune degli stati membri di fronte alla globalizzazione, ponendo al centro il ruolo delle arene mediali. Partendo da una prospettiva di politica mediata, mutuata da Bennett ed Entman (2001), individuano come linee-guida, sul piano teorico e metodologico, la presenza nei prodotti informativi non solo di eventi e discorsi relativi alla europeizzazione dello spazio pubblico, ma anche di interazioni, che possono avere come protagonisti sia gli attori istituzionali, sia quelli della società civile, nonché i

---

1 Marinella Belluati è professoressa associato del Dipartimento di Culture, Politiche e Società dell'Università di Torino, dove insegna "Analisi dei Media" e "Comunicare l'Europa".

2 Rolando Marini è professore associato del Dipartimento di Scienze Umane e Sociali dell'Università per Stranieri di Perugia, dove insegna "Sociologia dei media" e "Sociologia del giornalismo internazionale".

media stessi, nella funzione di arene e nel ruolo di attori.

Il loro studio sul "farsi" della sfera pubblica europea fornisce, già grazie al disegno generale, spunti per sviluppi possibili. Il lavoro si basa su tre dimensioni, che costituiscono il nesso tra quadro teorico e metodo: visibilità, inclusività e contestazione. Si tratta della emersione degli attori e delle *issue* comunitarie nelle notizie e nelle tematizzazioni; della quantità e qualità degli attori che prendono la parola o che sono coinvolti nelle deliberazioni; della controversialità agita intorno alle questioni emergenti. Se la prima ha avuto una notevole frequentazione nella letteratura di campo, la seconda e la terza dimensione possono oggi essere terreni fertili per una rinnovata strategia di analisi del rapporto tra informazione e spazio pubblico. In linea generale, il modello propone che al crescere della visibilità nei media degli attori e delle politiche europee, cioè al crescere della mediatizzazione dei discorsi pubblici sull'Unione, vi sia almeno potenzialmente un incremento della capacità inclusiva, non tanto a favore delle lobby che hanno sempre coabitato con le istituzioni, quanto di movimenti sociali e altri attori della società civile. A questo incremento corrisponderebbe lo stabilirsi di interazioni, o *claims*, che rendono contestabile e controversiale la politica delle élite amministrative e politiche della *governance* multilivello europea. Alla maggiore visibilità garantita dalle arene mediali dovrebbe perciò corrispondere una politicizzazione in grado di creare competizione discorsiva e politica, a cui partecipano attori politici e attori sociali, nonché i media come *advocates*.

La visibilità che le arene mediali producono è tuttavia condizionata a monte dal ruolo degli attori della scena. Da tale angolatura, due questioni si stagliano come le più incidenti: una è il carattere intergovernativo della *governance* europea, l'altra è (collegata alla prima) l'assenza di una leadership legittimata dal voto in via diretta o delegata. Su questa seconda questione va richiamata la riforma verso la legittimazione "popolare" del presidente della Commissione, introdotta nella tornata elettorale del 2014, a dimostrazione di una consapevolezza critica sul problema. Ma, dal punto di vista giornalistico, si tratta della difficoltà di interagire con processi invece che con persone, la cui visibilità potrebbe facilitare il racconto dell'Unione Europea verso il pubblico, così come mostra la tendenza pluriennale dei sistemi politico-mediali nazionali (Cavalli 1992; Rhodes e Hart 2014; Calise, 2016). In definitiva, si tratta dell'oggettivazione del deficit democratico, ma ancora di più dell'asimmetria tra forma della politica europea e forma della politica negli stati nazionali, per la diversa configurazione che tali forme conferiscono alla struttura delle opportunità discorsive. Ci ritroviamo di fronte ad un problema di epistemologia dei sistemi politico-mediali. A ciò non si può non aggiungere la mancanza di un qualche significativo ruolo pubblico dei partiti europei, neanche a livello delle campagne elettorali (Marini 2001; Maier e Tenscher 2006), cosa che spezza la concatenazione delle rappresentanze politiche e della mediazione simbolico-comunicativa.

Ciò è collegato al bassissimo grado di mobilitazione della società civile sulle questioni europee di portata sovranazionale, fatta eccezione per lobby che sono cooptate nei meccanismi politico-amministrativi della Unione Europea (Koopmans e Statham 2010); il che evidentemente manomette uno degli snodi fondamentali del carattere deliberativo della discussione pubblica, anche se recuperato surrettiziamente nelle sfere pubbliche nazionali.

Se ne può concludere che il ruolo, più o meno da baricentro, delle arene politiche e mediali nazionali non solo persisterà, ma anche rimarrà necessario per la stessa comprensibilità dello spazio comune europeo inteso come transnazionale. Si tratta tuttavia di riflettere ancora sul punto al quale sia pervenuto il processo di adattamento dei sistemi nazionali dell'informazione alle dinamiche dell'europeizzazione, e anche quali conseguenze tale relazione porti con sé nella costruzione dell'idea di Unione, del suo funzionamento e soprattutto della sua efficacia.

In proposito, e rimanendo nella dimensione della visibilità, possiamo considerare due ulteriori questioni, quella della europeizzazione degli scenari politico-comunicativi nazionali e quella degli eventi che chiamano in causa "dall'esterno" il ruolo dell'Unione. Riguardo alla prima, è ormai

consolidato che le arene mediali nazionali si siano aperte nella direzione di una *de-domestication* in cui l'Unione ha uno spazio considerevole se non primario, ma che questo si è verificato in parallelo con l'esaurirsi del consenso permissivo (cioè della più o meno indiscussa fiducia verso il progetto unitario), ponendo in discussione – con la lente delle visioni nazionali – i passaggi cruciali del processo di costituzionalizzazione (Marletti e Mouchon 2005; AIM Project 2007; Koopmans e Statham 2010).

Questa dinamica ambivalente ha fatto da sfondo all'irrompere di vicende internazionali che hanno messo alla prova il ruolo politico dell'Unione. Già la guerra nel Kosovo nel 1999 e quella in Iraq nel 2003-04 avevano posto in discussione non solo l'omogeneità dell'assetto unitario, ma anche la capacità di elaborazione strategica, pur essendo le guerre questioni eccentriche rispetto alle competenze in atto dell'Unione (Marini 2001 e 2014). Ciò che sembrava una debolezza superabile (secondo la prospettiva del consenso permissivo) si è rivelato determinante di fronte alle ondate di crisi successive, quella economica e quella migratoria (Fabbrini 2017). Se quindi vi è stato uno svolgersi contemporaneo dei processi di approfondimento dell'europeizzazione (Risse 2010), di adattamento dei sistemi nazionali dell'informazione e di caduta dell'euro-ottimismo acritico, ciò ha fatto sì che nelle arene mediali nazionali l'Europa fosse messa problematicamente in discussione fino a diventare una *issue* controversiale, proprio per la divaricazione tra performance post- costituzionale dell'Unione Europea e opinioni pubbliche nazionali.

