

Roberto Bartali

*LA NUOVA COMUNICAZIONE POLITICA:
IL PARTITO TELEMATICO
UNA RICERCA EMPIRICA
SUI PARTITI ITALIANI*

WORKING PAPER 40

2000

I Working Papers del Dipartimento di Scienze Storiche, Giuridiche, Politiche e Sociali dell'Università degli Studi di Siena mirano a promuovere la circolazione dei risultati, anche intermedi, delle attività di ricerca svolte nell'ambito del Dipartimento.

Comitato di redazione: *Mario Ascheri, Maurizio Cotta, Maurizio Degl'Innocenti.*
Cura tipografica e stampa: *Roberto Bartali, Silvio Pucci.*

LA NUOVA COMUNICAZIONE POLITICA: IL PARTITO TELEMATICO UNA RICERCA EMPIRICA SUI PARTITI ITALIANI

Roberto Bartali

Introduzione - 1. Comunicare politica: dall'informazione all'interazione - 2. La diffusione nei vari paesi: una breve panoramica - 3. La nascita dei siti dei partiti italiani - 4. Il sito Internet: bisogni e nuove opportunità - 5. Una proposta di studio empirico sul caso italiano - 6. Una prima valutazione dei dati raccolti - Conclusioni - Webliografia

Introduzione

In questo lavoro si vuole raccogliere ed ordinare una serie di informazioni utili per studiare e comprendere come viene usata la rete Internet dai partiti e movimenti politici italiani per i loro scopi propagandistici, in prospettiva comparata con la situazione esistente in altri paesi a democrazia avanzata.

Negli ultimi anni si è assistito ad un repentino sviluppo della rete Internet che ha notevolmente ampliato gli orizzonti della comunicazione. La semplicità e l'economicità di utilizzo¹ sono i punti di forza di questo nuovo media comunicativo² che non è certo passato inosservato agli attori politici, sempre alla ricerca di mezzi di comunicazione più efficaci, ecco così che nel giro di pochi anni, un po' in tutti i paesi sviluppati, organizzazioni politiche sia di piccola che di grande

¹ Per un approfondimento sulle caratteristiche strutturali e il funzionamento di Internet si veda L. Floridi, *Internet, un manuale per capire, un saggio per riflettere*, Milano, Il Saggiatore, 1997; P. Gralla, *Internet, come è fatta e come funziona*, Milano, Mondadori, 1996; M. Calvo, F. Ciotti, G. Roncaglia e M. Zela, *Internet 2000: manuale per l'uso della rete*, Roma-Bari, Laterza, 2000, in rete a <http://www.laterza.it/internet/index.htm>.

² Anche se non tutti concordano sulle qualità di Internet. Si può affermare che si sia creata una spaccatura tra favorevoli e contrari, con i primi che ritengono la Rete un importante strumento capace di facilitare gli scambi tra le persone a tutti i livelli (si veda a tale proposito C. Galimberti e G. Riva (a cura di), *La comunicazione virtuale: dal computer alle reti telematiche: nuove forme di interazione sociale*, Milano, Guerini, 1997); i detrattori sostengono invece che se Internet tende ad eliminare certe divisioni sociali ne crea però allo stesso tempo altre di natura diversa come quella tra gli *have* e gli *have not* (così i sociologi statunitensi definiscono gli informatizzati e i non informatizzati). Il confronto su questi temi è tutt'ora aperto (si veda per un approccio critico nei confronti di Internet il volume di R. Staglianò, *Circo Internet, manuale critico per il nuovo millennio*, Milano, Feltrinelli, 1997).

entità hanno fatto la loro comparsa sul cyberspazio³; lo hanno fatto spesso con scopi e modalità diverse, con investimenti di risorse più o meno cospicui, ma decisi comunque a sfruttare questa ulteriore *chance* comunicativa.

Da qui la necessità di vedere i risultati di questo nuovo modo di comunicare in politica, per stabilire in che misura le innovazioni introdotte dal nuovo media telematico siano state recepite e sfruttate dalle formazioni politiche italiane.

1. *Comunicare politica: dall'informazione all'interazione*

Come è noto il rapporto tra mass media e mondo politico è sempre stato piuttosto intenso, con la stampa ad esempio, utilizzata in un primo momento solo come strumento di lotta tra le classi privilegiate e, successivamente, grazie anche al progressivo ingresso delle masse nella vita politica, come veicolo di organizzazione e formazione politica per i primi partiti operai e socialisti, poi con la radio che, se prendiamo in considerazione il caso italiano, è stata ampiamente impiegata dal fascismo come mezzo di costruzione del consenso, anche se con risultati relativamente positivi⁴. Negli anni seguenti si è poi affermata la televisione pur se con implicazioni diverse nei vari paesi⁵.

³ Un'operazione che può essere compiuta anche con uno sforzo limitato poiché un sito che sia semplicemente divulgativo può essere realizzato anche utilizzando un semplice programma di elaborazione testi (Winword o Wordperfect ad esempio, che ogni utente di personal computer è ormai in grado di utilizzare senza grossi problemi) e pubblicato gratuitamente tramite uno degli ormai numerosi *provider* che offrono questa possibilità.

⁴ Sul ruolo della radio nel ventennio fascista si veda: G. Isola, *Abbassa la tua radio per favore: storia dell'ascolto radiofonico nell'Italia fascista*, Firenze, La nuova Italia, 1990; F. Monteleone, *La radio italiana nel periodo fascista: studi e documenti: 1922-1945*, Venezia, Marsilio, 1976; A. Monticone, *Il fascismo al microfono: radio e politica in Italia (1924-1945)*, Roma, Studium, 1978; A. Papa, *Storia politica della radio in Italia (1924-1943)*, 2 voll., Napoli, Guida, 1976; G. Manacorda, *Fascismo e mass media. I "Commenti del giorno" dell'ELAR*, in "Rapporti", mar.-giu. 1975, pp. 417-429.

⁵ Negli Stati Uniti ad esempio ha rivoluzionato il modo di fare propaganda politica, ed in particolar modo la campagna elettorale (Si veda in proposito S. Bentivegna, *Al voto con i media. Le campagne elettorali nell'età della TV*, Nis, Roma, 1997; P. Glisenti e R. Pesenti, *Persuasori e persuasi. I mass media negli Usa degli anni '90*, Roma-Bari, Laterza, 1991; si veda anche A.A. V.V., *On Message. Communicating the campaign*, Londra, Sage, 1999, riferito alle campagne elettorali in Gran Bretagna ma con un'aggiornata bibliografia sulla questione) mentre in Italia è stata utilizzata per tenere le masse disinformate in materia di politica, attuando quella che Marletti definisce "strategia dell'omissione", ovvero parlare poco di politica in Tv e con un linguaggio incomprensibile, quello che

Negli anni '90 Internet sale alla ribalta come nuovo media. È questo un periodo di forte fermento tecnologico nel mondo della comunicazione, con la diffusione oltre che della telematica, del satellite e della televisione via cavo, sembra tuttavia che Internet, per ciò che riguarda la presa sulla società, sia più avanti degli altri nuovi media.

Ma in che modo Internet inizia a fare la sua comparsa nella comunicazione politica?

Alla base di questa evoluzione ci sono spinte di diversa natura, ma prevalentemente politica e sociale: un ruolo determinante è stato giocato dalla fine della guerra fredda, dopo la quale il modello democratico si è trovato meno “operato di compiti” ed ha potuto impiegare tutte le proprie energie per “introdurre cambiamenti in direzione di una maggiore funzionalità e di una resa più significativa delle prassi politiche e delle forme della partecipazione [...]”⁶.

Un altro fattore importante è il progressivo e consistente aumento dell’associazionismo che, incentivato anche da normative sempre più favorevoli, ha portato alla formazione di una moltitudine di gruppi fortemente attivi in campo politico e sociale, decisi a far conoscere le proprie istanze ad una platea più vasta possibile.

Inoltre i partiti tradizionali, grazie ad una società che sta andando sempre più articolandosi, si sono trovati, per attirare i cittadini, a dover percorrere nuovi temi, dovendosi così delineare sempre più come un *catch all party* piuttosto che come un partito rigidamente ideologico. Internet costituisce una possibile risposta a queste domande come nuovo ed efficace canale di interazione, con la semplicità comunicativa tipica dei media visivi e in più la possibilità di un contatto che solo gli incontri nelle sedi di partito fino ad ora avevano offerto, ma non senza controindicazioni: il contatto telematico non contribuisce infatti a costruire nel simpatizzante quel senso di appartenenza che il lavorare insieme per il partito in

in seguito ha preso il nome di “politichese” (su questo tema si rimanda a C. Marletti, *Mass media e sistema politico*, in *La politica italiana. Dizionario critico 1945-1995*, Roma, Laterza, 1995; C. Mazzoleni, *La comunicazione politica tra la prima e la seconda repubblica*, in Catanzaro R. e Ceri P. (a cura di), *Comunicare nella metropoli, tecnologie della comunicazione, democrazia, amministrazione pubblica*, Utet libreria, 1995; C. Mazzoleni, *Comunicazione e Potere. Mass media e politica in Italia*, Napoli, Liguori, 1992; E. Novelli, *Dalla TV di partito al partito della TV: televisione e politica in Italia: 1960-1995*, Firenze, La nuova Italia, 1995.

⁶ C. Dato Giurikovich, *Polimatica? L'impatto delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione sulla vita politica*, Napoli, Edizioni scientifiche italiane, 1990, p. 125; si veda anche C. Toulouse e T. W. Luke (a cura di), *The Politics of Cyberspace*, New York-London, Routledge, 1998.

sezione creava, ma non solo: se da una parte Internet torna utile ai partiti di massa tradizionali, dall'altra favorisce l'avanzare di nuovi concorrenti politici poiché quei gruppi di pressione e quei movimenti culturali che fino a poco tempo rimanevano ai margini della vita politica, oggi sono decisi ad agire più direttamente partecipando alla competizione elettorale. È il caso ad esempio dei movimenti ecologisti, o di altri che hanno un fine unico e ben delineato, come i movimenti riformisti, che cercano di far valere le loro istanze nelle sedi istituzionali del potere incidendo direttamente sul processo decisionale. Come possono queste entità far sentire la loro voce e competere in quei sistemi politici in cui esistono partiti che hanno una ormai consolidata struttura associazionistica sul territorio nazionale?

Internet si rivela uno strumento adatto allo scopo. Economico e potenzialmente diffuso sul territorio, non solo nazionale ma mondiale, consente anche a chi dispone di pochi mezzi di procurarsi una vasta platea.

2. *La diffusione nei vari paesi: una breve panoramica*

È senz'altro negli Stati Uniti che Internet ha fatto maggior presa sulla società (cfr. i dati più avanti). È noto che in questo paese i partiti politici fanno particolarmente ricorso alle tecniche messe a disposizione dai media per promuovere il proprio messaggio e ottenere più consensi dell'avversario, è facile quindi immaginare che Internet sia stata ampiamente usata anche per la competizione politica.

Il ruolo di Internet diventa ancora più cruciale se teniamo conto delle peculiarità del caso americano: il ristretto numero di partiti in lizza infatti rende la competizione sul Web estremamente più diretta, a differenza del caso italiano dove l'elevato numero di forze politiche presenti in rete tende a "stemperare" i toni del conflitto. Negli Stati Uniti Internet è considerato dalle forze politiche uno strumento capace di pilotare un sensibile numero di consensi, e il messaggio promozionale che ne scaturisce è molto esplicito con ampio ricorso ad *attack news*⁷ e una particolare cura nell'escogitare varie forme di denigrazione degli avversari politici; altra peculiarità del caso statunitense è data dal tipo di competizione elettorale, incentrata sul candidato che, insieme ad un ciclo elettorale pres-

⁷ Si possono individuare due tipi di notizie che vengono selezionate per essere pubblicate su un sito di un partito: le *positive news* con cui si presentano il partito e i suoi esponenti in termini positivi, in base al loro operato, e le *attack news* con cui si cerca di screditare gli avversari, vedi S. Bentivegna, *La politica in rete*, Roma, Meltemi, 1999, p. 50.

soché continuo, rende estremamente importanti le innovazioni e l'utilizzo delle nuove tecniche rese disponibili dai nuovi media⁸.

I partiti americani hanno attivato i loro siti intorno alla metà del 1995 ma il loro ingresso in rete non è stato certamente di facciata; la prima versione del sito del partito repubblicano ad esempio, era graficamente molto originale con la *main page*⁹ che riproduceva la *main street* di una città virtuale in cui ogni edificio consentiva l'accesso alle varie parti del sito. Una simile impostazione grafica voleva probabilmente rendere il sito più "familiare" dando la sensazione all'eventuale visitatore di fare una passeggiata lungo la via di una qualunque città.

Aldilà dei singoli casi si può affermare che i partiti americani abbiano compreso da subito le potenzialità della Rete e vi si siano riversati con cospicui investimenti di risorse.

