

PER SEGUIRE I RISULTATI IN TV

CAMERA SENATO

Dalle 21,30 la maratona tv

Tra «int» ed «exit poll» 15 ore di diretta

Alle 21,50 iniziano le kermesse elettorali di Raiuno, Raitre, Canale 5, Retequattro e del circuito Cinquestelle (su Raidue e Italia 1, invece, andranno in onda solo brevi «speciali»). Il primo appuntamento con i dati è per le 22, alla chiusura dei seggi, con gli «intention poll», su sondaggi telefonici nell'ultima settimana (solo Cinquestelle propone gli «exit poll»). Alle 22,45 la prima proiezione per il Senato. Alle 24 per la Camera dei deputati.

NOSTRO SERVIZIO

ROMA Tutto è pronto per la nuova kermesse in tv. Ultimi ritocchi agli studi televisivi, ultime telefonate di conferma agli ospiti della serata. Tutte le trasmissioni della giornata sono «in attesa del voto», persino *Domenica* in cambia look per l'occasione. Ma è dopo cena che scatta la tv elettorale. Da questo momento saranno i telespettatori-elettori a doversi creare un palinsesto «su misura»: in una mano il giornale con i programmi delle diverse reti, dall'altra il telecomando. Gli studi si illuminano con i riflettori della diretta, su tutte le reti, alle 21,50: una no-stop di 24 ore di trasmissioni in tv, alla radio, su Televideo (con 150 pagine a disposizione) e su Internet (collegarsi con il sito Rai www.rai.it). E per aiutarvi nel vostro zapping ecco una «guida» all'ascolto.

Su Raiuno Bruno Vespa conduce una no-stop fino alle 3 di lunedì. Ospiti in studio i rappresentanti di tutti i partiti (Salvi - Pds, Bianco - Popolari, Ripa di Meana - Verdi, Bertinotti - Prc, Boselli - Si, Dini - Ri, Gasparri - An, Urbani - Fi, Buttiglione - Cdu, Casini - Ccd, Pannella, Rauti - Msi, un esponente della Lega), il politologo Sartori, rappresentanti del mondo dell'economia, Ferrara direttore del *Foglio* e Parlato del *Manifesto*. Previsi collegamenti con *Corriere della Sera*, *Stampa*, *Giornale*, *Repubblica*, *Messaggero*, con le sedi dei partiti e con le postazioni dove i leader dei due schieramenti seguono l'andamento dei risultati: il Roof Garden del Palazzo delle esposizioni per l'Ulivo e l'Hotel Bernini Bristol per il Polo. Raitre avrà come conduttori in studio (fino alle 3 del mattino) il

direttore Italo Moretti e Federica Sciarelli, ospiti il prof. Mannheim. I giornalisti Borgomeo (direttore della radio Vaticana), Pansa e Veneziani, i vignettisti Elie Kappa, Stainò e Krancic. In attesa delle prime edizioni dei giornali Gianni Ippoliti proporrà la sua improbabile «rassegna stampa». Collegamenti con le sedi dei partiti, le redazioni dei giornali, luoghi di lavoro come Porto Marghera e una libreria romana che ospiterà artisti e scrittori. Enrico Mentana guida su Canale 5 una no-stop che si concluderà alle 9 di lunedì: il Tg5 fornirà proiezioni esclusive mirate dei due «testa a testa» principali, tra Berlusconi e Bossi nel collegio di Milano I e tra Veltroni e Mancuso nel collegio di Roma I. Previsi collegamenti con le sedi di tutti i partiti e con l'«inviato speciale» Enrico Papi. Su Retequattro Emilio Fede conduce un programma fino alle 2 di lunedì con ospiti in studio a Milano, tra gli altri, Carlo Scognamiglio, Tiziana Parenti, Gianni Pilo e Diego Masi, nello studio di Roma Lucio Colletti, Cesare Salvi, Maurizio Gasparri e Marco Taradash, oltre a Mauro Paissan in collegamento telefonico. Collegamenti con le sedi dei partiti e con Parigi, Bonn, Londra, New York. Cinquestelle e Odeon (che an-