Quest'ultimo aspetto ci ricollega alla dimensione dell'inclusività del processo di europeizzazione delle arene mediali e anche in questo caso ad una caratteristica di ambivalenza e di effetto controintuitivo del processo di integrazione. Infatti, da una parte gli attori istituzionali dell'Unione acquistano un protagonismo crescente e l'europeizzazione come tema spinge al posizionamento i partiti nazionali; dall'altra, come *issue* controversiale, l'integrazione viene conquistata dai movimenti e dai partiti nazionalisti e xenofobi, venendo posta in mezzo all'affermarsi di una potente frattura culturale, che interseca e tende a superare i tradizionali *cleavage* di classe (Koopmans *et al.* 2005; Risse 2010; Norris e Inglehart 2019).

Nel 2019 si terrà un nuovo ciclo elettorale europeo, il primo dopo la Brexit e dopo la vittoria di movimenti antieuropeisti alla guida di alcuni paesi, in un clima di forte tensione sociale, come mostra la protesta dei "*gilets jaunes"*, e di alta instabilità internazionale. Per la prima volta, ripetono in molti, le elezioni europee non saranno secondarie (Reif e Schmitt 1980) perché il clima è decisamente controverso ed il ruolo dell'Europa deve tornare al centro dell'attenzione negli studi sui media e la sfera pubblica.

Procediamo allora utilizzando questo schema, ma specificando ambiti di riflessione che dovrebbero tornare al centro del dibattito sulla possibilità di europeizzare lo spazio pubblico, prevalentemente in prospettiva metodologica.

La comunicazione pubblica europea: uno spazio controverso, ma necessario

Il sogno velleitario dei padri fondatori di una cultura europea comune e l'eterogeneità dei suoi tratti si è rivelata difficile da praticare all'interno di un insieme socio-politico così diversificato come appare essere quello europeo. Ciò ha ben presto spinto il progetto dell'Unione a lavorare sul comunicare del valore della differenza e sul principio di solidarietà più che sulla costruzione di un pensiero unico. La differenziazione è la grande narrazione che sta accompagnando l'Europa ("Uniti nella diversità" recita il suo motto); sostiene Pippa Norris (1997) che la cultura europea va intesa come uno spazio policentrico e polimorfo fatto di diversità culturali, religiose, geografiche e politiche. Di fronte alle sfide globali e agli effetti della crisi, questo messaggio si è trasformato in un boomerang, mostrando la fragilità dei meccanismi di un'integrazione tutto sommato ancora giovane, che nella sostanza si è rivelata più un'utopia che un solido principio. L'attesa europeizzazione dello spazio pubblico e la formazione della cittadinanza europea (Della Porta e Caiani 2006; Bondebjerg e Madsen 2008; Pfetsch et al. 2008; Habermas 2011; Belluati 2015) non

stanno andando nel modo sperato. L'ostacolo mai veramente rimosso di un deficit democratico interno all'Unione di fronte alla crisi ha rivelato la fragilità del suo progetto politico e del suo discorso pubblico in cui non sono i leader pro-europei a "parlare" efficacemente d'Europa, ma piuttosto le voci sovraniste che ne mettono in dubbio l'essenza rivolgendosi ad un'opinione pubblica che continua a percepire le istituzioni di Bruxelles fredde e distanti.

Il punto nevralgico resta politico, ma la debolezza viene anche dal deficit informativo, ovvero dalla scarsa collaborazione dei sistemi mediali nazionali che continuano a prestare poca attenzione verso la comunicazione europea, diffondendo messaggi controversi e approssimativi. Il fatto che i media e gli organi di informazione influenzino la comprensione quotidiana del mondo e siano veicoli di conoscenza per le democrazie mature è un dato di fatto. Attraverso l'allargamento della dimensione simbolica e cognitiva, l'azione dei media potrebbe contribuire a migliorare l'inclusione sociale e sviluppare un senso di appartenenza (o di rifiuto) all'interno delle Comunità. Dal momento che è principalmente grazie ai mezzi d'informazione che la politica europea può diventare tema di dibattito democratico tra i cittadini, Il *coverage* della politica europea rappresenta una condizione fondamentale e indispensabile per lo sviluppo dello spazio pubblico europeo (Koopmans e Statham 2010).

Per questo occorre continuare a riflettere molto, e a lungo, sul tema della comunicazione pubblica europea. In Italia l'interesse verso questo campo ha avuto un primo avvio negli anni Novanta, quando si è iniziato a riflettere sul ruolo che i media stavano giocando nella costruzione di un'identità sovranazionale, che si stava definendo dopo l'entrata in vigore dei trattati di Shenghen (1990) e di Maastricht (1992) (Losito e Porro 1992; Grossi 1996). L'entrata in vigore dell'euro (2002) e l'approvazione della costituzione europea (2007) hanno acceso il dibattito intorno al tema della costruzione mediatica dell'Europa, diventata tema internazionale (Schlesinger 1999; de Vreese 2001; Kevin 2003; Bondebjerg e Golding 2004a 2004b; Mancini 2005; Banducci et al. 2006; Fossum e Schlesinger 2007; Wodak et al. 2009) e nazionale al tempo stesso (Marini 2004; Marletti e Mouchon 2005; Parito 2007, 2012; Cornia 2010; Belluati 2012, 2015). Negli ultimi anni, si è detto, l'attenzione accademica sulla comunicazione dell'Unione si è nuovamente affievolita, per diverse ragioni, tra cui la prima è che gli effetti dei nuovi media hanno rivoluzionato il dibattito interno ai *media studies*; vi è poi una ragione storico-politica che si lega alla rinascita dei nazionalismi e dei leader populisti e alla crisi delle democrazie mature, che hanno spostato l'analisi sulla formazione di sentimenti euroscettici (Belluati 2018).

Nel periodo attuale, caratterizzato dalla crisi dell'Europa e dalle derive sovraniste, il tema della comunicazione e del dibattito pubblico europei dovrebbe essere rimesso al centro degli interessi della comunità accademica che si occupa di problemi dell'informazione e delle dinamiche dello spazio pubblico, soprattutto perché, contrariamente a quanto si pensi, vi sono state novità importanti nella comunicazione dell'Unione Europa che, anche se non stanno producendo i risultati attesi, costituiscono ambiti da osservare con attenzione. Il punto di partenza rimane sempre l'assunto di Habermas (1992b) per cui il processo di integrazione europea è in prima istanza un'azione comunicativa tra le sue parti intermedie, volta alla creazione di un'opinione pubblica che si muove su molti livelli: pubblico, politico, intellettuale. Da ormai più di vent'anni le istituzioni europee propongono interventi di policy orientati a migliorare i dispositivi di comunicazione pubblica. Nel 1995 la Commissione Santer mette al centro con il programma PRICE le prime linee guida per orientare e organizzare i flussi di comunicazione dall'Unione. Nel 2001, viene pubblicato Il Libro Bianco sulla *Governance* Europea della Commissione Prodi che ha rafforzato molto la strategia di comunicazione di Bruxelles. Dagli anni 2000 in poi si sono susseguite linee di policy europee legate alle forme e agli strumenti di comunicazione finalizzati a migliorare la visibilità dell'azione europea in vista del passaggio particolarmente delicato dell'approvazione della sua neo Costituzione e dell'inizio di sgretolamento del consenso permissivo di cui aveva goduto l'ideale europeista, ma senza poteri sovrani (Hooghe Marks 2009). Il processo, diversamente da