In Europa la situazione assume caratteri diversi a seconda dei vari paesi, anche se negli ultimi quattro anni la stragrande maggioranza dei partiti ha ormai attivato un sito Internet. Vediamo alcuni esempi: il paese pioniere in Europa nell'utilizzo delle risorse telematiche è la Svezia, dove sono state privilegiate in particolare le funzioni di organizzazione interna. Qui infatti, prima ancora di realizzare un sito Internet, le organizzazioni politiche hanno attivato delle BBS (*Bullettin Board System*, il sistema privilegiato per conferenze telematiche, prima dell'avvento di Internet) come mezzo di contatto con i cittadini, ma soprattutto come strumento organizzativo di raccordo tra le sedi centrali e le strutture partitiche periferiche. In particolare i membri del partito hanno diffusamente utilizzato tale mezzo di comunicazione per tenere dibattiti più o meno allargati potendo rilevare con soddisfazione che, grazie anche alla possibilità di esporre le proprie posizioni ad un pubblico vasto senza intercorrere in filtri di alcun tipo permetteva, rispetto ad altre forme di confronto, un tono di discussione più aperto e schietto¹⁰.

Fin dal 1994 tutte le forze politiche svedesi avevano attivato la loro BBS (ad eccezione del *Centre Party* e del *Green Party* che lo hanno fatto nel 1995)¹¹, mentre i siti Web sono stati realizzati nella maggioranza dei casi in tempi successivi¹² e

⁸ R.K. Gibson, J.L. Newell, S.J. Ward, *New parties, new media: Italian party politics and the Internet*, 1999.

⁹ La pagina d'ingresso al sito.

¹⁰ K. Löfgren, "Scandinavian political parties on the net", in "Ecpr news", Vol. 10, n. 1, Autunno 1998.

¹¹ *Ibidem*.

¹² Tra il 1995 e il 1997.

con obiettivi diversi, ovvero rendere le informazioni sul partito più facilmente reperibili sia per i cittadini che per i giornalisti.

Si può quindi affermare che in Svezia le forze politiche hanno immediatamente creduto nell'utilità delle nuove tecnologie telematiche. A ulteriore conferma di questo si può citare il caso del *Left Party* che, tramite il proprio sito Internet, ha chiesto al pubblico proposte per lo sviluppo di un progetto per una nuova legislazione sulle donne ed ha successivamente incluso nella versione finale di tale progetto alcune delle proposte pervenute al sito, ponendole sullo stesso piano di quelle elaborate dai membri del partito.

Se guardiamo alla Danimarca troviamo una situazione un po' diversa: solo due partiti (quello Social-democratico e il Partito socialista del popolo, di estrema sinistra) hanno attivato una BBS, mentre gli altri hanno realizzato il proprio sito Internet successivamente (prevalentemente dopo la metà del 1996)¹³. Inoltre nel realizzare i siti, non si è cercato di sfruttare appieno le funzioni innovative disponibili, come l'interazione diretta con i cittadini o la possibilità di migliorare l'organizzazione interna, ma ci si è limitati alla sola funzione informativa. Secondo Karl Löfgren per i partiti danesi era quindi particolarmente importante l'immagine, per avere credito nei confronti degli elettori più giovani e degli organi di stampa ben disposti verso le nuove tecnologie¹⁴.

In Gran Bretagna¹⁵ i partiti hanno attivato i loro siti piuttosto tempestivamente (i Laburisti hanno pubblicato la prima versione del loro sito nel 1994), sfruttandone le potenzialità sia per l'organizzazione interna che per la comunicazione con l'esterno. In particolare si è cercato di rendere più veloce, flessibile ed efficace, la comunicazione con i candidati, contattandoli tramite e-mail anche più volte al giorno per aggiornarli sulle posizioni assunte dal partito in merito alle varie questioni.

Sembrano essere i Conservatori, particolarmente colpiti da un sensibile calo di manodopera volontaria, a prestare più attenzione alle possibilità offerte dalla telematica: i nuovi strumenti a disposizione possono infatti consentire loro di eseguire una consistente mole di lavoro pur disponendo di minor personale¹⁶.

¹³ K. Löfgren, "Scandinavian political parties on the net", cit.

¹⁴ *Ibidem*,

¹⁵ Una ricostruzione della rivoluzione della "politica on line" e dell'uso di Internet in Gran Bretagna è fornita da J. White, *Politics on the Internet*, Londra, Politico's, 1999, un repertorio dei siti dei partiti e delle istituzioni inglesi.

¹⁶ D. Butler e D. Kavanagh (a cura di), *The British General Election of 1997*, Londra, Mc Millan, 1997.

Per ciò che riguarda la comunicazione verso l'esterno, i siti vengono utilizzati per fornire informazioni di varia natura sul partito, ma non solo, si effettuano anche tentativi di interazione con gli elettori: tramite forum pubblici le forze politiche si confrontano direttamente con le opinioni dei cittadini riguardo a tematiche di attualità¹⁷. Tuttavia gli esponenti politici sembrano essere piuttosto restii a queste apparizioni telematiche, prediligono ancora i canali di comunicazione tradizionali.

I siti dei partiti inglesi vengono curati particolarmente in occasione delle campagne elettorali¹⁸, con la diffusione on-line di notizie sui candidati, di manifesti e delle posizioni del partito sulle varie tematiche, tuttavia si ritiene che l'utilizzo di Internet abbia un impatto moderato sugli esiti della campagna elettorale poiché i siti non vengono usati come veicolo alternativo ai media tradizionali per fare propaganda politica, ma solo come uno strumento per diffondere le stesse notizie trasmesse da radio, tv e stampa in modo più economico¹⁹.

In Germania, il primo partito a pubblicare un sito Internet è stato quello dei Verdi, nel gennaio 1994, seguito nel novembre dello stesso anno dalla *SPD*. Si riscontra comunque una maggiore tempestività dei partiti di sinistra ad essere presenti nella Rete anche se con alcune eccezioni²⁰. In particolare, il boom dei siti Internet si è avuto in prossimità delle elezioni del 1998, in occasione delle quali i partiti che già erano presenti su Internet hanno rinnovato il proprio sito, mentre chi ancora non ne aveva uno lo ha attivato, con il risultato che dei 22 partiti che hanno concorso alle elezioni, ben 20 erano presenti su Internet²¹.

Nei loro siti i partiti tedeschi utilizzano abbastanza le possibilità offerte dalla telematica, non limitandosi alla sola funzione informativa ma perseguendo anche finalità organizzative e di *feedback* da parte dell'elettorato.

¹⁷ Dal 1996 ad esempio è attivo il sito "UK Citizens Online Democracy", tramite il quale esponenti di punta dei vari partiti rispondono alle domande che vengono loro poste dai visitatori del sito.

¹⁸ Nel 1997 è stato Tony Blair in persona a presentare il sito per la campagna elettorale dei Laburisti (dichiarato in seguito il sito creato da un partito più elaborato in tutto il mondo), con lo slogan "tutte le strade portano ai Laburisti".

¹⁹ D. Butler e D. Kavanagh (a cura di), *The British General Election of 1997*, cit.

²⁰ Il partito di estrema destra dei CD sembra essere stato uno dei primi a realizzare un sito, anche se non si può accertare con esattezza. Dati rivelati da G. Voerman, "Dutch Political parties on the Internet", in "Ecpr news", Vol. 10, n. 1, Autunno 1998.

²¹ *Ibidem*.

3. La nascita dei siti dei partiti italiani

I partiti italiani sono stati colti un po' alla sprovvista dalla quasi improvvisa disponibilità di spazi comunicativi aggiuntivi resa possibile da Internet, hanno attuato così una sorta di rincorsa per essere presenti sul Web (vedi tab. 1) che non ha consentito di valutare attentamente quali fossero realmente le nuove opportunità offerte da un sito Internet; questo li ha portati, talvolta, a dar vita a forme di presenza di “vetrina”, del tutto marginali nelle strategie comunicative complessive, con siti costruiti perlopiù per dare informazioni generali sul partito e la sua attività e, in prossimità delle campagne elettorali, sui candidati e i programmi, piuttosto che per realizzare quell'interazione diretta ottenibile con uno sforzo di poco maggiore.

Tabella 1: Data di attivazione dei siti di alcuni partiti italiani

Partito	Anno di nascita (nell'attuale configurazione)	Data di attivazione	Ultimo URL
<i>AN</i>	1995	Dicembre 1995	www.alleanza-nazionale.it
<i>DS (già PDS)</i>	1991	Gennaio 1996	www.democraticidisinistra.it
<i>Forza Italia</i>	1994	Febbraio 1995	www.forza-italia.it www.pattosegni.it
<i>Rinnovamento italiano</i>	1996	Febbraio 1997	www.rinnovamento.it
<i>Rifondazione comunista</i>	1991	Marzo 1996	www.rifondazione.it
<i>Comunisti italiani</i>	1997	Maggio 1999	www.comunisti.org
<i>CCD</i>	1993	Giugno 1998	www.ccd.it
<i>PPI</i>	1993	n. d.*	www.popolari.it
<i>Lista Bonino (già Lista Pannella)</i>	1994	n. d.	www.radicali.it
<i>Lega Nord</i>	1991	n. d.	www.leganord.org
<i>Socialisti democratici italiani (già SI)</i>	1994	n. d.	www.socialisti.org
<i>UDEUR</i>	1998	n. d.	www.udeur.org
<i>Verdi</i>	1987	n. d.	www.verdi.it
<i>MS-FT</i>	1995		www.msifiammatric.it

* Dato non disponibile

Per i partiti italiani l'importante era quindi “esserci”, per dare impressione di modernità e di stare al passo con i tempi. La successiva diffusione di Internet ha indotto le forze politiche a riflettere più attentamente sulle nuove opportunità offerte dalla rete e a rivedere le strategie comunicative telematiche. I primi a utilizzare le potenzialità offerte dalla rete sono stati i grandi partiti che, nella seconda metà degli anni novanta, hanno dato vita ad una profonda ristrutturazione dell'offerta e a piani di investimento economico tesi a sfruttare la nuova opportu-

nità, ricorrendo, per la realizzazione dei loro siti, a ditte specializzate con un conseguente esborso economico.

Secondo alcuni studiosi il fattore economico costituirebbe un ulteriore fattore di discriminazione tra partiti piccoli e grandi, con i primi ancora una volta svantaggiati per le minori risorse disponibili. “I ricercatori sostengono che nel *cyberspace* è in corso un’operazione di normalizzazione che riproduce equilibri e rapporti di potere rintracciabili nel mondo reale”²². Tuttavia secondo me questa è una tendenza che è destinata a mutare nel corso del tempo anche perchè i software per la realizzazione dei siti si evolveranno continuamente per divenire sia più completi nelle funzioni, sia più *user friendly*, in modo che anche un utente non professionista potrà con qualche piccolo corso di specializzazione, pubblicare siti ben costruiti che siano in grado di sfruttare gran parte delle potenzialità disponibili. Visitando i vari siti Web dei partiti e dei movimenti politici si può vedere che alcuni piccoli partiti dispongono già di siti molto ben realizzati e dotati di molte funzioni che richiedono per la loro attivazione conoscenze informatiche avanzate, mentre partiti di una certa consistenza, magari operanti in ambito nazionale, hanno ancora siti piuttosto scadenti²³.

La tabella 2 mostra il grado di complessità dei siti dei vari partiti e movimenti italiani. Possiamo quindi vedere come già ora alcune organizzazioni politiche più piccole, come la Lista Pannella o i Verdi, abbiano siti che per complessità si avvicinano a quelli dei *larger parties*.

²² S. Bentivegna, *La politica in rete*, cit., p. 38.

²³ Un esempio è il sito del CDU di cui parlerò anche più avanti.

Tabella 2: Complessità dei siti di alcuni partiti e movimenti italiani²⁴.

<i>Partito</i>	Icone animate	Grafica avanzata	Links	Pagine "ad hoc"	Motore di ricerca	Contributi audio/video	Moduli on-line
Larger parties							
<i>DS</i>		X	X	X	X	X	X
<i>Forza Italia</i>	X	X	X	X	X	X	X
<i>AN</i>	X	X	X		X		
<i>Lega</i>	X	X	X	X	X	X	X
<i>Rifondazione comunista</i>		X	X	X			
Smaller parties <i>New politics/anti-system parties</i>							
<i>MS-Fiam ma</i>	X	X		X			
<i>Patto Segni</i>		X					X
<i>Pannella</i>	X	X	X		X	X	
<i>Verdi</i>		X	X	X	X		
<i>Rete</i>		X					
<i>Comunisti Unitari</i>		X	X	X			
Smaller parties <i>Pro-system parties</i>							
<i>Liberali</i>	X	X					
<i>CCD</i>		X		X			
<i>CDU</i>		X	X				
<i>Lista Dini</i>		X	X				
<i>PPI</i>	X	X	X				
<i>PRI</i>		X					
<i>UV</i>	X	X	X				

Fonte: R. K. Gibson, J. L. Newell, S. J. Ward, *New parties, new media: Italian party politics and the Internet*, manoscritto, 1999. Adattata con elaborazioni dell'autore.

²⁴ Per *Larger parties* si intendono i partiti con un elettorato più numeroso e consolidati sul territorio, mentre gli *Smaller parties*, ovvero i partiti più piccoli si dividono in *New politics/antisystem parties*, cioè partiti con connotazione diversa dal partito di massa tradizionale o che si pongono ai poli estremi del sistema politico, e *Pro-system parties*, ovvero quei partiti che, pur se di piccola sono potenziali appartenenti a coalizioni di maggioranza o opposizione.

