

**WEB****Crescono i gruppi d'acquisto online**

Comprare biglietti a poco prezzo, andare al cinema per un euro o cenare nel miglior ristorante della città spendendo la metà. È possibile se si entra a far parte di uno dei tanti gruppi di acquisto online, sempre più diffusi anche in Italia: un sistema per risparmiare attraverso l'acquisto collettivo di coupon offerti da siti che puntano, in breve tempo, a raccogliere il maggior numero di adesioni.

**INTERNET****In Gran Bretagna a ognuno la sua pagina web**

Se l'abitudine a fare acquisti on line è sempre più diffusa, la previsione, almeno per la Gran Bretagna, è che, a breve, via web i cittadini potranno comporre molteplici operazioni che ad oggi richiedono lunghe file e spostamenti. Nel Paese fra pochi anni ogni cittadino potrà disporre di una propria pagina web dalla quale, tra l'altro, iscrivere i figli a scuola, prenotare più facilmente l'appuntamenti dal medico, richiedere assistenza sociale o pagare le tasse.

**E-LEARNING****Formazione a distanza: Virtual Campus Mobile**

«Sul display del telefonino compare una homepage con il menu, da cui è possibile arrivare ai singoli corsi. All'interno si trovano materiali audio e video, lezioni e dispense. Poi ci sono le informazioni di servizio, un supporto tecnico 24 ore su 24 e il collegamento alla web tv dell'università». È così che, in sintesi, funziona il sistema di e-learning via cellulare presentato dall'Università degli studi Guglielmo Marconi. Un progetto innovativo e prezioso per «favorire l'alfabetizzazione in aree depresse e remote, in Italia e all'estero», avendo la possibilità di seguire la didattica della propria università ovunque ci si trovi.

# Libertà d'informazione Il contributo di Media Education

Dopo la maratona delle elezioni regionali, tornano in tv i *talk show* dedicati all'informazione politica. Luoghi di confronto fra sistemi di valori diversi, ispiratori di altrettanto diverse soluzioni ai mali del nostro Paese, particolarmente preziosi quando in vista delle competizioni elettorali si ripropone la necessità di informare i cittadini su programmi e obiettivi. Luoghi che, su decisione delle autorità competenti in materia di comunicazione, per una



M. Puccia/P

particolare interpretazione della legge sulla *par condicio*, questa volta hanno chiuso i battenti per offrirsi al pubblico solo al termine della tornata elettorale. Un provvedimento inteso da molti come tentativo di limitare la libertà d'informazione, e salutato da altri quale strumento per scongiurare squilibri a favore dell'una o dell'altra parte.

Un precedente importante nella storia del rapporto fra media e politica in Italia, ispiratore di un dibattito destinato a non esaurirsi con la chiusura delle urne. Un dibattito che muove da una riflessione sul ruolo e i compiti dei mezzi di comunicazione e che interella ciascuno sui temi della libertà e dell'etica nell'informazione e sui diritti-doveri di telespettatori e operatori dei media. Temi che ripropongono l'urgenza di promuovere presso gli utenti lo sviluppo di una coscienza critica, preziosa soprattutto fra i giovani che più degli altri hanno bisogno di riferimenti etici e culturali per "muoversi" con consapevolezza nel mondo dei media. Lo hanno ribadito, tra gli altri, gli esperti di Media Education riuniti a Buxelles, nel gennaio scorso, dove l'Eavi, su iniziativa della Commissione europea, ha presentato i risultati di una ricerca sulla alfabetizzazione mediatica nei 27 Paesi membri. Ne emerge un richiamo ad assegnare «un ruolo strategico alla *Media Literacy*» per garantire il pluralismo e la libertà d'informazione e tutelare i diritti dei cittadini europei ad essere «correttamente informati e intrattenuti». ■