quanto si pensi, è andato però avanti negli anni intraprendendo nuove direzioni come quello di stimolare la cultura partecipativa e la trasparenza istituzionale volta a creare cittadinanza informata. Non solo la crisi economica e la sfiducia crescente hanno obbligato l'Europa a calibrare nuovi interventi strutturali per riallineare le disparità interne al suo spazio, ma è stato soprattutto l'avvento delle nuove forme di comunicazione *web based* ad imporre il cambio di passo ben prima che il dibattito pubblico se ne occupasse. Lo sforzo delle strategie di comunicazione degli ultimi decenni è andato nella direzione di sviluppare l'idea di orizzontalità e di ampliamento dell'accessibilità della comunicazione. Le istituzioni europee hanno investito molto nel potenziamento dell'*open governement*, in termini di *policies*, impiegando molte risorse nello sviluppo di piattaforme e di progetti partecipativi e, probabilmente sbagliando, smobilitando un po' la cosiddetta comunicazione *mainstream*, che resta comunque centrale nella formazione dell'opinione pubblica (cfr. Flash Eurobarometer 464 *Fake news and disinformation online*). Il Libro Verde sulla Trasparenza[3] e il Libro Bianco sulla *governance*[4] hanno impostato, in modo strategico, nuove forme di comunicazione istituzionale più rivolte al *civic engagment* e all'*open governance*. Sullo sfondo vi è la società dell'informazione e l'ibridazione dei suoi dispositivi, perfettamente in linea con la spinta all'innovazione, meno con la crisi della mediazione politica.

Vi è anche da ricordare che la dimensione informazionale europea è molto cambiata: in questi anni il lavoro di ufficio stampa e di produzione di contenuti da parte delle istituzioni europee è cresciuto in volume e in qualità così come la professionalizzazione dei suoi addetti. Si sono poi consolidate nuove *news organisations* - risultato di sinergie pubbliche e private, qualitativamente importanti come le esperienze di "Politico.eu", "Eunews", "Euractiv" – che, sfruttando le opzioni del web, quotidianamente interagiscono con l'agenda di Bruxelles, aggiornano e commentano l'ampiezza dei contenuti europei. Questi prodotti informativi stanno affermandosi nelle diete mediatiche di nicchie intellettuali e di addetti ai lavori, ma sono ben lontane dall'influenzare un dibattito più generalista.

La difficoltà di costruire cornici di senso adeguate entro cui ricollocare il tema dello spazio pubblico europeo resta una questione aperta che la comunicazione istituzionale europea da sola non è in grado di affrontare. La ricerca di equilibrio informativo tra la complessità istituzionale dell'Europa e le banalizzazioni prodotte in un clima politico e sociale instabile e disintermediato, pare lontano dall'affermarsi. L'anello debole, ripetono un po' tutti gli articoli, restano le spinte contrapposte che arrivano dai paesi Membri, che per primi delegittimano il processo invece di fare da cerniera tra cittadini e dimensione sovranazionale. Seguiti o accompagnati dai processi produttivi dei media nazionali che trovando le notizie europee poco *appealing* (Cornia 2010) alimentano separatezza e distanza sia cognitiva che simbolica. In questo scenario di veti incrociati il campo della comunicazione europea sta cambiando, da un lato crescono in volume e attività i flussi gestiti da Bruxelles a tutti i livelli, locale, nazionale e transnazionali e soprattutto nello spazio del web. Per altro verso, permangono *routines* produttive poco attente e, in alcuni casi, addirittura scientemente ostili verso l'agire delle istituzioni. Il fatto che non si intraveda una direzione, ribadisce la necessità di continuare a studiare il campo. Malgrado tutto la visibilità dell'Europa è in crescita, il punto è la sua *governance* e il rischio di interferenze narrative esterne difficili da comprendere e gestire.

Cultural Heritage e il processo di identità europea: un cantiere aperto

Esiste, infine, una dimensione comunicativa europea molto trascurata dai recenti studi ed è quella legata alla comunicazione intesa come produzione culturale (Hall 2003; Bondebjerg Golding 2004a). È il tema della creazione di un *European cultural heritage* su cui l'attenzione delle istituzioni europee è alta. Come si costruisce il patrimonio valoriale di un territorio vasto,

3 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=LEGISSUM%3Al14521 (ultimo accesso 3 gennaio 2019)
4 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=LEGISSUM:l10109 (ultimo accesso 3 gennaio 2019)

culturalmente e strutturalmente disomogeneo e linguisticamente distinto, si chiede l'articolo di Savini. Su questo punto la direzione europea, nonostante sembri il contrario, lascia ampio spazio a costruzioni di identità multiple (Melucci, 1992, 2000) che si possono combinare seguendo diverse direttrici, sempre però nell'auspicio che si ritrovino sotto una matrice comune. Quali debbono essere però gli oggetti simbolici e quale la dimensione valoriale deve veicolare la costruzione della cultura europea? Che tipo di identità può formarsi all'interno di uno spazio culturalmente e strutturalmente disomogeneo? Si deve puntare su una dimensione culturale evocativa, oppure accettare l'idea che l'identità può anche essere il risultato di una scelta razionale migliore possibile in una condizione di incertezza. La sfida è importante, le strade possibili sono molte e la risorsa comunicativa ancora una volta è al centro. Tra i progetti su cui le istituzioni europee stanno puntando molto vi sono quello della costruzione di memorie e di identità comuni attraverso eventi celebrativi, piccoli o grandi, e la promozione di iniziative diffuse sui territori, come le istituzioni delle capitali europee della cultura o la valorizzazione del patrimonio audiovisivo europeo. Il tema degli eventi mediali è stato efficacemente definito da Dyan e Katz (1992) come performances culturali che portano i cittadini (spettatori) ad interrompere la routine quotidiana e a condividere uno spazio valoriale e simbolico che attiva senso di appartenenza. Il momento celebrativo di grande portata, così come quello promozionale di piccolo cabotaggio, racchiudono in sé il fatto che una comunità, nuova o vecchia che sia, per prodursi (e riprodursi) ha necessità di cementarsi attraverso azioni comuni. La politica cultura dell'Unione europea ha però avuto finora scarso successo nella creazione degli europei, concetti come identità, cultura, patrimonio, simboli europei sembrano essere svuotati di senso e persino disfunzionali alle pratiche di integrazione. Alcuni criticano il fatto che l'etichetta di *European cultural heritage*, porta con sé una visione troppo essenzialista che sembra non tener conto dell'eterogeneità culturale dei paesi europei (Meinhof e Triandafyllidou 2006; Sassatelli 2008). Altri, invece, riconoscono che la politica di promozione della cultura europea stia dando valore al concetto di molteplicità, sforzandosi in un'impresa ardua, ma in questo senso post moderna, di tenere insieme unità e diversità (Verderame, 2018). Ma quanti sono gli studi che si stanno occupando di questo? Indubbiamente alcuni principali eventi celebrativi come la festa dell'Europa dell'8 maggio o le recenti celebrazioni dei 60 anni del Trattato di Roma, ma anche il momento elettorale - altro tipo di evento che potenzialmente potrebbe interrompere la routine e di cui l'iniziativa Stavoltavoto.eu può essere un caso paradigmatico - , oppure i *Citizens' Dialogues*, di cui si parla nella sezione Convergenze, sembrano non aver creato interesse tra i cittadini, che in genere non partecipano, ne tra gli studiosi, che non li considerano rilevanti. Poi succede che dopo l'elezione di Donald Trump il numero di accessi e di iscrizioni ai profili social delle istituzioni europee aumenti d'improvviso. E nelle manifestazioni pubbliche le bandiere europee sono sempre più numerose, mentre spariscono quelle dei partiti. Prima di decretare la fine dell'Europa, occorre guardare meglio allo stato dell'arte delle sue produzioni culturali e ritornare ad occuparsi degli effetti della comunicazione, a tutti i livelli.