4. *Il sito Internet: bisogni e nuove opportunità*

Abbiamo già brevemente esaminato quali siano state le spinte che hanno portato all'emergere della telematica nel mondo politico. Approfondiremo ora quali siano stati gli stimoli che hanno indotto i partiti ad impiegare uomini e denaro per attivare un sito Internet. Per capire ciò “è necessario fare riferimento, da un lato, al rapporto che si è venuto a creare tra partiti e media tradizionali, dall'altro alla storia e alla vocazione più profonda delle grandi organizzazioni politiche”²⁵.

Per quanto riguarda il primo aspetto, dobbiamo tenere presente che i media, nel corso del tempo, hanno acquistato un potere sempre maggiore nei confronti dei partiti, con i flussi comunicativi provenienti dalle forze politiche ormai sottoposti ad una crescente mediazione da parte dei giornalisti. I media hanno lasciato all'iniziativa dei partiti spazi d'azione sempre più ristretti costringendoli a correre ai ripari. Internet si è rivelata lo strumento adatto poiché ha permesso ai partiti di tornare ad essere produttori di flussi comunicativi controllati esclusivamente da loro stessi, sia che si tratti di flussi verso l'interno del partito che verso l'esterno.

Tramite il proprio sito i partiti possono “offrire informazioni in prima persona e attivare contatti diretti con i cittadini. In quest'ottica, i partiti recuperano la capacità di essere produttori di flussi comunicativi che raggiungono il destinatario senza il tramite di altri soggetti. Inoltre, essi si riappropriano della possibilità di attivare occasioni di incontro dirette con i cittadini, così come avveniva nel passato quando il partito aveva una presenza capillare sul territorio che lo metteva nella condizione di captare umori e bisogni della collettività”²⁶.

Per quanto riguarda il secondo aspetto, ovvero la vocazione dei tradizionali partiti di massa, Internet potrebbe in teoria dare un contributo per risolvere la crisi di identità in cui essi versano. “Si tratta di un recupero di identità che non solo si esprime attraverso il contatto con i cittadini ma, anche, mediante una presenza distribuita sul territorio, garantita un tempo dalle sezioni e dal lavoro dei militanti [...]. Dopo un periodo in cui la delega di “dare voce” ai cittadini era stata attribuita al sistema dei media [...] si assiste ora alla possibilità di un ritorno di un rapporto diretto tra partiti e cittadini. Nella riproposizione in chiave moderna e tecnologica di tale rapporto, il soggetto partito trasforma la vecchia organizzazione centralizzata e verticalizzata in una moderna rete che contribuisce alla vita dell'organizzazione tramite le strutture esistenti (Federazioni, Organismi dirigenti,

²⁵ S. Bentivegna, *La politica in rete*, cit., pp. 38-39.

²⁶ *Ibidem*, pag. 40.

Gruppi Parlamentari) aperte ai contatti-scambi con i militanti, gli elettori, i cittadini”²⁷.

In sostanza, un partito può creare attraverso Internet, una struttura a ragnatela diffusa su tutto il territorio e capace di mettere in contatto soggetti e realtà che con la modernizzazione sono andati sempre più differenziandosi diventando quindi più difficili da raccordare; una struttura capillare capace quindi di sostituire quella tradizionale delle sezioni in maniera più efficace ed economica.

Questo per ciò che riguarda i grandi partiti tradizionali ma, come abbiamo già detto, Internet rappresenta una risorsa importante anche e soprattutto per i piccoli movimenti, anche di nuova formazione, che agiscono in ambito locale con scarsa disponibilità di mezzi e spazi per farsi sentire e che grazie alla semplicità ed economicità di Internet possono ora disporre di una platea di portata mondiale.

Internet ribadisce così la sua caratteristica strutturale di elasticità anche per ciò che riguarda i potenziali fruitori e in definitiva è uno strumento che può servire a tutti.

Le possibili modalità di utilizzo della Rete, da parte dei partiti/movimenti politici²⁸, ci consentono di individuare tre livelli distinti di impiego:

1. *Internet come strumento formativo e informativo.* Questo può essere considerato il livello di base. La possibilità di rendere disponibili perennemente le informazioni costituisce una “vetrina” assai ampia. Tale informazione, diffusa attraverso vari formati (testi, audio e video), assumerà, come vedremo in seguito, caratteri differenti: potrà essere mirata a far conoscere esclusivamente il partito, attraverso la sua storia, gli scopi, le attività, le idee, oppure potrà essere meno “polarizzata” e rappresentare un quadro abbastanza completo del panorama politico, accogliendo in qualche modo anche le istanze degli avversari. In questo modo il partito (specialmente quello di massa) ha la possibilità di recuperare una funzione che, in seguito alla crisi in cui oggi versa, ha ormai perduto, ovvero quella di dare ai militanti la percezione del mondo politico. Prima questo veniva fatto soprattutto attraverso gli incontri nelle sezioni e tramite il quotidiano di partito ma questi due veicoli di comunicazione sono progressivamente stati spodestati dalla *media logic*.

²⁷ *Ibidem*, pag. 41.

²⁸ Il mio studio si concentra sia su partiti fortemente strutturati e diffusi sul territorio che su piccoli movimenti che agiscono anche in ambito locale. Da ora in avanti quando utilizzerò il termine “partito” per indicare un soggetto politico titolare di un sito Internet, mi riferirò anche ad entità politiche più piccole.

Con il sito Internet il partito riattiva un canale di contatto diretto e fornisce ai cittadini la propria chiave di lettura degli accadimenti politici, facendo ricorso sia alle *attack news* che alle *positive news*, di cui ho già accennato in precedenza²⁹. Nell'esaminare i vari siti, potremo vedere come e quanto questo livello sia utilizzato senza tuttavia dimenticare che in un sito Internet può esserci "tanto", ma difficilmente potrà esserci "tutto", e che una selezione di cosa pubblicare viene comunque fatta.

Strettamente collegata alla *funzione informativa* c'è quella *formativa* con il compito di educare il cittadino a conoscere, approfondire ed eventualmente condividere la linea politica del partito. Il sito Internet consente questo tipo di attività principalmente attraverso tre strumenti: le parti nelle quali si consigliano letture interessanti, che perlopiù contribuiscono a pubblicizzare la storia del partito e a diffonderne l'ideologia, la pagina dei *link*³⁰ che, se opportunamente selezionati, possono dare un notevole contributo formativo poiché di solito (anche se non sempre) rimandano a siti che per ispirazione e condotta politica sono vicini al partito; altro strumento formativo sono i seminari in rete, attraverso i quali si possono approfondire argomenti che trovano poco spazio nei media tradizionali, e che contribuiscono a rafforzare l'immagine del partito. La funzione formativa è completata dalla possibilità di tesserarsi attraverso il sito, operazione che prima veniva rigorosamente effettuata tramite le sezioni.

2. *Internet come mezzo di interazione con i cittadini.* Questo è un livello di utilizzo più avanzato, prima di tutto in termini di investimento di risorse. Infatti, come già accennato, un sito che contenga solo informazioni può essere realizzato senza particolari difficoltà da un qualsiasi utente dilettante di programmi *word processor*, mentre un sito che preveda un'interazione diretta con i cittadini richiede conoscenze informatiche più ampie. Se all'interno dell'organizzazione del partito non esiste una persona che possiede tali nozioni, è necessario rivolgersi a ditte specializzate con un conseguente sforzo economico maggiore. È pur vero che lo strumento più elementare per l'interazione partito-cittadino è la posta elettronica, che non richiede conoscenze informatiche particolari, ma le possibilità si spingono ben oltre, basti pensare ai forum tematici di discussione, ai newsgroups, alle videoconferenze. Per servirsi di queste opportunità occorre tuttavia uno sforzo notevole, non solo economico, ma anche organizzativo. Infatti, come accade in ogni dibattito che si

²⁹ S. Bentivegna, *La politica in rete*, cit. p. 50.

³⁰ Di cui abbiamo già parlato, che contiene collegamenti ad altri siti Internet.

svolge sui mass media, servirà un moderatore, ovvero qualcuno che “filtri” i messaggi, le opinioni dei partecipanti; è interessante quindi vedere se esiste questa moderazione e quanto è incisiva; un altro aspetto da considerare è poi l'imparzialità del dibattito, ovvero se si vuole pilotarne in qualche modo l'esito. In pratica il contatto diretto partito-cittadini può perseguire due obiettivi fondamentali:

a) raccogliere indicazioni interessanti sul lavoro che si sta svolgendo, al fine di adeguare il più possibile la propria offerta politica alla domanda dei cittadini. In sostanza si vuole creare una sorta di indicatore per vedere se ciò che si sta facendo piace o meno. È questa ad esempio la finalità dei sondaggi in rete, con cui si chiede ai visitatori l'opinione su un certo tema, oppure dei forum tematici di discussione, attraverso i quali più opinioni vengono a confronto. In questo modo si vuole porsi ancora una volta in diretto contatto con i cittadini per captare i loro umori senza lasciare che a farlo siano i media tradizionali.

b) Raccogliere consenso, creando una “agorà” dove figurino solo le opinioni e i commenti in sintonia con la linea politica del partito e che non ne danneggino l'immagine. Un aspetto questo direttamente dipendente dalla selezione che viene fatta sulle opinioni che arrivano al sito. Non mancano infatti casi in cui è palese l'esistenza di un filtro che permetta il passaggio delle sole opinioni favorevoli.

Tuttavia, visitando un sito, non è facile individuare questi due aspetti perché in realtà non sapremo mai quanti e quali “input” vi arrivano. Potremmo comunque tentare qualche piccolo esperimento.

3. *Internet come strumento organizzativo*. Si tratta di un livello che non riguarda il rapporto con i cittadini ma di un utilizzo avanzato che richiede uno sforzo ancora maggiore. Pensiamo alla possibilità di scambio di informazioni e opinioni senza muoversi dal proprio ufficio e alla possibilità di effettuare meeting e riunioni di coordinamento riservate, attraverso la videoconferenza. Se prima, per fare questo, bisognava spostarsi anche di molti chilometri impiegando molto tempo e denaro, ora diventa tutto più semplice: istituendo forum di discussione riservati infatti, si riproduce una vera e propria riunione a porte chiuse con accesso limitato ai soli dirigenti o ai responsabili locali. Con questo però entra in gioco un ulteriore elemento organizzativo che non è possibile trascurare: lo scambio di dati riservati implica la necessità di tutelarsi da intromissioni sgradite e violazioni della segretezza, uno dei principali rischi legati allo scambio di dati per via telematica³¹. Chi deciderà di utilizzare Internet in questo modo dovrà

³¹ Per una più esaustiva trattazione del tema della sicurezza delle reti si può consultare: R.

quindi tenere conto sia dei vantaggi che dei possibili inconvenienti, anche gravi, che ne potrebbero derivare e allestire, tramite esperti informatici, dei sistemi di protezione.

Sara Bentivegna nel suo già citato volume, *La politica in rete*, individua una funzione simile a questa chiamandola *funzione di networking*, nella quale include anche gli spazi in cui si descrivono gli organi dirigenti del partito, i *links* utili, gli appuntamenti importanti e la vendita di gadgets. Tuttavia a mio parere queste sono parti del sito riconducibili alla funzione informativa. Infatti, attraverso tali sezioni, informando i cittadini sull'attività e sulle persone che compongono il movimento, si vuole dare loro un'immagine di efficienza, presenza e stabilità del movimento stesso, piuttosto che perseguire fini organizzativi. Vedremo infatti che anche nel descrivere i leader politici si adatteranno formule linguistiche volte a attirare la simpatia e l'approvazione di chi legge, cercando quindi di ottenere consenso proprio come con la diffusione della linea politica o dell'ideologia del partito. La terza funzione di cui sto parlando si riferisce invece strettamente all'organizzazione interna del partito. L'affidarsi alla telematica come strumento gestionale contribuisce infatti a delineare meglio quel modello di nuovo soggetto politico che è oggetto di questo lavoro, il "partito telematico"³².

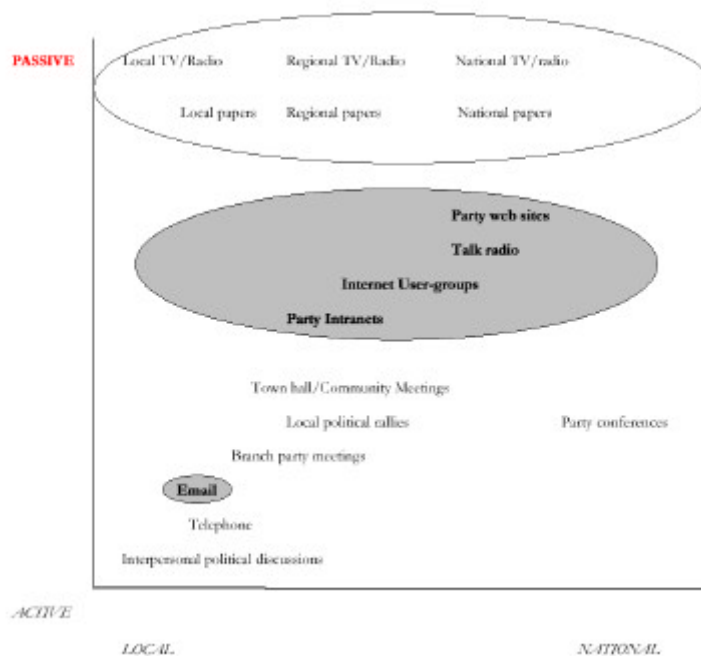
La maggiore elasticità offerta dal complesso delle risorse telematiche, rispetto allo schema proposto dalla Bentivegna, ci viene dalla interpretazione di Pippa Norris.

