

IL CASO. Rai e Fininvest ai politici: quali prospettive per il dopo-voto?

Le precedenti «staffette»

«La tv scende in campo?», rappresenta il terzo capitolo della collaborazione professionale tra Michele Santoro e Maurizio Costanzo...



Michele Santoro Camilla Morando Agf



Autoregolamenti Oggi Cda Rai

Il consiglio d'amministrazione della Rai ha all'ordine del giorno oggi la discussione sull'autoregolamentazione nelle trasmissioni di informazione in periodo elettorale...

LA TV DI ENRICO VAIME «Detto tra noi» Il coraggio di essere cinici

ESISTONO la tv d'evanescente pedagogia, la tv di vertice e alcune altre. Poi c'è la tv della «figa» che alla Rai viene gestita quotidianamente da Detto tra noi...

O garanzie o scimitarre Costanzo e Santoro: tv, resta libera

ROMA «Siete disposti a dirci che all'indomani del voto non ci saranno regolamenti di conti ma una grande discussione per dare una nuova forma e regole certe al sistema dell'informazione?»...

La coppia Santoro-Costanzo di nuovo «insieme» in video per una staffetta sul tema politica e sistema informativo. La tv scende in campo? è il titolo della doppia trasmissione...

«Ma si avverte nella sua una preoccupazione che è quella di difendere i diritti della televisione elemento cardine della democrazia che andiamo a costruire...»

Liberta e autonomia Ma il punto sul quale ora entrano i trambi battono per tutta la durata dell'incontro con la stampa è uno solo: «La sola autoregolamentazione che comunemente garantiamo non è sufficiente...»

Tutte le «bocce» della tv Che la loro domanda rischi di essere retorica e offra il destro a risposte rassicuranti in perfetto stile politichese? Insomma chi - sia Segni o Veltroni Bossi o Fini Berlusconi o Martinazzoli - risponderebbe...

Anche l'etere ha il suo Auditel. E la sua pubblicità. Ecco l'identikit di coloro che «snobbano» la tv Sono tanti, son più della metà: e ascoltano la radio

MILANO Basta vittimismo. La radio è povera ma bella. E comincia a darsi delle arie. I nuovi dati della rilevazione Audiradio (sorella di Auditel) dicono che il pubblico che ascolta è più giovane, colto e maschile di quello televisivo...

investono in pubblicità soprattutto quelli che si rivolgono al pubblico più largo e indifferenziato. Con buona pace dei cosiddetti target mirati...

cecchettiana Radio DeeJay (3.687.000) che tante soddisfazioni ha dato anche alla tv sfiorando fenomeni di massa come Jovanotti e Fiorello...

investono sulla radio solo il 35 dei loro soldi. Mentre dedicano alla tv il 51,4. Un'anomalia tutta nostrana e berlusconiana che però non va addebitata solo allo strapotere del cavaliere Berlusconi...

che «spettatori svogliati se non assenti della prima serata in video. Per non parlare della flessibilità di un mezzo che consente anche piccole campagne alla portata di aziende piccole e piccolissime...»

A queste doti il mezzo aggiunge una forte crescita dal primo anno di Audiradio (1988) l'ascolto è cresciuto da 25 a 33 milioni di persone al giorno con una media di 2 ore e 35 minuti di permanenza...

in quanto mondo senza immagini la Rai conserva un suo primato assoluto e relativo. Nel senso che nel giorno medio ha quasi 14 milioni di ascoltatori molto inegualmente divisi tra le sue reti (Radiouno 7.616.000 Radiodue 6.137.000 Radiotre 1.458.000)...

che «spettatori svogliati se non assenti della prima serata in video. Per non parlare della flessibilità di un mezzo che consente anche piccole campagne alla portata di aziende piccole e piccolissime...»

che «spettatori svogliati se non assenti della prima serata in video. Per non parlare della flessibilità di un mezzo che consente anche piccole campagne alla portata di aziende piccole e piccolissime...»

che «spettatori svogliati se non assenti della prima serata in video. Per non parlare della flessibilità di un mezzo che consente anche piccole campagne alla portata di aziende piccole e piccolissime...»