

La politica passa per un tweet Agorà digitali

La diretta streaming dall'Aula del Senato nel giorno della richiesta di fiducia al governo Letta, il 2 ottobre, ha visto un seguito da record sui social network: sono circa 116.500 i tweet postati nel corso della trasmissione, 3 al secondo, stando alle rilevazioni di Blogmeter. Il picco durante l'intervento del leader del Pdl, Silvio Berlusconi, che a sorpresa ha confermato la fiducia all'esecutivo, con circa 900 tweet al minuto. Numeri che raccontano di una curiosità e di una crescente voglia di partecipazione al dibattito politico, seppur la maggior parte dei cittadini viva ancora con sentimenti di distacco, sfiducia e talvolta anche di rabbia tutto ciò che accade nei "palazzi del potere". Un disincanto che segue le promesse mancate dei leader politici, i proclami altisonanti ma privi di seguito e le manovre che affossano provvedimenti virtuosi nelle trappole nascoste fra i passaggi d'Aula. Ma forse un incentivo alla trasparenza viene oggi proprio dai social network: buona parte dei parlamentari e dei ministri italiani ha un proprio account su Twitter e il cittadino può verificare la linearità nel tempo delle argomentazioni e delle scelte politiche. Gli hashtag #opencamera e #opensenato aggregano i tweet di deputati e senatori che pubblicano informazioni sui lavori d'Aula mentre le discussioni sono in corso, e lo strumento del *fact checking*, inaugurato dal sito Pagella politica, controlla se le affermazioni sono vere o false e permette di smascherare i "bugiardi". Il governo ha poi inaugurato un portale, www.opencoiesione.gov.it, che consente di verificare in quali progetti e per quali scopi vengono spesi i soldi pubblici, e in Rete sono presenti siti – Termometro politico, Openpolis, Il SocialPolitico – dove reperire informazioni e pubblicazioni della politica italiana, e insieme contribuire al dibattito in corso con proposte concrete. Perché la buona politica la fa una casta "redenta" anche grazie agli input costruttivi di cittadini responsabili. ■

The screenshot shows the homepage of Tweetpolitico. At the top left, it says "La politica nell'età dei Social Media" and "Osservatorio della politica italiana attraverso i cinguetti della rete". There is a "Segui @ittweetpolitico" button. In the center is a circular logo with the text "OGNI TWEET CONTA!". Below the logo are three sections: "Chi siamo", "I nostri servizi", and "Pubblicità su Tweetpolitico.it". Under "Chi siamo", there are two Twitter profiles: one of Enrico Letta and one of Silvio Berlusconi. Under "I nostri servizi", there is a profile of a person from Forza Italia. Under "Pubblicità su Tweetpolitico.it", there is a photo of the interior of the Italian Parliament.

48^a GIORNATA DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI La comunicazione luogo d'incontro con l'altro

"Comunicazione al servizio di un'autentica cultura dell'incontro" è il tema scelto da papa Francesco per la 48^a Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, che si terrà il 1 giugno 2014. Lo riferisce una nota del Pontificio consiglio per le Comunicazioni sociali che spiega che «nella comunicazione e attraverso di essa esprimiamo noi stessi, il nostro pensiero, quello in cui crediamo, come vorremmo vivere», e nel dialogo pertanto «impariamo a conoscere le persone con cui siamo chiamati a vivere». Tale comunicazione richiede dunque «onestà, rispetto reciproco e impegno per imparare gli uni dagli altri», perché spesso la diversità dell'altro «rivelava la ricchezza della nostra umanità e nella scoperta dell'altro incontriamo pure la verità del nostro essere».

DAGLI USA UNA FICTION SUL GIORNALISMO

L'informazione che fa discutere

I retroscena del giornalismo americano sono raccontati nella serie tv *The Newsroom*, dal 17 ottobre in prima serata su Rai3. La fiction racconta la quotidianità del lavoro in un canale tv, quando in redazione arriva una notizia e bisogna decidere se e come darne conto. Nelle maglie del racconto a confrontarsi sono modi diversi di intendere il giornalismo, fatto di idealità per alcuni e molto cinico per altri, ma anche vecchi e nuovi media, portatori di culture e tecniche diverse. Negli States la serie ha ottenuto successo perché – spiega uno degli attori del cast – ha suscitato un grande dibattito sulla qualità e il ruolo dell'informazione. In Italia, in occasione del lancio della fiction, il direttore di Rai3, Andrea Vianello, ha detto che la serie mostra «come possiamo diventare cittadini e giornalisti migliori». Di certo può rivelarsi uno strumento utile per accrescere la consapevolezza dei telespettatori sui meccanismi che regolano l'informazione.