tecipiano il via alle trasmissioni alle 21,30) puntano forte sulla campagna elettorale: in studio, come conduttori, Gianfranco Funari, Sandro Curzi («Faremo tremare Vespa e Mentana») e Nicola Piepoli. Collegamenti con l'agenzia Adn Kronos per le ultime notizie, con le sedi dei due schieramenti, con le redazioni locali del circuito televisivo Rta. Alle 22,30 scatta «l'ora X» delle tv: chiudono i seggi e, sul filo del secondo, le diverse reti (Raiuno, Raitre, Raidue con uno speciale di 20 minuti, Canale 5, Retequattro, Italia 1 con uno speciale di 10 minuti) proporranno gli «intention poll» elaborati dall'Abacus, ovvero le indicazioni di voto fornite da 20 mila elettori contattati telefonicamente nell'ultima settimana. Alla stessa ora lo «scoop» di Cinquestelle e Odeon, che propongono inecce gli exit-poll elaborati dal Cirm di Milano, dove sarà in collegamento Raffaella Longobardi. Alle 22,45 la prima proiezione riguarderà il Senato. I dati saranno aggiornati ogni 20 minuti. Alle 24 circa sarà possibile avere la prima proiezione per la camera dei deputati (il Tg2 notte sarà dedicato alle elezioni dalle 23,40 alle 24,40; mentre Studio aperto di Paolo Liguori farà anche altri due speciali di dieci minuti alle 23,30 e alle

0,30). Alle 2 del mattino, infine, la linea del Tg5 passerà a Everardo Dalla Noce per «tastare il polso ai mercati finanziari, cominciando dal Giappone. Su Raiuno la redazione del Tg1 proporrà alle 4 e alle 5 due dirette di dieci minuti con gli aggiornamenti dei dati, provenienti dal Viminale. Anche gli italiani all'estero potranno seguire l'andamento dei risultati elettorali. Le trasmissioni previste da Rai International avranno inizio alle 23 del 21 e termineranno alle 2 del 22 aprile. Lunedì mattina gli schermi si riaccenderanno all'alba. Alle 6 su Raiuno «Speciale elezioni mattino» condotto da Luca Giurato Dalle 6 alle 8,30 il Tg3 fornirà dati ufficiali aggiornati sulla base di quelli forniti dal Viminale, in studio Paola Sensi e Gianni De Chiara. Alle 8,30 su Raidue il «Tg2-Tgr speciale elezioni», condotto da Daniela Vergara. Per chi invece preferisce sintonizzarsi con la Radio il «Filo direttore» del Giornale Radio Rai dedicato alle elezioni politiche che inizierà domenica alle 21,55 e si concluderà alle 12 di lunedì, sarà immesso anche su Internet nell'ambito della sperimentazione che il Grista portando avanti nel settore multimediale gli utenti della Rete potranno inviare anche messaggi.

maunque preso la via del commento politico. Ha biasimato l'Edicola del Tg3 che ha definito il giornale organo di partito. Si è poi infilato in una pasticcata polemica politica, rievocando le «ridicole accuse» che gli avrebbe rivolto Prodi e aggiungendo «Prodi, del resto, fa ridere di suo», il che purtroppo ci pare una volgare violazione della tregua elettorale, senza neppure la scusante della buffoneria che tante volte ci ha divertito in queste settimane. E dispiace anche dover notare che il Tg5 si è sentito in dovere di fare da sponsor a Radio Radicale, avvisando il pubblico della continuazione della propaganda sulle sue onde. Per chiudere in allegria scarantando, siamo perciò costretti a ricorrere ad alcuni detti elettorali memorabili enunciatosi in tv, che abbiamo segnato in un quadernetto per le meditazioni notturne. E partiamo da Filippo Mancuso, 1 aprile «La realtà di Roma è pensabile in quanto razionale». Alessandro Meluzzi, giovedì 11 aprile: «Per fare un bambino ci vogliono 9 mesi di gravidanza e non 9 gravidanze da 1 mese». Silvio Berlusconi, 17 aprile «Oggi gli insegnanti sono demotivati. Quelli bravi potranno andare alla scuola privata».