In questo schema si illustra come è cambiato il modo di comunicare dei partiti con l'avvento dei nuovi media. Fino alla comparsa della telematica l'interazione (che nello schema è indicato come livello attivo) avveniva solo tramite incontri, comizi e l'uso del telefono per quello che riguarda l'ambito locale, mentre per raggiungere una platea di livello nazionale l'unica soluzione era la conferenza di partito. I media tradizionali (stampa, radio e tv) consentivano di coprire sia platee a livello locale che nazionale ma con una forma di comunicazione passiva. Internet e la telematica in generale sopperiscono un po' a tutte le esigenze: di comunicazione interpersonale interattiva con l'e-mail, di visibilità a più ampio raggio ma non rigidamente passiva con i siti Web dei partiti.

Oppliger, *Internet and Intranet security*, Boston, Artech House, 1998; V. Ahuja, *Sicurezza in Internet e sulle reti*, Milano, McGraw-Hill, 1996.

³² Cfr. S. Bentivegna, *La politica in rete*, cit., pp. 42-47.

Figura 1: Le modalità di comunicazione politica con i vari media



È quindi ora possibile informare e comunicare interattivamente con i cittadini in maniera assai più semplice ed economica. In questo senso lo schema di Norris ci aiuta a costruire una classificazione più sistematica di funzioni potenzialmente coperte dal sito di un partito.

Un sito realizzato verso queste tre direzioni può soddisfare la domanda di informazione di un ampio spettro di possibili destinatari: i cittadini, gli elettori, i sostenitori, i militanti e membri del partito e i giornalisti. I cittadini possono trovare nel sito una fonte di informazione diretta e autogestita da raffrontare poi con ciò che viene pubblicizzato dai media tradizionali, al fine di farsi un'opinione più completa. Può inoltre partecipare o comunque assistere a dibattiti on-line e conoscere iniziative promosse dal partito per approfondirne la conoscenza.

Gli elettori troveranno, in prossimità dell'appuntamento elettorale, un elemento aggiuntivo che può contribuire a far maturare in loro la decisione di voto finale. I partiti di solito durante la campagna elettorale danno molta importanza al sito, pubblicandovi dettagliatamente i programmi, le interviste, gli attacchi agli avversari volti a screditarne i programmi, l'elettore può quindi farsi un quadro piuttosto esaustivo delle proposte delle forze in campo che, insieme agli altri veicoli di informazione, contribuirà a fargli assumere una posizione definitiva.

I sostenitori soddisferanno bisogni diversi, in particolare potranno trovare, tramite il sito, elementi per rafforzare e sostenere la propria posizione nelle discussioni con altri soggetti e per individuare eventuali punti vulnerabili nelle idee degli interlocutori di orientamento differente.

Ai militanti e ai membri del partito il sito consentirà di accedere direttamente al materiale ufficiale (documenti, statuto ecc.) e di coordinare l'organizzazione delle iniziative locali con quelle nazionali, usufruendo magari di materiale aggiuntivo (locandine, manifesti ecc.). Laddove ci sono accessi riservati il sito consente di partecipare direttamente, o comunque di esprimere la propria opinione, in merito alla definizione della linea politica e alle prese di posizione del partito sui vari temi.

I giornalisti dal canto loro, troveranno sul sito informazioni aggiuntive sulla vita, le iniziative, le prese di posizione del partito ed elementi per valutare, tramite alcune sezioni specifiche (ad esempio i forum di discussione), quale sia il clima all'interno del movimento. Talvolta infatti, dai messaggi che arrivano dai militanti e dai sostenitori, si possono cogliere eventuali momenti di difficoltà; non bisogna però dimenticare che potrebbe essere fatta una selezione degli input, nascondendo pareri eccessivamente polemici. Un sito costituisce comunque una fonte informativa diretta ed ufficiale.

In generale quindi un sito Internet va progettato e realizzato tenendo conto di tutti i flussi comunicativi che può attivare che, come abbiamo appena visto, vanno in molteplici direzioni.

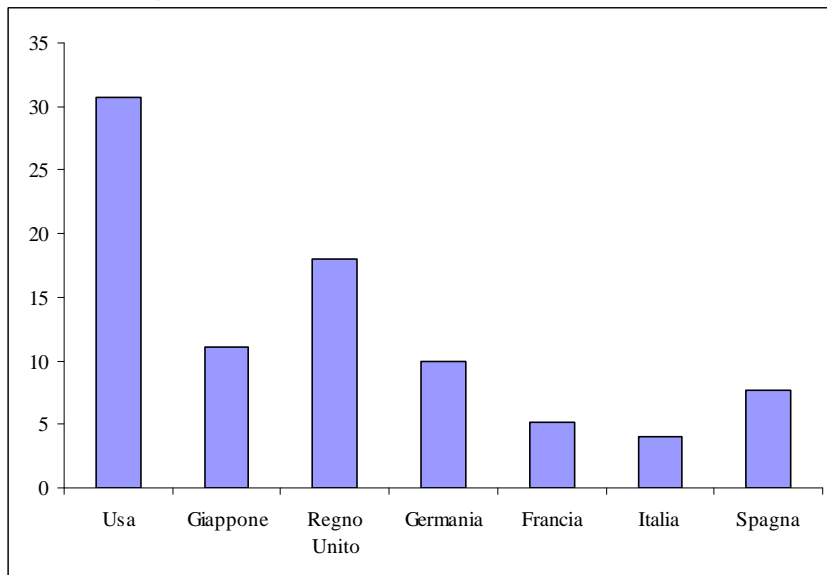
L'aver individuato questi tre livelli di utilizzo ci sarà utile per sistematizzare le informazioni raccolte visitando i siti dei partiti.

5. Una proposta di studio empirico sul caso italiano

In questa parte esamineremo gli esiti di una ricerca empirica che ho condotto al fine di verificare in che modo e con quali risultati i partiti/movimenti politici italiani stiano utilizzando le risorse telematiche di Internet.

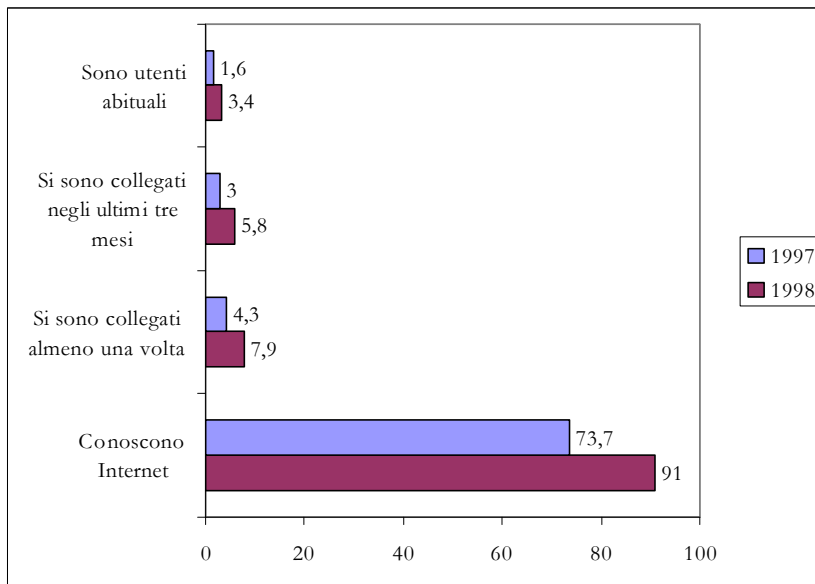
Nel fare ciò non bisogna trascurare il contesto in cui questo avviene. L'Italia infatti non è certo tra i paesi con una larga diffusione di Internet (fig. 2). Secondo un recente studio promosso dall'Unione Europea è il 14° paese per diffusione dell'uso di Internet (gli utenti costituiscono circa il 4% della popolazione totale), occupando la posizione immediatamente precedente a quella della Grecia. Nonostante una tendenza all'aumento, gli utenti abituali sono ancora pochi (fig.3); i partiti italiani quindi con il proprio sito raggiungono una fetta estremamente ridotta di potenziali elettori.

Figura 2: Diffusione di Internet in vari paesi (valori percentuali sulla popolazione totale).



Fonte: Elaborazione Assinform su fonti varie

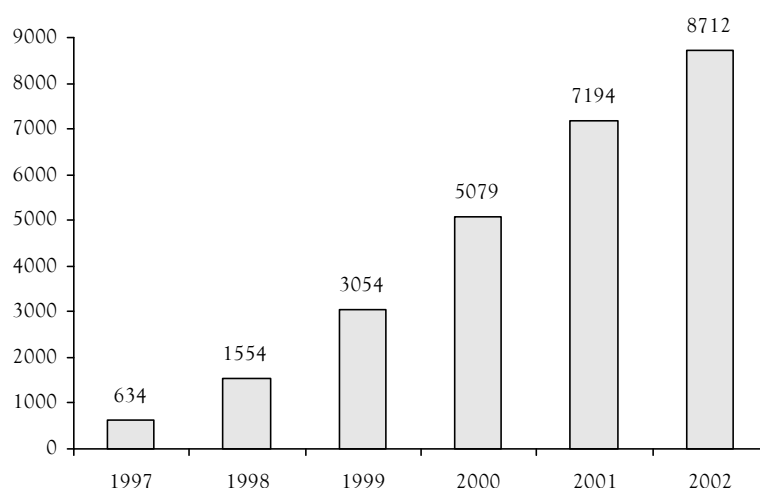
Figura 3: L'accesso a Internet in Italia (universo: individui in età 14-70; c.a. 44.400.000 individui - valori in %).



Fonte: Assinform

Tuttavia la situazione è a mio parere destinata a mutare: le inchieste prospettano una società sempre più pervasa da Internet (fig. 4), quindi, una volta che la rete potrà raggiungere una più vasta audience, come nel caso statunitense, le forze politiche dovranno porre più attenzione alla comunicazione per via telematica.

Figura 4: Lo sviluppo di Internet in Italia: gli utenti (in migliaia) (2000-2002 stima).



Fonte: IDC, 1999

Ma veniamo ai dati empirici in nostro possesso: al fine di ottenere un quadro esaustivo di informazioni ho seguito due canali di ricerca:

1. ho inviato ai partiti e ai movimenti politici italiani oggetto di studio un questionario finalizzato ad acquisire informazioni aggiuntive con un duplice scopo: da una parte ottenere informazioni direttamente dagli attori politici, dall'altra, inviando il questionario per posta elettronica e invitandoli a rispondere nello stesso modo, vedere se questa interazione diretta tra cittadino (nel mio caso studioso) e partito esista veramente o meno.

2. Ho poi visitato i siti dei partiti per cogliere direttamente gli aspetti più significativi del loro modo di comunicare. Tali informazioni sono state raccolte in un arco di tempo che va da maggio a settembre 1999.

a) Il questionario

Il questionario era idealmente suddiviso in tre cicli di domande: un primo ciclo era rivolto a ottenere informazioni di carattere generale (es. data di attiva-

zione del sito, esistenza di un sistema di monitoraggio degli accessi, funzione svolta dal sito ritenuta più importante); un secondo ciclo di domande riguardava gli aspetti strettamente pratici, ovvero la realizzazione e la manutenzione del sito (chi se ne occupa, se si tratta di personale esterno o interno al partito, ogni quanto viene aggiornato, chi delibera cosa pubblicare sul sito ecc.); il terzo gruppo di domande era volto ad ottenere informazioni supplementari circa le modalità di utilizzo del sito, le aspettative che vi si riponevano e gli eventuali sviluppi futuri (uso del sito anche per organizzazione interna, eventuali implementazioni previste, esistenza di progetti di archivi on-line ecc.).

Il questionario è stato inviato sia a grandi partiti diffusi su scala nazionale sia a piccoli movimenti locali, per un totale di 42 destinatari; per reperire gli indirizzi Internet dei vari movimenti mi sono servito della pagina italiana della sezione "The political corner" del sito di Agorà³³, azienda che fornisce servizi telematici.

Poche le risposte pervenute e tutte di movimenti con una diffusione sul territorio nazionale piuttosto ridotta, è impossibile quindi trarre conclusioni esaurienti tuttavia, dalle poche informazioni sostantive, sono emersi alcuni elementi interessanti: tutti coloro che hanno risposto hanno attivato il sito piuttosto tardivamente rispetto ad altri partiti, ovvero tra il 1996 e il 1999 probabilmente per la scarsa disponibilità di risorse da impiegare. La motivazione che ha spinto i movimenti politici ad essere presenti in Internet è pressoché la stessa, ovvero la possibilità di farsi conoscere senza filtri o censure, sopperendo alla mancanza di attenzione dei media tradizionali.

Tutti hanno previsto nel proprio sito un sistema di monitoraggio degli accessi più o meno sofisticato con lo scopo di ottenere un indicatore di quanto il sito sia visibile e ben pubblicizzato.

Un altro elemento in comune è dato dal fatto che tutti usano il sito per funzioni di coordinamento interno e per la gestione amministrativa, o per convocazioni e comunicazioni di carattere generale.