Il rapporto tra giornalismo e spazio pubblico europeo: dagli effetti controintuitivi verso un approccio ecologico

Sul problema della visibilità degli attori e dei temi europei si sono già avute molte indagini, mediamente concordi sulla persistenza, fino a tutto il decennio iniziale del millennio, di un basso grado di prominenza. In questo campo, però, vi è il segno marcato di un approccio normativo allo spazio pubblico, per cui si è sempre ritenuto che il giornalismo non svolgesse il ruolo idealmente assegnatogli, appunto, nella formazione sia degli spazi di tematizzazione sia della consapevolezza del cittadino europeo. Nel tempo si è venuta definendo una situazione e una conseguente valutazione diverse, per la constatazione ripetuta di un'incomponibile ambivalenza (Marletti e Mouchon 2005; Cornia 2010; Koopmans e Statham 2010). Da una parte, si è capita la difficoltà, anche per il giornalismo animato dalle migliori intenzioni, di rappresentare adeguatamente le

attività delle istituzioni dell'Unione. Dall'altra parte, la crescente europeizzazione dei sistemi nazionali dell'informazione, come esito del processo di adattamento delle culture giornalistiche alla dimensione sovranazionale (Koopmans e Statham 2010; Marini 2014; Lloyd e Marconi 2014), ha messo più apertamente in discussione la forma assunta dall'integrazione e dalla politica della UE: ciò si è sostanziato nel processo per cui il ruolo delle istituzioni e delle politiche comunitarie (quelle attive e quelle auspicate) è divenuto un aggregato di *issue* altamente controversiali, presto evolutosi in chiave conflittuale (Kriesi et al. 2008; Risse 2010).

Analizziamo il primo aspetto, quello delle difficoltà di produrre notizie corrette ed efficaci sull'Unione, e soprattutto sulle attività delle istituzioni centrali. Innanzitutto, si tratta dello stesso gap di cui soffre l'informazione istituzionale, principalmente parlamentare, nei paesi membri; un'annosa questione, che risale al basso grado di notiziabilità attribuito alle attività ordinarie di tali organi e al flusso informativo che pure ne deriva (Entman 1989; Dahlgren e Sparks 1992; Bobbio e Roncarolo 2015). Tale carenza di visibilità è stata sempre considerata uno degli esiti più contraddittori della politicizzazione del giornalismo, altrimenti detta parallelismo, specialmente ma non esclusivamente nei paesi euro-mediterranei (Mancini 2002; Hallin e Mancini 2004): un giornalismo maggiormente rivolto ai partiti e successivamente – con la personalizzazione – ai loro leader, piuttosto che alle attività istituzionali, peraltro svilite da pratiche negoziali extra-istituzionali, specialmente nelle democrazie consensuali (Lijphart 1977 e 2012).

Questo stesso giornalismo, con la sua cultura e con le sue routine, affronta il processo di integrazione e il progressivo spostamento del baricentro della politica verso l'Unione, con resistenze di vario tipo, quelle segnalate ripetutamente come costante tendenza alla nazionalizzazione delle vicende e delle questioni europee "comuni", come problema non necessariamente collegato agli euroscetticismi originari. Alle resistenze si accompagna tuttavia una tendenza all'adattamento e alla parziale assimilazione delle logiche europee (AIM Project 2007; Marini 2014).

Le difficoltà del rapporto tra giornalismi nazionali e Unione Europea, nel campo delle attività istituzionali e della sostanza delle politiche, sono derivate e ancora possono derivare, più che dalla tendenza "conservatrice" appena illustrata, da alcuni fattori di incompatibilità che sono emersi e si sono consolidati nel sistema di relazioni media/UE, relativi al contrasto tra logiche mediali (quelle che sono condivise come minimo comune denominatore nel patchwork dei sistemi informativi nazionali) e logiche istituzionali, proprio quelle specifiche del sistema istituzionale comunitario. In tal senso, sono state di frequente osservate idiosincrasie riconducibili alla farraginosità delle procedure decisionali, alla frammentazione delle competenze, alla tendenza a usare un linguaggio burocratico. Ancora di più, il giornalismo dei paesi membri, anche quello competente e responsabile, sembra non ritrovare le giuste coordinate per una intellegibile mediazione tra complessità e semplificazione, ovvero tra pluralità dei processi e loro sintesi. Lo si è rilevato non solo nelle attività ordinarie ma anche nei momenti clou dell'integrazione (euro, costituzione, trattato di Lisbona). Piuttosto che essere soltanto un prodotto della degenerazione commerciale e spettacolare dell'informazione (seppure questa vada considerata come una delle facce del problema), la difficoltà di cui parliamo sembra essere la conseguenza della mancanza, nell'architettura delle istituzioni europee, dei meccanismi strutturali che possano generare quella semplificazione e quella sintesi, non tanto e non solo nel processo decisionale in sé, ma nella sua comunicazione.

Pur non riuscendo a rendere visibili in modo puntuale le attività e i dibattiti degli organi centrali, la produzione informativa dei sistemi nazionali ha incorporato le questioni europee e i loro attori, metabolizzandoli secondo logiche e prassi distanti sia dalle regole istituzionali dell'Unione sia dalle retoriche idealiste. L'apertura allo scenario europeo si è basata sulla visione domestica dei temi e – seppure non linearmente né omogeneamente – sulla verifica di efficacia della performance di governo dei problemi comuni e delle sfide globali.