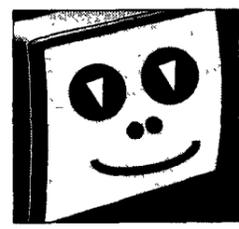
Pronti? Vial E non sbagliate a votare. Tenete conto delle ultime, peraltro noiosissime, indicazioni fornite dai leader esauriti. Poveracci anche loro, arrivati all'ultimo round completamente bolliti dalla stanchezza e dall'iterazione. Ovvio che più bollito di tutti, almeno secondo noi che siamo prevenutissimi, era Berlusconi, visto che si è fatto vedere oltre ogni umana sopportazione. Accidenti. Di Silvio (ormai ci prendiamo qualche confidenza) conosciamo ogni poro, ogni ruga, ogni capello (e qui ci vuole poco). Di Prodi invece conosciamo le due fondamentali espressioni del viso: la sorpresa di fronte alla faccia tosta dell'avversario e la benevolenza, anche esagerata, verso tutto il resto del mondo. Il professore è fatto così. Mentre Berlusconi, visto che si è fatto da sé, poteva farsi meglio. Così avrebbe potuto truccarsi meno e i soldi risparmiarli in cerone, poteva devolverti ai «bisognosi». Primo tra tutti Pannella, che essendo liberario, pensa di non dovere nessun rispetto delle libertà altrui. Cosicché ieri, primo giorno del dopo-campagna elettorale, non eravamo ancora del tutto svegli che lui già ci rompeva i timpani da Radio Radicale replicando i suoi appelli elettorali e poi la sua sfilatata prestazione in Piazza

Navona. Il simpatico Massimo Bordin ha spregiato, dalla sua partigiana ma interessante rassegna stampa, che, trattandosi di organo di partito, la sua radio non era tenuta alla sospensione della campagna elettorale. Poi però è stato annunciato il comizio di Tina Lagostena Bassi ed è stato lanciato anche un appello per ritirare volantini in via San Marco a Roma. Naturalmente, visto che le fanno i radicali, queste non sono manovre propagandistiche fuori legge, ma «disobbedienza civile». Così come, quando Pannella urla la sua sfida al «fascio dell'Ulivo» non si può certo rispondergli che lui si è alleato con ex fascisti e lobbisti inquisiti. Sarebbe antidemocratico, partitocratico e sindacatocratico. Ma del resto, a ridimensionare la

megalomania di Pannella ci pensano i suoi simpatici alleati: Berlusconi davanti a Prodi lo ha trattato da «pagliuzza», mentre Giuliano Ferrara, come ci ha informato il pacato Bordin, lo ha definito «nano elettorale, gigante politico». Ma Ferrara esagera sempre: prendiamo per vero solo il 50% della definizione e cioè il «nano politico», astioso e venduto, per un ministero, al padrone delle tv. Mentre dal punto di vista elettorale Pannella non è che la cellulite di Berlusconi. Quando (Dio non voglia) il cavaliere dovesse vincere, se lo scrollerebbe di dosso con un energico massaggio, senza dargli proprio niente in cambio. È la legge del libero mercato, quando uno non è più libero. Nell'appello televisivo, Pannella, dopo aver benevolmente parlato di

Il sabato bestiale di Fede e Pannella

MARIA NOVELLA OPPO



I risultati della ricerca Mediamonitor

L'Ulivo ha saputo cambiare strategia nella telepolitica

SARA BENTIVEGNA* LUCA NICOLFI**

CENTRODESTRA			
	9-15 MARZO	6-12 APRILE	SCARTO
LAVORO E SVILUPPO	14,3	12,0	-2,3
FISCO E DEFICIT	20,8	15,7	-5,1
STATO SOCIALE	11,1	11,6	+0,5
ORDINE PUBBLICO	1,9	2,4	+0,5
QUEST. MORALE, GIUST.	22,1	21,7	-0,4
ALTRE REGOLE	16,2	24,5	+8,3
FUTURO GOVERNO	12,9	9,3	-3,6
EUROPA, ALTRO	0,7	1,8	+1,1
SCARTO TOTALE			19,9