Tra le possibili direzioni di espansione del sito, inoltre, in molti casi vi è la creazione di archivi di partiti consultabili on-line.

Il bilancio sull'attività telematica è comunque soddisfacente per tutti, anche se alcuni segnalano limiti o inconvenienti, principalmente la mancanza di conoscenze informatiche che consentano di sfruttare appieno le potenzialità della telematica, e l'impossibilità materiale di rivolgersi a professionisti del settore.

³³ In rete a <http://www.agora.stm.it/politic.htm>.

b) la visita dei siti dei partiti italiani

Ho passato in rassegna praticamente tutti i siti delle formazioni politiche italiane sia di portata nazionale che locale, soffermandomi su quelli che presentano differenze interessanti per impostazione e contenuti, e cercando di individuare elementi di originalità nel loro utilizzo; ho analizzato quindi sia siti poco strutturati, il cui aggiornamento viene fatto con scarsa frequenza, sia siti molto elaborati, aggiornati pressoché quotidianamente, cosa che denota una attenzione particolare alla comunicazione politica via telematica.

Se facciamo riferimento al primo di quei tre livelli di utilizzo individuati, possiamo dire che ogni sito, sia di piccola che di grande entità, contiene una parte informativa sulla storia e l'attività del partito.

Sia quelli poco elaborati (come quello del CDU³⁴), sia quelli più complessi (Forza Italia³⁵, Democratici di Sinistra³⁶, Alleanza nazionale³⁷) contengono sezioni più o meno esaurienti sulle linee di condotta del movimento.

In alcuni casi, messaggi di benvenuto degli esponenti di punta illustrano anche le motivazioni che hanno spinto il movimento a realizzare il sito: è il caso di Alleanza nazionale³⁸, con il saluto di Fini³⁹, e dei Popolari, con una lunga disquisizione dell'allora segretario Marini sulle opportunità e i rischi impliciti nelle nuove tecnologie della comunicazione (di cui riporto solo una piccola parte)⁴⁰.

³⁴ In rete a <http://www.cdu.it>

³⁵ In rete a <http://www.forza-italia.it>

³⁶ In rete a <http://www.democraticidisinistra.it>

³⁷ In rete a <http://www.alleanza-nazionale.it>

³⁸ Da ora in poi AN.

³⁹ Questo il testo: "Il nuovo sito di Alleanza Nazionale, rinnovato nella grafica e nei contenuti, mira ad offrire a voi navigatori la possibilità di conoscere con maggior fedeltà e immediatezza il pensiero politico di AN. Un partito aperto che intende comunicare non solo per farsi conoscere, ma anche per raccogliere i pensieri e le opinioni di quanti desiderano confrontarsi con esso, non poteva non fare del proprio sito Internet un luogo di dialogo e di confronto.

Grazie a questo strumento sarà più facile far conoscere a milioni di navigatori in Europa e nel mondo l'importante ruolo politico che Alleanza Nazionale svolge anche nel contesto mondiale".

⁴⁰ "[...] So che la grandezza di Internet è la sua dimensione di possibile interscambio di esperienze: attendo allora suggerimenti e consigli, oltre alle vostre opinioni su quanto qui scritto e, più in generale, sul comportamento quotidianamente tenuto dal Partito popolare italiano e da me in particolare.

Più di trent'anni fa il genio di Stanley Kubrick, a cui quest'assemblea che parla di futuro rivolge il suo sentito omaggio, regalò al mondo una straordinaria visione profetica del rapporto di dipendenza che sarebbe via via andato creandosi tra l'uomo e le tecnologie. Il computer HAL 9000,

Uno spazio è comunque quasi sempre riservato alla storia del partito: nel sito del CDU ad esempio c'è una sezione con l'immagine e una breve descrizione dei manifesti della Democrazia Cristiana realizzati dal 1946 ad oggi. Partiti che durante la loro storia hanno subito mutamenti importanti possono documentare esaurientemente questi passaggi: è il caso di AN, in cui una sezione chiamata "Il cammino di AN", ripercorre tutte le tappe che hanno portato dal "vecchio" MSI ad Alleanza nazionale: oltre allo Statuto di AN, è possibile scaricare gli atti e i documenti relativi a questi importanti passaggi (ad esempio le "Tesi di Fiuggi" e quelle relative al Congresso di Verona). I documenti sono disponibili in vari formati, sia in forma scritta che con filmati e contributi audio sui momenti salienti e sui vari appuntamenti.

Oltre alla storia e ai loro mutamenti, i partiti danno ovviamente ampio spazio alle attività in corso: da quella degli esponenti del partito in Parlamento, a particolari battaglie politiche (il sito dei Laburisti ad esempio contiene una sezione intitolata "Guerre dimenticate" in cui si dà notizia di conflitti perlopiù di natura etnica cui i media tradizionali danno poco risalto); si riportano le posizioni del partito su varie tematiche di attualità (ad esempio la sezione "Dossier" del sito dei Democratici di Sinistra⁴¹) e in alcuni casi si richiama l'attenzione su appuntamenti importanti futuri (molto dettagliata è la sezione del sito dei DS relativa alle Feste dell'Unità e quella del "Diario delle iniziative" del sito di Rifondazione comunista, in cui si forniscono ampie informazioni sui dibattiti e i comizi che si dovranno tenere); in alcuni casi si rendono noti anche alcuni documenti di solito riservati: i DS ad esempio pubblicano il bilancio del partito, un'iniziativa secondo me tesa a dimostrare la legittimità dell'amministrazione del partito, in un momento in cui la provenienza di finanziamenti alle forze politiche è oggetto di critiche e perplessità.

Si cerca comunque non solo di *informare* ma anche di *formare* politicamente il visitatore del sito. È questa una prerogativa di quei siti che vengono aggiornati

cuore pensante dell'astronave di "2001 - Odissea nello spazio", ribellandosi all'intelligenza umana ne mette a rischio la sopravvivenza. Gli interrogativi che scaturiscono da questa immagine metaforica sono di tutta evidenza: l'uomo si metterà al servizio della tecnologia, risultandone in qualche modo dipendente, o saprà costruire un percorso che sia in grado di mettere sempre la tecnologia al servizio della persona senza mai rischiare di ribaltare tali ruoli? E' un interrogativo che scuote le coscienze e assale la politica. I passi giganteschi compiuti dalle tecnologie telematiche e della comunicazione impone ai governanti di scegliere quale atteggiamento tenere rispetto a questa marea montante. [...] Credo, invece, che questi tempi nuovi annunciati siano carichi di potenzialità innovative e di progresso valoriale reale. [...].

⁴¹ Da ora in poi DS.

pressoché quotidianamente perché si deve stare attenti a presentare la posizione del partito su tematiche attuali, che vanno quindi scelte con cura. Si pone attenzione ovviamente alla scelta delle tematiche: in alcuni siti ad esempio (AN e DS) si parla espressamente di una azione del partito volta rendere meno costoso l'accesso a Internet agli utenti privati, un tema ovviamente caro ai visitatori del sito.

In alcuni casi si rende possibile la consultazione del quotidiano di partito (sul sito di AN ad esempio, dalle 16.00 in poi, è possibile sfogliare il "Secolo d'Italia" del giorno stesso).

Sul sito si riproduce anche il confronto con le altre forze politiche (le già descritte *attack news*): tramite interviste o contributi diretti degli esponenti del partito, si critica in maniera più o meno marcata l'operato di altri partiti. Un sito particolarmente dedicato a questo tipo d'informazione è quello di Forza Italia, in cui nella sezione "Primo piano", si fanno ampie critiche all'operato del governo.

La *formazione* del visitatore avviene, come ho già detto, anche attraverso una serie di letture consigliate, nella gran parte dei casi di ispirazione politica vicina a quella del partito: nel sito di Forza Italia le letture sono divise per temi: "Della politica", "Riformare l'Italia", "Liberato mercato" e "Varie ma non eventuali". Molte sono le opere consigliate ma tutte ricalcano le posizioni di Forza Italia⁴².

Nel sito della Lega Nord⁴³ curiosa è la sezione "Libri" in cui si illustra la produzione dell'"Editoriale nord"⁴⁴, e della "Leonardo Facco"⁴⁵, due case editrici filo-

⁴² Ad esempio viene consigliato il volume di C. Bonini e F. Misiani *La toga rossa*, che narra di un Magistrato che si trova inaspettatamente coinvolto in un'inchiesta condotta dal pool di Milano, oppure *Il Libro nero del comunismo. Crimini, terrore, repressioni*

⁴³ In rete a <http://www.lapadania.com>.

⁴⁴ Così viene descritta sul sito: "Il 14 dicembre 1985, a Varese, un gruppo di soci, tra cui molti dei fondatori della Lega Lombarda, costituirono l'Editoriale Lombarda, che il 30 giugno 1993, diventerà l'Editoriale Nord. L'Editoriale si afferma nel mondo della comunicazione sviluppandosi in quattro precisi ambiti: il quotidiano, la radio, i libri e come agenzia di stampa [...]. Dal 1993 è anche un'agenzia di stampa quotidiana con Agepadania strutturata su due redazioni Milano e Roma [...]. È recente il quinto ambito, la multimedialità, con la predisposizione di un CD-ROM sulla storia della Lega Nord per l'indipendenza della Padania". Dal sito della Lega nord, <http://www.lapadania.com/editnord/libri/index.htm>.

⁴⁵ Queste le note descrittive presenti sul sito: "La piccola casa editrice fondata, nel 1993 a Treviglio (Bg), da Leonardo Facco, giornalista e scrittore, ha, oggi, al suo attivo diverse pubblicazioni di carattere politico e sociale. Sono, in particolare, tre le collane che si occupano di questi argomenti: "Laissez Faire" (che analizza e approfondisce le politiche libertarie); "Politicarte" (che tratta temi politici di carattere generale) e "Gli Eroi" (che centra l'attenzione su quei personaggi che lottano per l'indipendenza). Inoltre, la "Leonardo Facco Editore" pubblica un trimestrale di cultura liberatoria "Enclave". *Ibidem*.

padane. La loro produzione è tutta incentrata su testi che riguardano il progetto padano, l'indipendenza e la storia di popoli con una forte identità, ad esempio i Celti. Figura inoltre un libro di poesie di Umberto Bossi.

Sempre in questa sezione si trova un elenco di “Libri consigliati per una biblioteca padana”⁴⁶: qui la volontà di formare politicamente il visitatore è lampante.

Spesso molto curate sono le sezioni dei *links*, i collegamenti ad altri siti: in alcuni casi sono espressamente “schierati” (nel sito di AN i links sono tutti a siti di ispirazione di destra), in altri hanno una connotazione più informativa, come nel sito dei Democratici di sinistra, in cui sono divisi per categorie di natura anche non politica: Partiti, Governo/Istituzioni, Enti locali, Stampa, Radio-TV, Politica internazionale. Qui si può rilevare una discreta “imparzialità”: infatti nell'elenco dei partiti figurano anche quelli che per estrazione politica non sono vicini ai DS, e quelli minori. Vengono inoltre consigliati siti di varia natura, dai sindacati alla rivista di cucina “Il Gambero Rosso”.

Molto curata è la parte relativa alla stampa dove figurano i links a le principali testate nazionali, ma anche ai quotidiani di piccola tiratura o prettamente locali. Ci sono inoltre collegamenti alle agenzie di stampa e a testate internazionali (es. il New York Times, Le Monde e il Washington Post).

Anche la parte Radio-Tv include tutti i tre poli maggiori dell'emittenza televisiva in Italia – Rai, Mediaset e Cecchi Gori – e molte emittenti radiofoniche anche a carattere locale.

La sezione della politica internazionale è invece più “schierata”, con i link a partiti e movimenti di sinistra che operano in tutto il mondo. Immane anche una sezione con una serie di link riguardanti la Comunità europea e l'Euro.

Come si può vedere, un partito politico ha estrema libertà nel gestire i contenuti del proprio sito, proprio grazie al fatto che non deve sottostare a nessun filtro. Questo rende possibile divulgare anche messaggi che, per il loro contenuto, non troverebbero spazio sui media tradizionali. Prendiamo il sito della Lega nord ad esempio che, anche se strutturalmente simile ai siti di altri partiti, si distingue per i contenuti: il messaggio è volto completamente ad affermare l'iden-

⁴⁶ I testi consigliati sono suddivisi in: “Libri sui popoli antichi”, con testi tipo *L'impero dei celtici e Noi, Celti e Longobardi*; un'altra sezione contiene i “Libri sul risorgimento”, tipo *La conquista del Sud. Il Risorgimento nell'Italia meridionale*, e *Avanti Savoia! Miti e disfatte che fecero l'Italia 1848.1866*; c'è poi un'ultima parte con “Libri di argomento generale”, in cui si propongono testi che illustrano il progetto padano, tra cui il volume di Bossi, *Il mio progetto. Discorsi su Federalismo e Padania* e quello di Gilberto Oneta, *L'invenzione della Padania. La rinascita della comunità più antica d'Europa*.

tività politica, culturale e sociale della Padania, l'informazione che viene data, se si esclude quella comune alla maggior parte dei siti relativa ai quadri del partito e lo Statuto, è completamente polarizzata, si ospitano solo gli organi di informazione padani, stampa, radio e televisione, si consigliano letture solo di case editrici padane le cui pubblicazioni trattano ovviamente tematiche estremamente vicine a quelle del partito. Si riportano gli appuntamenti, anche di natura non politica (ad esempio le Olimpiadi padane) che riguardano però solo il partito e lo Stato padano. Della vita politica italiana non vi è pressoché traccia alcuna se non per i risultati delle elezioni amministrative mentre si dà ampio spazio alla vita politica della Padania, con il resoconto della prima seduta del Parlamento (anche se non si fa menzione di appuntamenti successivi) e il dettagliato contributo sui risultati delle elezioni padane, che hanno visto concorrere partiti esistenti solo in Padania. In generale il sito appare più l'organo d'informazione e di legittimazione di uno Stato che il sito di un partito. Chi legge dovrebbe avere l'impressione che l'indipendenza della Padania è ormai una realtà: ci sono infatti tutte le strutture indipendenti che possono affermarla: organi d'informazione, istituzioni politiche, la scuola, attività ricreative e culturali, un associazionismo diffuso, la Costituzione e la dichiarazione d'Indipendenza. È ovvio che un tale tipo di messaggio non potrebbe trovare tanta pubblicità negli organi di informazione di portata nazionale.

