

---

## Brevi media

**Autore:** Gaspare Novara

**Fonte:** Città Nuova

Comunicazione politica Partecipazione attiva I media possono far vincere le prossime elezioni? Chi lo sa! È un problema che le scienze della comunicazione mai sono riuscite a risolvere. Certo è che le nuove modalità di comunicazione politica on line incontrano ampia adesione nel nostro paese: il rapporto tra favorevoli e contrari è di 4 a 1. Il dato emerge da uno studio condotto dalla Ce&Co ([www.ceco.it](http://www.ceco.it)), società di ricerche di marketing per conto di Blogsfere, il grande network italiano d'informazione on line. La ricerca è stata presentata a Roma durante il convegno Elezioni e Internet: convergenze parallele? La Rete, la comunicazione mobile e la campagna elettorale 2006, che ha evidenziato l'importanza per i partiti di integrare Internet nelle proprie strategie. La ricerca rileva come il Web si collochi già da adesso tra le fonti di informazione politica alle quali si accede più spesso e con maggiore interesse. Se per gli italiani, però, la comunicazione politica on line è attesa e gradita, una buona parte di essi (42 per cento), pur non essendo pregiudizialmente contraria, teme in essa abusi, bugie e noia. In vista delle prossime elezioni politiche il mezzo al quale gli elettori hanno risposto di dare più ascolto, anche se con lievi differenze tra centrodestra e centrosinistra, è la tv, seguita dai giornali, al terzo posto pongono Internet ed Sms. Agli strumenti della comunicazione on line si chiede verità, onestà, chiarezza, format attraenti e coinvolgenti. Se ne apprezza la comunicazione diretta e senza tramite, ma anche le possibilità di coinvolgimento. Commentando i risultati, Antonio Palmieri, responsabile comunicazione di Forza Italia, si è detto convinto che tali forme di comunicazione possano dare nuovo vigore alla politica riavvicinandola ai cittadini. Per Paolo Gentiloni, presidente della commissione parlamentare di vigilanza Rai e responsabile comunicazione della Margherita, la vera novità di Internet sulla quale puntare non è tanto l'assenza di mediazione giornalistica, ma le possibilità di interazione. Sì ad Internet, quindi, se favorisce la partecipazione attiva e diventa sempre di più sede di dialogo. Web Archivi e capolavori Mettere in rete fondi e documenti dell'Archivio storico del Senato, dell'Archivio centrale dello stato e di undici fondazioni è l'obiettivo di Archivi in rete il progetto che, grazie ad una banca dati con oltre un milione di documenti, permette di leggere corrispondenze, interviste e discorsi degli uomini politici accedendo agli archivi dei gruppi parlamentari ([www.senato.it](http://www.senato.it).) Se si clicca invece su [www.duomomilano.it](http://www.duomomilano.it), si potrà conoscere, anche attraverso una fototeca e una videoteca, la Veneranda fabbrica del Duomo di Milano, istituita nel 1387 da Gian Galeazzo Visconti, per gestire le risorse per la costruzione della cattedrale. Per adesso invece è solo un progetto, ma si attuerà nel prossimo futuro l'archivio digitale che permetterà di ammirare, tramite Internet, una delle maggiori raccolte di disegni e stampe di artisti italiani e stranieri: le 130 mila opere del Gabinetto disegni e stampe della Galleria degli Uffizi di Firenze. In libreria Pescatori di uomini Uno degli scopi di questo libro è ribadire che l'importanza della comunicazione non è una scoperta recente. Presenta così Maria Giuseppina Muzzarelli, docente di storia medievale all'Università di Bologna, il suo ultimo libro nel quale analizza il ruolo e la figura dei predicatori medievali sotto l'aspetto comunicativo e, in particolare, nella loro relazione con il pubblico. Ne emerge un quadro ricco e vivace delle caratteristiche della predicazione e della comunicazione quali aspetti centrali nella vita e nella religiosità della città medioevale (Pescatori di uomini. Predicatori e piazze alla fine del Medioevo, Il Mulino, 22 euro).