CENTROSINISTRA			
	9-15 MARZO	6-12 APRILE	SCARTO
LAVORO E SVILUPPO	8,1	26,6	+18,5
FISCO E DEFICIT	19,4	12,2	-7,2
STATO SOCIALE	10,6	15,4	+4,8
ORDINE PUBBLICO	3,2	3,1	-0,1
QUEST. MORALE, GIUST.	16,2	11,9	-4,3
ALTRE REGOLE	22,5	13,9	-8,6
FUTURO GOVERNO	20,9	16,1	-4,8
EUROPA, ALTRO		0,7	+0,7
SCARTO TOTALE			48,1

I dati sull'analisi del contenuto dei programmi televisivi sono opera del gruppo Mediamonitor dell'Università degli Studi di Roma «La Sapienza» coordinato da Mario Morcellini e Sara Bentivegna. L'analisi è basata su campione CRA-Nielsen, rappresentativo della popolazione italiana, intervistato telematicamente il 15-17 marzo (3.081 casi) e il 12-14 aprile (4.063).

La costruzione della campagna elettorale nella società mediale è operazione complessa e delicata che richiede la costruzione di mirate strategie e di attente operazioni di aggiustamento da effettuare in itinere. Anche nel caso della campagna appena conclusa ciò è avvenuto e numerosi indicatori lo stanno a testimoniare. Innanzitutto, nella fase iniziale della campagna - o in quella che può essere definita pre-campagna (dal 9 a 15 marzo) - tutte le forze politiche hanno costruito e diffuso messaggi centrati sulle questioni politiche generali (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei due schieramenti. È tuttavia evidente che non è possibile articolare un confronto tra formazioni opposte sulle sole caratteristiche dei leader e sulla possibile formazione dell'alleanza di governo. Ed infatti, nel corso della campagna sono stati introdotti altri ambiti tesi a definire le posizioni degli schieramenti. Il confronto tra i dati relativi alla settimana di pre-campagna e quelli della settimana dal 6 al 12 aprile mostra con grande evidenza come sia mutato sensibilmente l'ambito tematico offerto agli elettori. Pur rimanendo stabile l'attenzione per le questioni di politica generale, un notevole spazio è stato assegnato alle questioni politiche concrete - certo di maggiore interesse per gli elettori - mentre si è notevolmente ridotto quello dedicato all'andamento della campagna e alle caratteristiche dei candidati. Un confronto dettagliato tema per tema mostra che gli squilibri maggiori tra interessi del pubblico e contenuti delle trasmissioni riguardano il lavoro e lo sviluppo (troppo poco trattati, soprattutto dal centro-destra), la questione morale e la giustizia (troppo trattate, specie dal centro-destra), il futuro governo (troppo trattato, specie dal centro-sinistra), le altre regole - riforme, antitrust, par condicio, etc. - che sono state eccessivamente enfatizzate soprattutto dal centro-sinistra all'inizio della campagna elettorale, e soprattutto dal centro-destra alla fine. Complessivamente, l'indice di squilibrio tra contenuti delle trasmissioni e interessi del pubblico è rimasto sempre molto alto, anche se la sua struttura è notevolmente variata nel tempo. All'inizio della campagna elettorale, era il centro-sinistra a presentare lo squilibrio più alto (47,7 contro 41,1), alla fine della campagna è il centro-destra ad avere lo squilibrio più alto (46,4 contro 35,6). Ma quale schieramento ha contribuito di più a trasformare la complessiva offerta tematica veicolata dal mezzo televisivo? O, in altri termini, quale schieramento ha modificato la propria strategia comunicativa nella direzione di dare risposte alle esigenze provenienti dall'elettorato? L'analisi dei temi affrontati dai due principali schieramenti nel corso dei programmi di telepolitica segnala come lo schieramento di centro-sinistra sia stato più «reattivo» nei confronti dell'elettorato, dando via ad una complessa operazione di aggiustamento dell'offerta comunicativa Partito all'inseguimento dei temi proposti dal centro-destra, così come era avvenuto nella precedente campagna elettorale, e particolarmente attento alla questione delle regole, nonché della composizione del futuro governo, il centro-sinistra ha introdotto i temi del lavoro e dello Stato sociale, caratterizzando in tal modo in termini più precisi la sua offerta politica. Il tema del lavoro è passato, in termini di presenza, da un contenuto 8,1% ad un significativo 26,6% mentre la problematica politica generale (alleanze e riforme) e sulle caratteristiche dei leader dei