Lo stesso discorso vale per il sito del Movimento fascismo e libertà⁴⁷, volto esclusivamente a legittimare il movimento che porta un nome piuttosto scomodo. Ampio risalto viene dato infatti alle vicende interne, con un dettagliato resoconto dei provvedimenti di espulsione presi nei confronti di alcuni esponenti ritenuti responsabili di perseguire gli interessi propri piuttosto che quelli del movimento. In pratica si vuole dare l'impressione di massima trasparenza e della serietà delle proprie intenzioni.

Anche il sito di Radio radicale⁴⁸ si differenzia per il tipo di informazione effettuata, incentrata principalmente sulla vita politica del paese. Certo, i riferimenti agli eventi che riguardano il movimento radicale non mancano ma non costituiscono la parte dominante del sito, dominano infatti i contributi – in forma di articolo scritto, di discorso radiofonico o di filmato – riguardanti i principali eventi politici del paese, con ampio spazio riservato alle dirette video del Parlamento, sia a quelle in corso che a quelle dei giorni precedenti, e ai contributi di esponenti di governo anche relativi al passato.

⁴⁷ In rete a <http://www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/5552>.

⁴⁸ In rete a <http://www.radioradicale.it>.

L'intenzione in questo sito è chiara: si vuole avvicinare più possibile il mondo politico ai cittadini senza alcuna mediazione. Il cittadino potrà attraverso il sito entrare in Parlamento e seguirne i lavori potendo verificare l'operato degli esponenti politici senza alcun filtro (di solito effettuato dai media tradizionali) che selezioni le notizie da riportare, potrà dare un giudizio obiettivo sulla classe politica in generale e verificare se i candidati che ha votato mantengono fede agli impegni presi durante la campagna elettorale; si dà ampio spazio inoltre ai lavori delle Commissioni Parlamentari che di solito godono raramente delle attenzioni dei media tradizionali.

Ovviamente tramite il sito è possibile ascoltare i programmi di Radio radicale.

Si può dire che il sito riproduca le linee di condotta dell'emittente radiofonica che lo promuove che, come sappiamo, trasmette le dirette dal Parlamento e comunque si è sempre distinta per ospitare le opinioni di tutti gli ascoltatori senza alcun controllo⁴⁹.

In generale, si riscontra una discreta imparzialità nella selezione dei contenuti, in cui trovano spazio in maniera piuttosto egualitaria le istanze del centro destra, quelle del centro sinistra e quelle delle altre forze politiche minoritarie (ad esempio il resoconto completo dell'Assemblea Nazionale dei Verdi).

Un sito, quindi, piuttosto differente dagli altri di cui abbiamo parlato, che utilizza anche tecniche avanzate e si propone come obiettivo principale di rappresentare con la massima trasparenza gli avvenimenti politici.

Per quanto riguarda il secondo livello di utilizzo dei siti, quello relativo al contatto diretto con i cittadini, ho riscontrato una maggiore disomogeneità tra i siti delle forze politiche. Bisogna dire che questo tipo di utilizzo richiede uno sforzo economico-logistico maggiore per essere adeguatamente sfruttato e non tutte le formazioni politiche possono o vogliono farlo.

Tuttavia, il sistema più elementare di contatto diretto, la posta elettronica, è presente in tutti i siti, anche se gestita in modo non sempre efficace. Il sito del CDU ad esempio, contiene un unico contatto e-mail che però non è funzionante, e il fatto che nessuno abbia provveduto alla correzione può indicare che la casella viene controllata piuttosto raramente; ma si riscontra una certa inefficienza anche in altri casi, dove sono presenti più contatti ad esponenti del partito dai quali (lo abbiamo verificato con l'invio del questionario) è assai difficile trovare rispo-

⁴⁹ Cosa questa che non ha mancato di suscitare polemiche, soprattutto per i contenuti spesso forti ed offensivi dei messaggi degli ascoltatori che l'emittente radio mandava in onda senza alcuna censura.

sta. Un livello di utilizzo quindi facile da gestire, ma al quale i partiti prestano poca attenzione.

In alcuni siti si cerca di stimolare il dibattito politico, principalmente attraverso l'istituzione di forum di discussione a cui tutti possono partecipare con un messaggio che verrà pubblicato dopo una moderazione. Di solito gli argomenti sono di natura politica, ma non si escludono filoni di discussione di carattere culturale (ad esempio nel sito dei DS). In alcuni casi si cerca di documentare adeguatamente chi intende partecipare al Forum, come nel sito di AN dove le varie tematiche sono illustrate da contributi di esponenti del partito. I Forum sono comunque presenti anche in siti di formazioni politiche più piccole, come Bergamo liberale⁵⁰.

Forza Italia fa ampio ricorso a tecniche di contatto diretto: la sezione "Tu che ne pensi" consente di esprimere un'opinione su varie tematiche d'attualità (fornendo così al partito un'indicazione sulla linea di condotta da tenere) c'è poi una curiosa sezione chiamata "Scrivi sul muro", cui si può inviare un messaggio proprio come se si scrivesse su un muro (riprodotto da alcuni accorgimenti grafici). Ho voluto sperimentare questa sezione poiché al momento in cui la stavo consultando vi si trovavano esclusivamente messaggi favorevoli a Forza Italia, ho così inviato un messaggio di critica sulla "faziosità" del sito, messaggio che è tuttavia comparso sul "muro" pochi minuti dopo. La moderazione di cui si parla nella sezione non è evidentemente così "rigida" come poteva sembrare ad un primo impatto. Sempre nel sito di Forza Italia vi è una originale sezione chiamata "Test delle Libertà", un vero e proprio quiz on-line con 6 domande sulle vicende del Polo alle elezioni europee ed amministrative, le cui risposte vengono poi inviate al sito.

Forze politiche anche di portata minore ricorrono al sito per avere un indicazione circa la propria politica o per stabilire un contatto "amichevole" con il cittadino: il sito di Irene Pivetti⁵¹ ad esempio contiene una sezione chiamata "Lo sportello del cittadino" attraverso la quale si vuole dar voce alle istanze dei cittadini anche in sede parlamentare. Il tono usato è molto colloquiale⁵² e in un certo

⁵⁰ In rete a <http://www.bergamoliberale.org>.

⁵¹ In rete a <http://www.irenet.it>.

⁵² La frase di benvenuto dice. "Benvenuto nello Sportello del Cittadino. All'interno di questa sezione hai la possibilità di contattare direttamente Irene Pivetti: puoi inviare on-line domande sull'attività politica, richieste sul funzionamento degli organi costituzionali ma anche sapere, ad esempio, l'iter di una legge oppure conoscere quale è stata l'opinione espressa in aula su una determinata questione. Lo Sportello del cittadino ti permette anche di segnalare disfunzioni nella pubblica amministrazione o inviare richieste private a Irene Pivetti. Puoi scegliere se ricevere mantenere riservata la risposta o pubblicarla su IRENET".

senso si offre aiuto al visitatore che voglia approfondire temi politici di cui ha scarsa conoscenza o che debba risolvere problemi di carattere burocratico. Tuttavia se andiamo a vedere il “Sommario” dei messaggi lo troviamo vuoto anche se è difficile risalirne al motivo.

Alleanza nazionale monarchica⁵³, movimento che persegue come obiettivo il ritorno dei Savoia in Italia per dar vita ad una Monarchia costituzionale, ha istituito un sondaggio on-line per conoscere l’orientamento degli italiani riguardo a questo tema.

Anche il sito della Lega offre spunti di originalità con una sezione in cui si possono inviare messaggi anonimi che non verranno moderati, né pubblicati, ma inoltrati agli esponenti del partito competenti per materia. C’è poi un Newsgroup che tuttavia, guardando le date in cui sono pervenuti gli ultimi messaggi, appare poco frequentato.

Si pone attenzione anche al linguaggio con il quale ci si rivolge ai visitatori: in alcuni casi è più formale (vedi il sito di AN) mentre in altri è più colloquiale (vedi DS) come se si parlasse faccia a faccia con un esponente del partito. In alcuni casi (Democratici di sinistra e Forza Italia) è inoltre possibile tesserarsi tramite il sito.

Per quanto riguarda il terzo livello, quello relativo ad una organizzazione del movimento per via telematica è difficile stabilire quanto venga perseguito. Avremmo potuto ottenere informazioni più esaustive dai questionari tuttavia possiamo fare alcune supposizioni anche in mancanza di queste: sembra che i partiti che hanno una diffusione più estesa sul territorio stiano muovendosi in questa direzione, creando una serie di siti per ogni sede locale, riproducendo così l’articolazione sul territorio tipica delle sezioni di partito.

In alcuni casi poi, nei siti, ci sono delle aree riservate: nel sito di AN, ad esempio, e anche in quello della Lega dove esiste una BBS il cui accesso è consentito esclusivamente a coloro che fanno parte delle strutture organizzative del partito.

Sembra quindi esserci un orientamento ad adottare forme di organizzazione telematica.

6. Una prima valutazione dei dati raccolti

Siamo ora in grado di trarre alcune considerazioni sul modo in cui le organizzazioni politiche italiane utilizzano Internet come nuovo mezzo di comunicazio-

⁵³ In rete a <http://www.geocities.com/CapitolHill/8261>.

ne. Vediamo intanto il primo dei tre livelli di utilizzo che abbiamo individuato, quello relativo a Internet come strumento informativo e formativo.

Si può affermare che questa sia una risorsa ampiamente sfruttata nei siti dei partiti. In tutti quelli esaminati infatti una sezione viene dedicata alle notizie, più o meno dettagliate, sull'attività del partito, sui quadri dirigenti, sulle idee e gli obiettivi, e sulle prese di posizione rispetto agli avvenimenti politici di attualità. Si tratta come ho già detto del livello di base dell'utilizzo di un sito poiché qualsiasi formazione politica, nuova o vecchia che sia, che voglia attirare l'attenzione del pubblico, deve per prima cosa presentarsi e far conoscere le proprie intenzioni e opinioni.

Per ciò che riguarda l'informazione volta a fornire ai cittadini la percezione del mondo politico si può affermare che la realtà politica proposta attraverso il Web è diversa a seconda di chi la propone. Uno stesso tema può infatti ricevere interpretazioni diverse a seconda della corrente politica che lo sta trattando, questo perché l'informazione che si cerca di fare attraverso il sito difficilmente avrà come scopo prioritario quello di informare, piuttosto quello di portare consensi al partito. Si pone il focus quindi principalmente su argomenti cui la gran parte dei cittadini tiene in modo particolare, per dare l'impressione di un partito sensibile ai temi cari alla gran parte della popolazione⁵⁴. In questo caso, il confine tra la funzione informativa del sito e quella formativa-pedagogica diventa sempre più labile, poiché lo scopo finale è quello di educare i cittadini a conoscere il più possibile ed eventualmente condividere la linea politica del partito. Anche per questa seconda funzione gli strumenti attivati nei siti sono molti: abbiamo più volte incontrato consigli sulle letture da effettuare, *links* a siti vicini per ispirazione politica a quelli del partito, ampie informazioni sulla storia e l'evoluzione del partito.

Un livello di utilizzo assai battuto quindi ma finalizzato principalmente agli obiettivi del partito. In rari casi si è voluto riprodurre il mondo politico in modo meno parziale, ad esempio ospitando i contributi video in diretta dalla Camera, oppure riportando dichiarazioni o previsioni di esponenti del partito che poi si sono rivelate errate, o anche attraverso i link, quando comprendono collegamenti anche a organizzazioni o media d'informazione di differente ispirazione politica.

Questo primo livello di utilizzo serve quindi alle organizzazioni politiche principalmente per aumentare il proprio consenso e consolidare quello già esistente,

⁵⁴ Abbiamo visto ad esempio come in più occasioni si richiamasse all'impegno profuso dal partito per ridurre i costi degli abbonamenti ad Internet.

e solo in minima parte si guarda un po' oltre, "sacrificando" parte dello spazio disponibile per tentare di riavvicinare i cittadini al mondo politico e colmare la frattura ormai evidente tra società e politica.