L'immigrazione e la crisi economica sono i motori tematici di una fase, quella attuale, in cui si accentua la relazione diretta tra visibilità e controversialità. Il mondo giornalistico assorbe e rielabora queste trasformazioni non potendo ovviamente trascurare né le incongruenze della gestione della crisi economica (non casualmente evidenziate attraverso la copertura delle crisi finanziarie di diversi stati membri), né i movimenti xenofobi e nazionalisti con la contestazione che portano all'Unione; e anzi alcuni suoi settori possono avvantaggiarsene grazie ad un surplus di spettacolo e di *appeal* conflittuale. In tal senso, se il faticoso processo di adattamento tra media e Unione Europea aveva portato i gruppi editoriali a investire in corrispondenti e in specializzazione dei *press corps* (Cornia 2010; Koopmans e Statham 2010), l'evoluzione recente evidenzia una ritirata dai centri istituzionali europei e, soprattutto, una crisi di identità degli stessi operatori dell'informazione, divisi tra gli imperativi della completezza e affidabilità e quelli – molto incentivati dalle case madri – del sensazionalismo e della drammatizzazione delle nuove battaglie sull'Unione (Loyd e Marconi 2014). Certamente, la stessa trasformazione del modo in cui i pubblici accedono all'informazione e la rielaborano, sempre più orientato all'uso delle piattaforme digitali, con la specifica tendenza di questi mezzi alla disintermediazione e alla polarizzazione (Sunstein 2017; van Dijk *et al.* 2018), può essere un fattore che aggiunge criticità al quadro delineato.

Ritornando, in via di conclusione, alle tematiche metodologiche, appare evidente il rapporto tra tali trasformazioni e il modo in cui la sfera pubblica europea riconfigura la sua capacità di produrre significato. Si conferma l'immagine di uno spazio pubblico molto articolato e suscettibile di cambiamento in risposta alle nuove situazioni. Esso ci appare, più che un contenitore stratificato, un reticolo interconnesso di temi, attori e arene; inoltre ci appare non come infrastruttura capace di svolgere una funzione standardizzata, ma come intersezione di flussi comunicativi che genera e processualmente riconfigura uno "spazio" di discorsi e di conoscenza. Certo, occorre osservare che le pur centrali arene dei media *mainstream* sono solo il riflesso parziale dei discorsi e delle interazioni che avvengono in molteplici altre arene dello spazio pubblico, e tra di loro (Hilgartner e Bosk 1988; Calhoun 1992; Habermas 1992a). Questo interpella la capacità (e la volontà) degli studiosi di guardare a "mondi" particolari ma integrati, che costituiscono ambienti comunicativi, mediali e non mediali, che compongono una ecologia della discussione e della formazione delle idee, non certo riducibile alle piattaforme digitali.

La struttura del volume

Lo scopo di questo numero speciale di "Problemi dell'Informazione" è stato proprio questo, riprendere il filone di studi e di ricerche sulla comunicazione europea e provocare il ritorno di interesse su questo tema. Il numero si presenta come un percorso integrato tra saggi e rubriche, con intensità differenti, tutte le questioni analitiche sono state riprese dagli articoli e questo è il percorso che ne è emerso.

L'articolo di Mariaeugenia Parito, partendo da una prospettiva costruttivista, avanza l'ipotesi che il processo d'integrazione istituzionale europea vada affiancato da un solido percorso di costruzione di significati. Il saggio ricostruisce puntualmente, e in maniera critica, l'accidentato, ma anche illuminato, percorso della comunicazione pubblica europea e le logiche che l'hanno sottesa. Le questioni comuni hanno generato inevitabili conflitti che però continuano ad essere concepiti in maniera tecnocratica e non controversiale. Il rischio è quello di una comunicazione non essere adeguate, fredda e distaccata, rispetto ai contesti "caldi" dalla politicizzazione del dibattito, elemento necessario per la costruzione di una sfera pubblica europeizzata. In questo scenario, però, viene data scarsa importanza al tema dell'*open governement* e della democrazia deliberativa, che rappresenta invece la risposta europea al deficit democratico.

Il contributo di Paola Savini, attraverso un approccio storico, ben riassume le difficoltà della creazione di un'identità comune. Attraverso la ricostruzione dei processi simbolici che hanno portato alla faticosa approvazione del Trattato di Lisbona, viene denunciata l'occasione persa di

una politica simbolica europea che ha avuto alla base la non legittimazione dei contesti nazionali. L'articolo sostiene la necessità di rinascita di una nuova dimensione simbolica (come, per paradosso, sta avvenendo contro l'UE) e l'urgenza, soprattutto in vista delle elezioni europee, di recuperare meccanismi di formazione di identificazione nel progetto di integrazione europea non solo sul piano normativo, ma anche su quello politico e partecipativo. La comunicazione dell'Europa attraverso i suoi simboli (bandiera, inno, colori) e nonostante gli sforzi messi in campo non riesce ancora a generare senso di appartenenza verso il progetto comune anche perché non riesce a risolvere l'ambiguità di alcuni concetti istituzionali come quello della sovranità nazionale, di popolo europeo, di valori democratici comuni che vengono idealisticamente affermati, ma di fatto non praticati. In questa tensione, il ruolo della comunicazione è centrale, ma anche ambivalente. Da un lato vi è il riconoscimento dello sforzo istituzionale europeo di darsi una strategia comunicativa e di inserire nei propri testi concetti fortemente simbolici; dall'altro i sistemi mediali nazionali che rimangono fortemente ancorati alla dimensione interna, incapaci (o privi di volontà) di generare pratiche identitarie.

L'articolo di Nicola Righetti, Fabio Giglietto e Giada Marino esplora la relazione tra nuovi media e opinioni politiche dei cittadini, specificamente riferite all'Unione Europea, partendo dall'evidenza ormai riconosciuta del nesso tra uso dei nuovi media, anche a scopo informativo, e aumento di consenso per i partiti euroscettici. La funzione comunicativa resta essenziale per la formazione di una sfera pubblica, nazionale ed europea e, in un ecosistema di sovrabbondanza comunicativa, il ruolo dei media diventa ancora più cruciale. I cittadini percepiscono le istituzioni come distanti, chiuse e imperscrutabili mentre si è visto che, almeno a livello europeo, mai come adesso l'offerta di informazioni è elevata. La copertura della politica europea da parte dei media sembra essere andata progressivamente aumentando. In questi anni la visibilità dell'Europa sui media online e l'engagement generato su Facebook consentono di annoverarla tra le istituzioni che hanno occupato a pieno titolo l'agenda mediatica digitale, anche se restano problemi di posizionamento; ma a trarne vantaggio sono stati soprattutto gli attori politici euroscettici. Il lato debole è rappresentato dalla mediazione giornalistica e dai suoi meccanismi selettivi che, a livello generale, mantengono interesse per la politica europea solo di fronte a eventi straordinari o particolarmente controversiali, mentre tendono a riportare il dibattito politico quotidiano sull'Europa agli interessi nazionali e alle polemiche di cui sono promotrici soprattutto le forze sovraniste. Inoltre, il fatto che vi sia ancora un certo grado di approssimazione sul funzionamento delle istituzioni europee da parte degli addetti dell'informazione (la Commissione Europea è riuscita a differenziarsi meglio come attore istituzionale anche grazie alle direttive di Junker, mentre il Parlamento Europeo fatica ad affermare la propria identità) dipende dal fatto che i meccanismi selettivi vanno sempre più nella direzione di prestare attenzione ai leader piuttosto che alle organizzazioni e ai temi. Non aiuta il fatto che le istituzioni europee non siano ancora abbastanza capaci a personalizzare la propria strategia comunicativa e che siano piuttosto flebili le voci eurofile dotate di autorevolezza e in grado di occupare la scena mediatica. Questo fa gioco ai *frames* negativi imposti dalle forze contrapposte ed alimenta ulteriormente la distanza tra istituzioni europee e cittadinanza.

