
Brevi media

Autore: Gaspare Novara

Fonte: Città Nuova

WEB

Abbasso le file!

Sono sempre più numerosi gli italiani che, scegliendo di viaggiare in treno, evitano corse e code in stazione acquistando i biglietti via web sul sito www.trenitalia.it. Sono stati infatti 6 milioni e 521 mila i biglietti ferroviari venduti via Internet nel 2008, con una crescita del 41 per cento rispetto al 2007. Nel mese di dicembre si è arrivati addirittura ad un incremento del 70 per cento, superando il tetto dei 33 mila biglietti al giorno.

Molte anche le visite ai monumenti per le quali, grazie all'acquisto di biglietti via Internet, è possibile evitare le file. Tra di esse, da poco, anche quella alla Torre Eiffel dove, per salire, si è costretti a lunghe code in spazi divenuti troppo stretti per un numero di visitatori nel 2008 ha toccato quota sette milioni. Adesso, grazie al web, al costo di otto euro, è possibile acquistare i biglietti per i primi due piani. Ne occorrono altri cinque per salire fino alla cima.

AMMINISTRAZIONE

Linea amica

Un numero verde (803.001) ed un sito web (www.lineaamica.it) formano Rete amica, la rete multicanale dei centri di contatto della Pubblica amministrazione. Il nuovo progetto del ministero per la Pubblica amministrazione e l'innovazione ha lo scopo di mettere in rete tutti gli Urp (Uffici Relazioni con il pubblico) italiani. Ogni giorno i 5 mila centri di contatto del sistema della Pubblica amministrazione ricevono e rispondono a più di 500 mila richieste di informazioni e segnalazioni di disservizi, ma nessuno sa con quali effettivi risultati. Non tutte le strutture, poi, sono allo stesso livello per la qualità dei servizi forniti. Tra gli obiettivi di Linea amica, quello di aumentare la capacità di risposta complessiva della Pubblica amministrazione nei confronti dei cittadini ed estendere i casi di miglior funzionamento su tutto il territorio nazionale e a tutti i settori. Sul sito si possono trovare i collegamenti ai principali "centri di contatto" della Pubblica amministrazione ed un utile motore di ricerca; in futuro sarà disponibile, per coloro che non hanno padronanza delle nuove tecnologie, un assistente virtuale e saranno attivati servizi di assistenza ai disabili.

CHIESA E MEDIA

Niente giornalisti!

«Niente mediatore tra noi, ... nessun media tra noi». Da questa provocazione del filosofo francese Jacques Derrida ha preso spunto un'interessante tavola rotonda per gli operatori dell'informazione organizzata dall'Ufficio per le comunicazioni sociali e dal Servizio nazionale per il progetto culturale della Cei.

Un centinaio di giornalisti di tutte le maggiori testate e reti nazionali ha seguito con interesse il dibattito tenutosi a Roma lo scorso 26 febbraio. Nel suo intervento don Domenico Pompili, sottosegretario, direttore dell'Ufficio nazionale per le comunicazioni sociali e portavoce della Cei, ha evidenziato come «nell'informazione in genere e in quella religiosa in specie ci sia la tendenza alla politicizzazione, alla spettacolarizzazione e alla polarizzazione. E c'è bisogno di comunicatori che gettino ponti di comprensione tra il giornalista e le istituzioni ecclesiastiche».

Le due strade indicate per accorciare la distanza tra fede e notizia sono il racconto delle testimonianze personali del vissuto di fede e la professionalità e competenza che consentono di avere una chiara visione d'insieme.

Il biblista Romano Penna è intervenuto, poi, sulla figura di san Paolo e il giornalista Igor Mann ha concluso raccontando una serie di episodi, legati alla fede, della sua ricca esperienza personale di professionista della carta stampata.

LIBRI

Germania: educazione ai media

Prosegue con questo testo la collana a cura del Med (Associazione italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione) che offre approfondimenti sul tema della *media education*. In questo volume sono illustrati modelli e proposte maturate nell'ambito educativo tedesco con l'obiettivo di incrementare la competenza e la socializzazione mediale di bambini e adolescenti. Il testo spazia dalle dimensioni storiche e teoriche del concetto di *media education* a riflessioni sugli stili di vita e la medialità nell'infanzia, dalle competenze mediaeducative degli insegnanti all'organizzazione dell'apprendimento all'uso dei media, dalle differenze di genere nei media e di fronte ai media all'interpretazione dei prodotti mediali. (A cura di Theo Hug e Beate Weyland, *Professionalità mediaeducative. Modelli e proposte per l'educazione ai media in Germania*, Edizioni Erickson, euro 17,50)