Non si possono non considerare infine i vantaggi della disponibilità di informazioni riguardanti il partito, ai fini di chi fa ricerca. Se infatti fino a qualche anno fa ottenere dati sull'organizzazione e la documentazione interna del partito era assai difficile e laborioso, e comunque richiedeva un certo dispendio di tempo, oggi, grazie ai siti Internet, è possibile ottenere le informazioni in tempo reale: da molti siti è possibile prelevare gli Statuti, le notizie relative ai quadri dirigenti, i documenti programmatici, gli atti dei vari convegni e addirittura assistere al convegno in diretta, una serie di opportunità quasi impensabili fino a qualche anno fa.

Passiamo al secondo livello di utilizzo, quello relativo a Internet come mezzo di contatto diretto con i cittadini.

Esaminando i siti abbiamo incontrato spesso strumenti volti a realizzare un'interazione diretta con il visitatore, alcuni usati più efficacemente, altri meno; è il caso ad esempio dei forum di discussione, a volte ricchi di interventi, a volte semideserti, o delle sezioni dove si può lasciare un messaggio (il "muro" elettronico di Forza Italia ad esempio), dove in alcuni casi possono sorgere dubbi sulla veridicità di alcuni messaggi, tuttavia buona parte dei siti visitati trascura questo livello di utilizzo, limitandosi spesso a dei semplici contatti di posta elettronica.

Sembra comunque che le forze politiche – mi riferisco in particolar modo a quelle maggiori che hanno più possibilità in termini di risorse per attivare sui loro siti tali strumenti – prestino più attenzione alle forme di interazione diretta che hanno un riscontro più immediato, che sono cioè immediatamente visibili per chi visita il sito e più accattivanti nella formula attraverso la quale si propongono. Abbiamo visto infatti spesso organizzare con cura i forum, divisi per argomento e corredati in alcuni casi da articoli in cui si fornivano informazioni aggiuntive sul tema trattato e, anche se si cerca in alcuni casi di pilotare l'esito del dibattito, sembra che siano accolte sia opinioni favorevoli che contrarie.

Un discorso diverso va fatto per i numerosi indirizzi di posta elettronica tramite i quali si può in teoria rivolgere domande a esponenti anche di punta del partito.

Il collaudo di questo strumento comunicativo lo abbiamo fatto con la distribuzione del questionario: su quarantadue organizzazioni contattate solo cinque hanno risposto, nessuna delle quali di una certa grandezza. I grandi partiti, quelli nel cui sito si parla di "Uffici Internet" capitanati da Onorevoli, e si ospitano lettere di presentazione dei segretari in cui si incensano le capacità comunicative della Rete

per stabilire un contatto diretto con i cittadini e farsi portatori delle loro istanze, non si sono degnati nemmeno di rispondere se erano interessati al questionario o meno, lo hanno bellamente ignorato.

Nonostante tre invii ripetuti a distanza di circa un mese, la gran parte delle organizzazioni politiche contattate non ha saputo o voluto rispondere alla richiesta di informazioni, a questo punto la domanda sorge spontanea: cosa si attivano a fare gli indirizzi e-mail, magari uno per ogni responsabile per settore del partito, se poi non si risponde a chi chiede informazioni sull'attività del partito?

Si possono fare delle ipotesi su questo comportamento:

1. C'è una disorganizzazione di fondo nel leggere la posta elettronica indirizzata al sito e nello smistarla ai vari responsabili di competenza per cui i messaggi vanno persi nei vari passaggi, una tesi questa che può essere vera per le piccole organizzazioni politiche, le quali spesso hanno poche persone a disposizione per gestire questo tipo di servizio, ma non per quelle più grandi che dichiarano sul sito di avere uno staff preposto alla comunicazione tramite Internet. In ogni caso, se non si è sicuri di riuscire a gestire in modo efficace un indirizzo e-mail (cosa che comunque non richiede uno sforzo così imponente), è meglio non attivarlo, si eviteranno così brutte figure nei confronti di chi scrive e non ottiene risposta.

2. La seconda ipotesi attiene al contenuto delle domande: probabilmente all'interno delle organizzazioni politiche non si ritiene di dover dare importanza a chi chiede informazioni per scopi scientifici, probabilmente perché rispondere non comporta un ritorno "in voti". Sarebbe stato curioso vedere se, presentandomi come simpatizzante del partito e ponendo domande relative ai programmi politici, avrei avuto maggiore attenzione. Ho colto comunque come una sorta di "affaticamento" nel rispondere da parte dei partiti interpellati, che in un primo tempo hanno promesso che avrebbero inviato le risposte in tempi successivi (cosa che fa pensare le domande sarebbero state sottoposte ad un responsabile di pertinenza), ma che poi non si sono fatti più sentire nonostante i solleciti.

Mi era venuto il dubbio inizialmente di aver scelto il momento sbagliato per inviare i questionari (il primo invio è stato effettuato alla metà del mese di maggio, ad un mese quindi dal confronto elettorale), e in effetti alcuni partiti avevano risposto che avrebbero considerato il questionario dopo le elezioni perché troppo oberati di lavoro, ma anche i successivi invii, avvenuti il secondo a metà luglio e il terzo a distanza di poco più di un mese (praticamente ho aspettato la fine delle vacanze estive) non hanno ottenuto risposta.

Cosa dire di questo atteggiamento? Credo che in questo caso i partiti non abbiano ben compreso come si debba usare il media telematico per ristabilire un contatto con i cittadini: il voler essere moderni a tutti i costi non può ridursi ad

un'operazione di facciata perché può diventare controproducente. Il cittadino che provi a scrivere ad un partito e che veda ignorare le proprie richieste può aumentare la propria disaffezione nei confronti del mondo politico, proprio il contrario di ciò che si vorrebbe ottenere con gli strumenti d'interazione diretta; è un discorso che riguarda in particolar modo i partiti più grandi che si presentano come molto attenti a questa nuova forma comunicativa ma che poi fanno addirittura peggio di organizzazioni più piccole e con meno risorse. Viene da pensare che i più volte menzionati Uffici Internet non esistano affatto, o che se esistono funzionino piuttosto male.

Passiamo ora al terzo livello, quello che vede Internet come strumento organizzativo. In questo caso è difficile trarre conclusioni perché sarebbero dovute scaturire dalle risposte dei questionari, tuttavia si possono provare a formulare delle ipotesi.

Sembra che le organizzazioni politiche siano sensibili a questo tipo di utilizzo anche se per il momento siamo in una fase embrionale. Sicuramente la posta elettronica viene ampiamente utilizzata per snellire le procedure di comunicazione (convocazioni, messaggistica urgente, ecc), come testimoniano i partiti che hanno risposto al questionario e si intuisce anche la volontà di creare aree di discussione riservate. Infatti, specialmente i grandi partiti, hanno un sito per ogni polo locale, come se si volesse creare una rete telematica riservata capace di raggiungere tutte le organizzazioni periferiche del partito per metterle in comunicazione.

Anche dai questionari è emersa questa intenzione nonostante le difficoltà organizzative che per i movimenti più piccoli sono sicuramente elevate, tuttavia i grandi partiti hanno le risorse necessarie: AN ad esempio, nella vecchia versione del sito, parlava espressamente di forum con accesso riservato a esponenti del partito o a *Webmasters* locali.

Ritengo quindi che lentamente, questa nuova strada organizzativa verrà intrapresa un po' da tutte le forze politiche.

Conclusioni

Alla luce dei dati raccolti sin qui⁵⁵ si può affermare che i partiti italiani utilizzano solo in piccola parte le potenzialità di Internet.

⁵⁵ Il progetto infatti è quello di tenere costantemente sotto controllo i siti dei partiti per verificare eventuali cambiamenti nel loro modo di comunicare per via telematica.

La parte più curata e sfruttata del sito è infatti quella informativa/formativa, mentre le possibilità di interazione e organizzazione interna sono utilizzate per il momento con scarsa efficacia. Internet viene così usato in maniera poi non tanto differente dai media tradizionali, con lo scopo primo di catturare nuovi consensi. Le motivazioni di questa lacuna possono essere molteplici: in alcuni casi esistono dei problemi logistici (carenza di personale e di risorse da impiegare), ma credo che la causa primaria sia da ricercare nei dati di sfondo che ho riportato nella fig. 1: i partiti politici non sono invogliati a sfruttare a fondo le risorse rese disponibili da un sito perché ritengono di non riceverne un adeguato ritorno, soprattutto per la scarsa platea raggiungibile. Ritengono evidentemente di poter beneficiare di più dai sistemi tradizionali di comunicazione politica.

Bisogna inoltre tenere conto della natura dei partiti politici italiani, in particolare quelli tradizionali di massa: in questi partiti permangono, nonostante i numerosi sconvolgimenti subiti negli anni '90, delle culture politiche di apparato che rendono difficile un uso dinamico e innovativo delle nuove tecnologie di comunicazione.

Un discorso a parte va fatto tuttavia per i piccoli gruppi: mentre i grandi partiti possono in un certo senso permettersi di “trascurare” la comunicazione per via telematica, grazie all’attenzione loro rivolta dai media tradizionali, per i piccoli movimenti essa diventa una risorsa indispensabile.

Un sito Internet rappresenta una rara possibilità di farsi sentire e di sopperire alla mancanza di attenzione da parte dei media di portata nazionale. Il promuovere le proprie idee tramite il sito può consentire di trovare altri gruppi che condividono le linee di pensiero, di reperire fondi, di trovare nuove adesioni, facendo così crescere il movimento, risultato difficilmente conseguibile con le forme di promozione abituali.

I piccoli movimenti a mio parere utilizzano i propri siti al massimo delle loro possibilità, e solo limitazioni di carattere economico gli impediscono di sfruttarli appieno. I siti sono infatti in gran parte improntati all’informazione, ma, come emerge dalle risposte ai questionari, anche questo livello di base richiede loro uno sforzo notevole, e comunque la posta elettronica, anche se magari si attiva una sola casella, viene utilizzata per dare informazioni a qualsiasi interlocutore.

“Nel complesso, i piccoli gruppi o movimenti politici trovano nella disponibilità di uno spazio nel Web risposte positive a molte delle annose questioni che da sempre li hanno caratterizzati. I problemi della visibilità – intesa anche in senso riduttivo come testimonianza di un’esistenza – e dell’organizzazione vengono parzialmente risolti grazie ad una presenza economica e di facile gestione. Quanto ciò possa effettivamente incidere sull’efficacia dell’azione del gruppo

non è dato conoscere; tuttavia, certamente la possibilità di accesso alla rete permette l'espressione di una realtà politica che non si identifica interamente con i grandi partiti o con le grandi organizzazioni”⁵⁶.

Sarà interessante vedere se e come in futuro, in seguito alla continua evoluzione tecnologica che renderà la comunicazione per via telematica più facilmente accessibile, e con l'aumento dell'alfabetizzazione informatica soprattutto per quanto riguarda le nuove generazioni, le forme della comunicazione politica telematica cambieranno.

⁵⁶ S. Bentivegna, *La politica in rete*, cit., p. 142.

Webliografia

Agorà, www.agora.it
Alleanza Dio e popolo, www.intertrade.it/users/adept/
Alleanza Nazionale, www.alleanza-nazionale.it
Alleanza nazionale monarchica, www.geocities.com/CapitolHill/8261/
Alpazur – Unione del Nord Ovest, www.geocities.com/CapitolHill/3004/
Autonomisti, www.autonomisti.com
Bergamo liberale, www.bergamoliberale.org
Cattolici padani, members.xoom.com/cattolicipdn/
CCD, www.ccd.it
CDU, www.cdu.it
Centocittà, centocitta.com
Comitato Rutelli, www.rutelli.roma.it
Comunisti unitari, www.comunisti.org
Confederazione comunisti/ e organizzati, www.freeweb.org/internet/autoproduzioni/index.htm
Democratici, www.democraticiperlulivo.it
Democratici di sinistra, www.democraticidisinistra.it
Democrazia cristiana di Bergamo, www.geocities.com/CapitolHill/Senate/2843/
Destra riformista, www.geocities.com/CapitolHill/8483/
Due Sicilie, www.duesicilie.org
Federazione dei liberali, www.luda.it/~liberali/
Federazione dei Verdi, www.verdi.it
Federazione laburista, www.laburisti.it
Forza Italia, www.forza-italia.it
Forza nuova, www.forzanuova.org
Fronte nazionale italiano, www.frontenazionale.org
Immigrati per la Padania, members.xoom.com/immigrpropdn/
Irene Pivetti, www.irenet.it
L'Italia dei valori, www.italiadeivalori.org
La Rete, www.larete.it
Lega nord, www.leganord.org
Lega Sud, www.legasud.it
Libera Roma, space.tin.it/associazioni/dcalvo/
Libertà emiliana & nazione Emilia, utenti.tripod.it/libertaemiliana/
Liga Veneta Repubblica, www.consiglio.regione.veneto.it/gruppipolitici/LVR/index.htm