Il contributo di Michelangelo Conoscenti, molto provocatoriamente, sottolinea il fatto che nonostante l'Unione Europea sia impegnata in un gran numero di iniziative di comunicazione pubblica, la forza della sua azione nella costruzione del dibattito pubblico continua ad essere poco incisiva. Partendo da una prospettiva linguistica struttural-funzionalista, l'articolo mette in luce il fatto che le istituzioni europee non hanno ancora il controllo sulle rappresentazioni mediali dell'Europa, che appaiono così incoerenti e contradittorie e non in grado di contrastare le contro-narrazioni che vengono da fuori dei suoi confini. Il rischio è che all'interno di un discorso pubblico sempre più polarizzato su dorsali ideologiche come inclusione/esclusione europeismo/nazionalismo economia/welfare, la debolezza comunicativa, in senso organizzativo, diventi un impedimento grave che produce disaffezione invece di creare posizionamento. Il

cittadino nell'era della disintermediazione comunicativa, tende sempre di più a cercare semplificazioni del discorso e queste gli vengono date più dai movimenti populistiche e da forze esterne ai sistemi mediali, attualmente presenti nello spazio pubblico, più che dalla prassi comunicativa adottata dalle istituzioni (Wodak 2015). L' articolo discute, da un punto di vista linguistico, come l'Europa sia al centro di una "guerra narrativa" che vede contrapporsi in modo pragmatico opposte fazioni militari: da un lato la NATO e dall'altro la Russia. L'obiettivo strategico, sostiene l'autore, è la deligittimazione sistematica delle istituzioni europee al suo interno, ma soprattutto dal suo esterno. L'euroscetticismo in quanto una risorsa simbolica utilizzata da forze politiche interne all'Unione trova rinforzo ed eco nei toni e nei *frames* che giungono da fuori e che contribuiscono ad indebolire la già fragile immagine delle istituzioni europee. La comunicazione istituzionale europea per arginare il pericolo di delegittimazione sempre più forte dovrebbe provare ad adottare tecniche strategiche meno neutrali, ispirandosi a quanto fanno già avviene a livello intergovernativo. Questa assunzione, che non rientra ad oggi nella *mission* istituzionale delle istituzioni europee, forse dovrebbe diventarlo in un futuro prossimo se venisse assunta l'idea di comunicazione come punto politico-strategico.

Il contributo di Célia Belim e Pedro Costa entra nel merito di una specifica *issue* su cui l'europeizzazione dello spazio pubblico si sta misurando a livello istituzionale e comunicativo: la questione dei rifugiati e delle migrazioni. Il focus è su due paesi dell'Unione, l'Ungheria e la Germania, in questo momento ai poli opposti sulla politica di ricollocamento. Gli assunti dell'articolo sono il processo di leaderizzazione, un tratto ormai centrale a tutti i livelli di *governance*, e la presa di posizione istituzionale nei confronti di temi controversiali e divisivi. Nel caso specifico il dilemma è: salvare le persone o salvare i confini? Questa è la scelta che l'Unione Europea è chiamata ad esprimere nella sua policy comune sulle migrazioni verso cui chiede impegno alle nazioni. Ciò che però accade è che le differenze storiche, culturali e politiche portano a posizioni sono invece molto differenti. Alla base questioni identitarie nazionali, che confermano la mancanza di un metabolismo comune in termini di solidarietà sociale, e la ricerca di consenso interno espressa da leader e forze politiche. Da questo punto di vista, il tema delle migrazioni diventa un'ottima cartina di tornasole perché tocca nel profondo i tratti identitari e fa emergere il grado di distanza/vicinanza sostantiva rispetto ai principi ispiratori del progetto Europeo. L'articolo analizza i pronunciamenti ufficiali di due leader nazionali posizionati agli antipodi sul tema, Angela Merkel e Viktor Orban, e li confronta con quello del presidente della Commissione europea Claude Junker per misurarne gli scostamenti. Ciò che emerge è che un paese fondatore e centrale nella guida dell'attività politica di Bruxelles si avvicina maggiormente ai principi sostenuti dall'Europa. Invece in un paese di più recente ingresso come l'Ungheria (2004) pare essere più distante dal riconoscere i valori fondativi dell'UE creando un problema di identità istituzionale interna all'Unione e di adesione al modello europeo di *governance*.

Infine l'articolo di Marta Jas-Koziarkiewicz, pur focalizzandosi solo sulle percezioni dei giovani polacchi verso l'Unione Europea, rappresenta un utile tassello rispetto all'audience degli studi europei, perché mette al centro una categoria sociale, i giovani, su cui l'Europa sta investendo molto, ma che in questo momento è poco presente nello spazio pubblico europeo. Secondariamente, offre uno sguardo altro con cui guardare al processo di costruzione europea. La situazione in Polonia all'interno dell'Unione Europea rappresenta un caso paradigmatico, perché anch'esso è un paese di recente ingresso (2004), dove l'orientamento politico di estrema destra del Governo sta mostrando tratti preoccupanti di insofferenza verso l'Unione Europea, come dimostra la contestata riforma del sistema mediale polacco, che di fatto nazionalizza tutti gli investimenti nel campo dell'informazione. Il contributo si allinea, in qualche misura, con l'analisi fatta nell'articolo di Belim e Costa, ma entra maggiormente nel merito dell'influenza dei media nel costruire percezioni diffuse. L'aspetto interessante è la triangolazione che esamina sia le attitudini del mondo giovanile, sia l'ambiente giornalistico, che quotidianamente contribuisce a costruire cornici di senso intorno

al dibattito europeo, sia la visibilità dell'Europa sui media tradizionali. Il risultato mostra che i giovani polacchi tendono ad interpretare l'Europa da una prospettiva nazionale, sono informati sui principali eventi europei, ma sono portati a considerarli come fatti esterni al loro sistema di credenze. La loro immagine dell'Europa si articola su tre livelli di interesse: questioni che hanno ricadute con la situazione del paese, informazioni sensazionalistiche (scandali e tensioni interne all'Unione) oppure legate ad alcune specificità internazionali. Questo viene confermato anche dagli addetti dell'informazione, che dichiarano di dedicare attenzione verso le questioni europee nello stesso identico modo. Chi influenza chi è la domanda cognitiva a cui però il saggio non da una chiara risposta. Nonostante le giovani generazioni polacche dichiarino di utilizzare soprattutto i social media, le loro percezioni verso l'Europa non sembrano essere influenzate dai dibattiti più transnazionali; la collinearità tra percezioni dei giovani e quelle degli addetti all'informazione mostra un sistema di rappresentazione delle questioni europee ancora molto immaturo, fortemente indirizzato dai media *mainstream* e distante dalla complessità più volte richiamata.

