



DIREZIONE GENERALE
PER I BENI LIBRARI
E GLI ISTITUTI CULTURALI

Biblioteca Nazionale Centrale Firenze



Accademia della Crusca

La S.V. è cordialmente invitata alla presentazione dell'opera

L'italiano al voto

a cura di

Roberto Vetrugno, Cristiana De Santis,
Chiara Panzieri, Federico Della Corte

Premessa di

Massimo Fanfani, Nicoletta Maraschio e Angelo Stella

Firenze, Accademia della Crusca, 2008

mercoledì 9 aprile 2008 - ore 17

**Biblioteca Nazionale Centrale Firenze - Tribuna Dantesca
Piazza Cavalleggeri 1**

Saluto di **ANTONIA IDA FONTANA** (Direttrice della Biblioteca Nazionale Centrale)

Interventi di

LOREDANA CORNERO (Comunità Radiotelevisiva Italofofon)

ERASMO LESO (Università di Verona, Facoltà di Lettere e Filosofia)

LUCIA MOLINO (Fondazione Cariplo – Area Arte e Cultura)

FRANCESCO SABATINI (Presidente dell'Accademia della Crusca)

CARLO TRIGILIA (Università di Firenze, Facoltà di Scienze politiche)

Coordina

ELISA ANZALDO (Rai Uno)

saranno presenti i curatori



Il volume, che si apre con due prefazioni, una di Massimo Fanfani e Nicoletta Maraschio, l'altra di Angelo Stella, ed è corredato da indici dei nomi, dei fenomeni e dei termini notevoli, si compone di 20 saggi, suddivisi in due sezioni: I. *La carta stampata*, II. *Radio, tv, web*, che prendono in esame la lingua usata dai politici e dai giornalisti nelle diverse situazioni comunicative nel corso della campagna elettorale del 2006.. L'analisi è stata condotta su un campione ampio e variato di testi (manifesti, articoli, dibattiti, interviste, dichiarazioni, spot, blog) di diffusione nazionale e regionale.

Quella del 2006 è stata una campagna lunga e attentamente preparata, grazie anche alla figura del *campaign manager* o *spin doctor*. Cominciata all'insegna della *questione morale*, nella dialettica tra una presunta *superiorità morale* della sinistra e l'accusa di *collateralismo* da parte degli avversari, è continuata con l'*offensiva mediatica* di Berlusconi, le polemiche sulla *par condicio*, sull'*endorsement* dei giornalisti, sui candidati *impresentabili* e sulle auspiccate *quote rosa*, sulla *lunghezza VS sintesi* dei programmi dei due poli e sulla *compattezza VS divisione* degli schieramenti (a proposito di temi come le *unioni civili* o le *grandi opere*). È culminata poi nella *guerra delle tasse* (*cuneo fiscale* contro *ICI*) e in quella *dei sondaggi* (dal temibile effetto *band-wagon*), combattute a caccia del voto degli *indecisi* e conclusesi, all'indomani dello spoglio elettorale, con una *vittoria di misura*, un *paese spaccato* e l'ipotesi, presto tramontata, di una *grande coalizione* alla tedesca.

Arricchito da 6 interviste a linguisti e storici della lingua italiana (Giuseppe Antonelli, Ilaria Bonomi, Maurizio Dardano, Riccardo Gualdo, Andrea Masini, Luca Serianni) e da 4 interviste ai responsabili della comunicazione politica per i principali partiti (Vincenzo M. Campo per L'Ulivo, Gianni Cuperlo per i DS, Lucio Malan per Forza Italia, Federico Mollicone per AN), il libro fornisce un quadro completo della nuova comunicazione politica italiana, tra semplificazione, velocizzazione, spettacolarizzazione e radicalizzazione dello scontro.