Lista Bonino, www.radicali.it
Lista liberale Sgarbi, politica.digiland.it/1500/
Movimento autonomia Toscana, welcome.to/matonline
Movimento Fascismo e libertà, www.geocities.com/CapitolHill/Lobby/5552/index.html
Movimento monarchico italiano, www.monarchici.org
Movimento per l'autonomia della Romagna, mbox.cyberforli.it/mar/
Movimento per l'Ulivo, www.perlulivo.it
Movimento per le riforme istituzionali, hosting.iol.it/coaliz/
Movimento sociale fiamma tricolore, www.msifiammatric.it
Partido democratico statunitense, www.democratics.org
Partito autonomista trentino tirolese, www.trentgate.it/patt
Partito dei Comunisti italiani, www.partito-comunisti.it
Partito dell'onesta, www.ipdo.com
Partito marxisti-leninisti italiani, www.dadacasa.com/pmli/
Partito popolare italiano, www.popolari.it
Partito repubblicano italiano, www.netart.it/voce/prima.cgi
Partito sardo d'azione, www.mediamundi.it/partidus
Partito umanista, www.partitoumanista.org
Patto Cristiano esteso, www.peace.it
Patto Segni, www.pattosegni.it
Rifondazione comunista, www.rifondazione.it
Rinnovamento italiano, www.rinnovamento.it
Socialisti democratici italiani, www.socialisti.org
Südtiroler Volkspartei, www.svpartei.org
UDR, www.udr.it
Union für Südtirol, www.unionfs.it
Union valdôtaine, www.unionvaldotaine.org
Unione nord-est, www.consiglio.regione.veneto.it/GruppiPolitici/GM/UNE1C.HTM

COLLANA "WORKING PAPERS" DEL DI GIPS

1. Sergio Amato, *Amministrazione nel pensiero politico tedesco tra la metà dell'Ottocento e la prima guerra mondiale*, 1991
2. Maurizio Cotta, *Élite unification and democratic consolidation in Italy: an historical overview*, 1991
3. Paul Corner, *Women and fascism. Changing family roles in the transition from an agricultural to an industrial society*, 1991
4. Donatella Cherubini, *Bonomi e Modigliani: due riformisti a confronto*, 1992
5. Mario Ascheri, *I giuristi, l'umanesimo e il sistema giuridico dal Medioevo all'Età Moderna*, 1992
6. Michele Barbieri, *Politica e politiche nel Göttingen*, 1992
7. Roberto De Vita, *Società in trasformazione e domanda etica*, 1992
8. Floriana Colao, *Libertà e "statificazione" nell'Università liberale*, 1992
9. Maurizio Cotta, *New party systems after the dictatorship: dimensions of analysis. The european cases in a comparative perspective*, 1993
10. Pierangelo Isernia, *Pressioni internazionali e decisioni nazionali. Una analisi comparata della decisione di schierare missili di teatro in Italia, Francia e Germania Federale*, 1993
11. Federico Valacchi, *Per una definizione del ceto mercantile italiano durante il XVII secolo: il caso Giuseppe Rossano*, 1993
12. Letizia Gianformaggio, *Le ragioni del realismo giuridico come teoria dell'istituzione o dell'ordinamento concreto*, 1993
13. Roberto Tofanini, *La tutela della dos: le retentiones. Appunti per una ricerca*, 1993
14. Simone Neri Serneri, *Labour and nation building in Italy, 1918-1950: mass parties and the democratic state*, 1993
15. Ariane Landuyt, *Il modello "rimosso". Pragmatismo, etica, solidarietà e principio federativo nelle interrelazioni fra socialismo belga e socialismo italiano*, 1994
16. Enrico Diciotti, *Verità e discorso nel diritto: il caso dell'interpretazione giudiziale*, 1994
17. Maria Assunta Ceppari Ridolfi, *La lite del grano: un terratico conteso tra Sant'Antimo e Castelnuovo dell'Abate (1421)*, 1994
18. Stefano Maggi, *Le ferrovie nell'Africa italiana: aspetti economici, sociali e strategici*, 1995
19. Fabio Grassi Orsini, *La Diplomazia Fascista*, 1995
20. Luca Verzichelli, *Le politiche di bilancio. Il debito pubblico da risorsa a vincolo*, 1995
21. Maurizio Cotta, *L'Ancien Régime et la Révolution ovvero La crisi del governo di partito all'italiana*, 1995
22. Gerhard A. Ritter, *The upheaval of 1989/91 and the Historian*, 1995
23. Daniele Pasquinucci, *Altiero Spinelli Consigliere del Principe. La lotta per la Federazione Europea negli anni Sessanta*, 1996
24. Valeria Napoli, *Il laurismo: problemi di interpretazione*, 1996
25. Vito Velluzzi, *Analoga giuridica ed interpretazione estensiva: usi ed abusi in diritto penale*, 1996
26. Maurizio Cotta, Luca Verzichelli, *Italy: from constrained coalitions to alternating governments?* 1996
27. Mario Ascheri, *La renaissance à Stienne (1355-1559)*, 1997
28. Roberto De Vita, *Incertezza, Pluralismo, Democrazia*, 1997
29. Jean Blondel, *Institutions et comportements politiques italiens. "Anomalies et miracles"*, 1997
30. Gerardo Nicolosi, *Per una storia dell'amministrazione provinciale di Siena. Il personale elettivo (1865-1936) fonti, metodologia della ricerca e costruzione della banca dati*, 1997
31. Andrea Ragusa, *Per una storia di Rinascita*, 1998
32. Fabio Berti, *Immigrazione e modelli familiari. I primi risultati di una ricerca empirica sulla comunità islamica di Colle Val d'Elsa e sulla comunità cinese di San Donnino*, 1998
33. Roberto De Vita, *Religione e nuove religiosità*, 1998
34. Mario Galleri, *La rappresentazione della Resistenza (1955-1975)*, 1998
35. Gianni Silei, *Le socialdemocrazie europee e le origini dello Stato sociale (1880-1939)*, 1999
36. Roberto De Vita, *Il cappello degli ebrei. Considerazioni sociologiche attorno alla fine della vita*, 1999
37. Luigi Pirone, *Il cattolicesimo sociale di Carlo Maria Curci*, 1999
38. Andrea Ragusa, *Sulla generazione di Bad Godesberg. Appunti e proposte bibliografiche*, 1999
39. Unico Rossi, *La cittadinanza oggi. Elementi di discussione dopo Tomas H. Marshall*, 2000

COLLANE ATTIVATE PRESSO IL DIPARTIMENTO DI SCIENZE STORICHE, GIURIDICHE, POLITICHE E SOCIALI (DI GIPS) DELL'UNIVERSITÀ DI SIENA

Collana Monografie

1. Stefano Berni, *Per una filosofia del corpo. Heidegger e Foucault interpreti di Nietzsche*.

Collana Studi e Ricerche

1. Fabio Berti (a cura di), *Processi migratori e appartenenza*.
2. Fabio Berti (a cura di), *Cooperazione sociale e imprenditorialità giovanile*.

Gli arretrati possono essere richiesti al Dipartimento di Scienze Storiche, giuridiche, politiche e sociali, tel. 233010, Fax. 232754, e-mail bartali@unisi.it.

Collana Documenti di Storia

1. D. Ciampoli, (1984).
2. I. Calabresi, *Montepulciano nel Trecento. Contributi per la storia giuridica e storia istituzionale. Edizione delle quattro riforme maggiori (1340 c.-1374) dello statuto del 1337* (1987).
3. Comune di Abbadia San Salvatore, Abbadia San Salvatore. *Comune e monastero in testi del secolo XIV-XV/III* (1986).
4. *Siena e il suo territorio nel Rinascimento*, I, Documenti raccolti da M. Ascheri e D. Ciampoli (1986).
5. *Siena e il suo territorio nel Rinascimento*, II, Documenti raccolti da M. Ascheri e D. Ciampoli (1990).
6. M. Salem Elsheik, *In Val d'Orcia nel Trecento: lo statuto signorile di Chiarentana* (1990).
7. *Antica legislazione della Repubblica di Siena*, a cura di M. Ascheri (1993).
8. Abbadia San Salvatore. *Una comunità autonoma nella Repubblica di Siena, con edizione dello statuto (1434-sec. XV/III)*, a cura di M. Ascheri e F. Mancuso, trascrizioni di D. Guerrini, S. Guerrini e I. Imberciadori - carta del territorio di S. Mambriani, con un contributo di D. Ciampoli (1994).
9. V. Passeri, *Indici per la storia della Repubblica di Siena* (1993).
10. *Gli insediamenti della Repubblica di Siena nel 1318*, a cura di L. Neri e V. Passeri (1994).
11. *Bucine e la Val d'Ambra nel Duecento. Gli ordini dei Conti Guidi*, a cura di M. Ascheri, M.A. Ceppari, E. Jaona, P. Turrini (1995).
12. *Tra Siena e Maremma. Pari e il suo statuto*, a cura di L. Nardi e F. Valacchi (1995).
13. *Gli albori del Comune di San Gimignano e lo statuto del 1314*, a cura di M. Brogi, con contributi di M. Ascheri - Ch. M. de la Roncière - S. Guerrini (1995).
14. *Il Libro Bianco di San Gimignano. I documenti più antichi del Comune (sec. XII-XIV)*, a cura di D. Ciampoli, I. Vichi, D. Waley (1996).
15. M. Chiantini, *Il consilium sapientis nel processo del secolo XIII. San Gimignano 1246-1310* (1996).
16. A. Dani, *Il Comune medievale di Piancastagnaio e i suoi statuti*.
17. *L'inventario dell'Archivio storico del Comune di Massa Marittima*, a cura di S. Soldatini (1996).
18. F. Bertini, *Feudalità e servizio del Principe nella Toscana del '500* (1996).
19. M. Chiantini, *La Mercanzia di Siena nel Rinascimento. La normativa dei secoli XIV-XVI*. (1996).
20. G. E. Franceschini, *Lo statuto del Comune di Monterotondo (1578)* (1997).
21. P. Turrini, "Per honore et utile della città di Siena". *Il Comune e l'edilizia nel Quattrocento* (1997).
22. D. Maggi, *Memorie storiche della terra di Chianciano per servire alla storia di Siena*, a cura di B. Angeli (1997).
23. M. Ascheri, *I giuristi e le epidemie di peste (secoli XIV-XVI)* (1997).
24. *Monticiano e il suo territorio*, a cura di M. Borracelli e M. Borracelli (1997).
25. M. Gattoni da Camogli, *Pandolfo Petrucci e la politica estera della Repubblica di Siena (1487-1512)* (1997).
26. *Lo statuto del Comune di Chiusdino (1473)*, a cura di A. Picchianti. Presentazione di D. Ciampoli (1998).
27. A. Dani, *I Comuni dello Stato di Siena e le loro assemblee (sec. XIV-XV/III). I caratteri di una cultura giuridico-politica* (1998).
28. M. A. Ceppari, *Maghi, streghe e alchimisti a Siena e nel suo territorio (1458-1571)* (1999).
29. *Rare Law Books and the Language of Catalogues*, a cura di M. Ascheri e L. Mayali con la collaborazione di S. Pucci (1999).
30. S. Pucci, *Lo statuto dell'Isola del Giglio del 1558* (1999).
31. M. Filippone, G.B. Guasconi, S. Pucci, *Una signoria nella Toscana moderna. Il Vescovado di Murlo (Siena) nel secolo XV/III* (1999).
32. *Un grande ente culturale senese: l'Istituto di Celso Tolomei, nobile collegio - convitto nazionale (1676-1997)*, a cura di R. Giorgi (2000).
33. E. Mecacci, *Condanne penali fra normativa e prassi nella Siena dei Nove. Frammenti di registri del primo Trecento (con una breve nota sulla storia di Arcidosso)*, (2000)
34. M. Falorni, *Arte, cultura e politica a Siena nel primo Novecento. Fabio Bargagli Petrucci (1875-1939)*, (2000)

Per informazioni sulla disponibilità degli arretrati rivolgersi al Dipartimento di Scienze Storiche, giuridiche, politiche e sociali, tel. 232782, Fax. 232754, e-mail puccis@unisi.it.

Collana Occasional papers del CIRCaP, Centro Interdipartimentale di ricerca sul cambiamento politico

1. Maurizio Cotta, Alfio Mastropaolo, Luca Verzhicelli, *Italy: Parliamentary elite transformations along the discontinuous road of democratization*
2. Paolo Bellucci, Pierangelo Isernia, *Massacring in front of a blind audience*
3. Sergio Fabbrini, *Chi guida l'esecutivo? Presidenza della Repubblica e Governo in Italia (1996-1998)*
4. Simona Oreglia, *Opinione pubblica e politica estera. L'ipotesi di stabilità e razionalità del pubblico francese in prospettiva comparata*
5. Robert Dahl, *The Past and Future of Democracy*
6. Maurizio Cotta, *On the relationship between party and government*

Gli arretrati possono essere richiesti alla Segreteria del CIRCaP: Tel. 232736, Fax. 232754, e-mail verzhicelli@unisi.it.

Collana del C.R.I.E. (Centro di ricerca sull'Integrazione europea)

1. Ariane Landuyt (a cura di), *Interessi nazionali e idee federaliste nel processo di unificazione europea*
2. Daniele Pasquucci, *Alliero Spinelli e la sinistra italiana dal centro sinistra al compromesso storico*
3. Ariane Landuyt (a cura di), *L'Unione europea. Un bilancio alle soglie del Duemila*

Gli arretrati possono essere richiesti alla Segreteria del C.R.I.E.: Tel. 232747, Fax. 232754, e-mail landuyt@unisi.it.