Lo spazio Convergenze, infine irrobustisce i contributi degli articoli, presentando una prospettiva più descrittiva, che ricompone la complessità, strutturale e culturale, della comunicazione europea. Il contributo di Lucia D'Ambrosi, ricostruendo il *design* delle *policy* di comunicazione europee mostra la presenza convergente di spinte dall'alto e dal basso. Da un punto di vista costruttivista, si può affermare che le identità locali, nazionali e sovranazionale non si escludono, ma possono coesistere se capaci di distinguere le funzioni a cui tendono. La cittadinanza dell'Unione non è quindi esclusiva, ma complementare e multilivello. L'intreccio dei piani diventa l'elemento caratterizzante dell'identità europea dove la dimensione multipla dovrebbe diventare la linfa, e il varco, per il processo di integrazione. Il rammarico è che la forza delle due polarità è ancora troppo debole e incapace di costruzioni virtuose. Il contributo di Roberto Menotti punta il dito sui media professionali dell'informazione riconoscendo loro una responsabilità superiore a quella dei cittadini comuni: qualunque sia il peso relativo assegnato ai social media e alle fonti di informazione e opinione non professionali, la funzione dei professionisti deve essere più coraggiosa. A suo avviso è necessario recuperare una funzione apertamente didattica ed educativa dei media, che poggi, a sua volta, su competenze specialistiche, oggi messe in discussione dalla disintemediazione, e sull'assunzione di un ruolo pubblico. Si tratta di ridare centralità e fiducia ai media professionisti per fare in modo che si riapproprino della capacità di affrontare temi complessi con un linguaggio complesso. Il contributo di Celaste Satta, di converso, pone l'accento sulla responsabilità dei cittadini che se coinvolti nel processo partecipativo possono diventare una risorsa di policy non solo utile a colmare il deficit democratico e ristabilire schemi di fiducia, ma anche per calibrare le politiche per lo sviluppo territoriale. Nuovamente luci ed ombre, se da un lato le iniziative europee vanno in questa direzione, per altro verso mostrano di essere velleitarie se non sostenute a livello nazionale.

Bibliografia

Adam, S. (2007) «Domestic adaptations of Europe. A comparative study of the debates on EU enlargement and a common Constitution in the German and French quality press», in International Journal of Public Opinion Research, vol. 19, 4, pp. 409-43.

AIM (Adequate Information Management in Europe) Project (2007), *Understanding the Logic of EU Reporting in Mass Media*, Dortmund, AIM Working Papers.

Banducci, S., Boomgaardend Hajo, Semetko H., and de Vreese C. (2006). «The news coverage of the 2004 European Parliamentary Election Campaign in 25 countries», in *European Union Politics* 7(4): 477-504.

Bauman, Z. (2001), *Community: seeking safety in an insecure world,* Oxford, Blackwell Publisher.

Belluati, M. (2012), «The Local Communication Flow as Strategic Resource in the Construction of a European Public Sphere», in Morganti L. e Bekemans, L. (a cura di) The European Public Sphere. From Critical Thinking

to Responsible Action, Brussel, Peter Lang.

Belluati, M. (2015), «Europa Liquida. Contraddizioni e ri-orientamenti del processo di costruzione della sfera pubblica europea in Italia», in *L'Unione Europea tra istituzioni e opinione pubblica*, M. Belluati e P. Caraffini (eds), Roma: Carocci, pp. 179–192.

Belluati, M. (2018) «Euroscepticism and the Public Sphere», in Guido Levi e Daniela Preda (eds) Euroscepticisms Resistance and Opposition to the European Community/European Union, Bologna, Il Mulino, pp. 61-74.

Bennett, W.L. and R.M. Entman, (eds.) (2001), *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge (UK), Cambridge University Press.

Bobbio, L. e F. Roncarolo, (a cura di) (2015), *I media e le politiche. Come i giornali raccontano le scelte pubbliche che riguardano la vita dei cittadini*, Bologna, Il Mulino.

Bondebjerg, I. and P. Golding (2004a), *European culture and the media*, Bristol, Intellect Books,.

Bondebjerg, I. and P. Golding (eds), (2004b). *European Culture and the Media Changing Media*. Portland: Intellect Books.

Bondebjerg, I. and P. Madsen (2008) *Media, democracy and European culture*, Bristol, Intellect Books.

Calhoun, C. (ed.) (1992), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA, MIT Press.

Calise, M. (2016), *Democrazia del leader*, Bari, Laterza.

Cavalli, L. (1992), *Governo del leader e regime dei partiti*, Bologna, Il Mulino.

Chalmers, D. (2003), «The Reconstitution of European Public Spheres» in *European Law Journal*, vol. 9, issue 2, pp. 127-189.

Commission of the European Communities, (2006), *White Paper on a European Communication Policy*, Brussels.

Cornia, A. (2010), *Notizie da Bruxelles. Logiche e problemi della costruzione giornalistica dell'Unione Europea*, Milano, Franco Angeli.

D'Alessandro, R. (2010), *La società smarrita. Quattro letture del presente fra paure, crisi e migrazioni,* Milano, FrancoAngeli.

Damian, C. (2003), «The Reconstitution of European Public Spheres» in European Law Journal, vol. 9, issue April, pp. 127-189.

Dahlgren, P. and Sparks, C. (1992), *Journalism and Popular Culture*, London, Sage.

Dayan, D. and E. Katz (1992), *Media Events, the Live Broadcasting of History*, Cambridge, Harvard University Press

de Vreese, C.H. (2001), «Europe in the news: A cross-national comparative study of the news coverage of key EU events» in *European Union Politics*, vol. 2, issue 3, pp. 283-307.

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

Entman, R.M. (1989), *Democracy Without Citizens. Media and the Decay of American Politics*, Oxford, Oxford University Press.

Fabbrini, S. (2017), *Sdoppiamento. Una prospettiva nuova per l'Europa*, Roma-Bari, Laterza.

Fossum, J. and P. Schlesinger (eds.) (2007), *The European Union and the Public Sphere A communicative space in the making?*, London, Routledge.

Golding, P. (2007), «Eurocrats, Technocrats and Democrats», in European Societies, 9(5): 719-734.

Grossi, G. (1996), *L'Europa degli italiani. L'Italia degli europei. Un mese di giornali e televisioni*, Roma, Rai Eri.

Habermas, J. (1992a), *Faktizität und Geltung: Beiträge zurDiskurstheorie des Rechtsäund des demokratischen Rechtsstaats*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, tr. it. (1996), *Fatti e norme: contributi a una teoria discorsiva del diritto e della democrazia*, Guerini Associati, Milano.

Habermas, J. (1992b), «Cittadinanza politica e identità nazionale. Riflessioni sul futuro dell'Europa», in Id., Morale, diritto, politica, Torino, Einaudi.

Habermas, J. (2011), *Il ruolo dell'intellettuale e la causa dell'Europa*, Bari, Laterza.

Hall, S. (2003) «In but not of Europe» in *Europe and its Myths. Soundings*. (22), pp. 57-69.

Hallin, D. and Mancini, P. (2004), *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

Hilgartner, S. and Bosk, C.L. (1988), «The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model», in American Journal of Sociology, 94, pp. 53-78.

Hooghe, L. and G. Marks (2009), «A Postfunctionalist Theory of European Integration: From Permissive Consensus to Constraining Dissensus» in *British Journal of Political Science*, 39(1), pp. 1-23.

Inglehart, R. (1970), «Cognitive mobilization and European identity», in *Comparative Politics*, 3(1), pp. 45-70.

Kevin, D. (2003), *Europe in the Media. A Comparison of Reporting, Representation, and Rhetoric in National Media Systems in Europe*, London, Lawrence Erlbaum Associates.

Koopmans, R., P. Statham, M. Giugni, and F. Passy (2005), *Contested Citizenship: Immigration and Cultural*

Diversity in Europe, Minneapolis-London, Univerity of Minnesota Press.

Koopmans, R. and P. Statham, (eds.) (2010), *The Making of a European Public Sphere. Media Discourse and Political Contention*, Cambridge, Cambridge University Press.

Kriesi, H. and E. Grande, R. Luchat, M. Dolezal, S. Bornschier, T. Frey, (2008), *West European Politics in the Age of Globalization*, Cambridge, Cambridge University Press.

Lijphart, A. (1977), *Democracy in Plural Societies: A Comparative Exploration*, New Haven and London, Yale University Press.

Lijphart , A. (2012), *Patterns of Democracy. Government Forms and Performance in Thirty-Six Countries*, New Haven and London,Yale University Press.

Lloyd, J. and C. Marconi, (2014), *Reporting the EU: News, Media and the European Institutions*, London, I.B. Tauris.

Losito G., e Porro N. (1992), *Le rappresentazioni giornalistiche dell'Europa nel 1992. Primi risultati di una ricerca pilota*, Roma, Rai-Eri.

Maier, M. and Tenscher, J. (eds.) (2006), *Campaigning in Europe – Campaigning for Europe: Political Parties, Campaigns, Mass Media and the European Parliament Elections 2004*, London, LIT Publisher.

Mancini, P. (2002), *Il sistema fragile. I mass media in Italia tra politica e mercato*, Roma, Carocci.

Mancini, P. (2005), «Is there a European model of Journalism?» in H. de Burgh (ed.), *Making Journalists*, London and New York, Routledge.

Marini, R. (ed.) (2001), *L'Europa dell'euro e della guerra. La campagna elettorale europea 1999 in Italia e in sette paesi dell'Unione*, Roma-Torino, Rai-Eri.

Marini, R. (ed.) (2004), *Comunicare l'Europa. Campagne elettorali, informazione e comunicazione istituzionale*, Perugia, Morlacchi Editore.

Marini, R. (2014), «Concentrazione e distrazione: come i giornalismi nazionali rappresentano l'Unione Europea / Fokussierung und Ablenkung: Die Darstellung der EU im nationalen Jurnalismus» in *Annali di Sociologia / Soziologisches Jahrbuch*, vol. 18, pP. 197-245

Marletti, C. and J. Mouchon (a cura di) (2005), *La costruzione mediatica dell'Europa (Europe in the media)*, Milano, Franco Angeli.

Meinhof, H.U., and A. Triandafyllidou (eds.) (2006). *Transcultural Europe: Cultural Policy in a Changing Europe.* Basingstoke, Palgrave Macmillan.

Melucci, A. (1992), *Il gioco dell'io: il cambiamento di sé in una società globale*, Milano, Feltrinelli.

Melucci, A. (2000), *Culture in gioco. Differenze per convivere*, Milano, Il Saggiatore.

Norris, P. (1997), «Representation and the democratic deficit» in *European Journal of Political Research*, 32, pp. 273–282.

Norris P, and D. Inglehart, (2019), *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism,*Cambridge, Cambridge University Press.

Parito, M. (2007), *Comunicare l'Europa nello scenario cosmopolita, Acireale-Roma, Bonanno.*

Parito, M. (2012), *Comunicare l'Unione Europea. La costruzione della visibilità sociale di un progetto in divenire*, Milano, Franco Angeli.

Pfetsch, B., S. Adam and B. Eschner (2008), «The contribution of the press to Europeanization of public debates. A comparative study of issue salience and conflict lines of European integration» in *Journalism: Theory, Practice & Criticism,* vol. 9, issue 4, pp. 463-490.

Reif, K. and H. Schmitt (1980), «Nine second-order national elections: A conceptual frame-work for the analysis of European election results» in *European Journal of Political Research* 8 (1), pp. 3-45.

Rhodes, R.A.W. and P. Hart (2014), *The Oxford Handbook of Political Leadership*, Oxford, Oxford University Press.

Risse, T. (2010), *A Community of Europeans? Transnational Identities and public Spheres*, Cornell, Cornell University Press.

Sassatelli, M. (2008), «European Cultural Space in the European Cities of Culture», in *European Societies*, 10(2), 225–245.

Schlesinger, P. (1999), «Changing Spaces of Political Communication: The Case of the European Union» in *Political Communication*, vol. 16, issue 3, pp. 263-279.

Statham, P. (2006), «Political Journalism and Europeanization: Pressing Europe?» in European Political Communication, Working Paper Series, Issue 13/06.

Sunstein, C.R. (2017), *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton, Princeton Universty Press.

Trenz, H.J. (2007), *Measuring Europeanisation of public communication. The question of standards*, Recon Online

van Dijk, J., T. Poell, and M. de Waal (2018), *Platform Society. Public Values in a Connective World,* Oxford, Oxford University Press.

Verderame, D. (2018), «Understanding otherness through the prism of EU cultural policy: a case study» in *De Europa. European and Global Studies Journal*, vol.1/2, pp.34-44.

Volkmer, I. (2014). *The Global Public Sphere. Public Communication in the Age of Reflective Interdependence*, Cambridge, Polity Press.

Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear. What Right-Wing Populist Discourses Mean*, London, Sage.

Wodak, R., A. Triandafyllidou, and M. Krzyzanowski (eds) (2009), *The European Public. Sphere and the Media*, Basingstoke, Palgrave.