

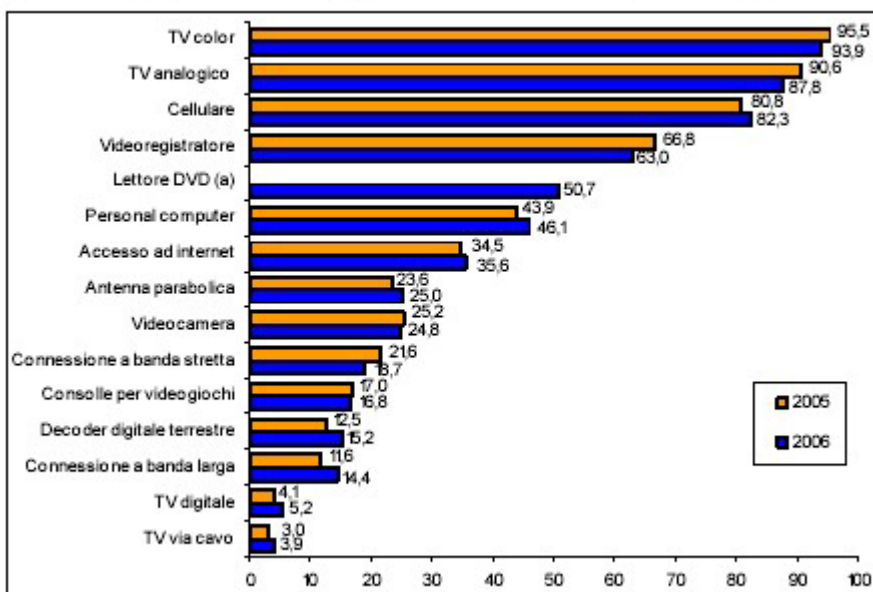
# La Cgil e l'informazione on line

## Il contesto

Prima di porsi il problema dell'uso di Internet da parte della Cgil bisogna stabilire alcuni punti fermi: innanzitutto Internet è una realtà immateriale, un accordo che riguarda l'uso di tecniche e protocolli per la trasmissione di dati. Internet quindi non appartiene a nessuno e da qui deriva la sua potenzialità. Il Web, il sistema dei nomi di dominio, gli ipertesti, i programmi di visualizzazione, ha permesso una dimensione globale dell'utilizzazione di Internet. Potenzialmente chiunque può ricevere e trasmettere dati. In Italia si calcolano 11 milioni di utilizzatori. Ma si deve tenere conto che circa il 54% delle famiglie non possiede il pc e che il 64% non accede ad Internet da casa (Istat 2006).

## La comunicazione in Italia

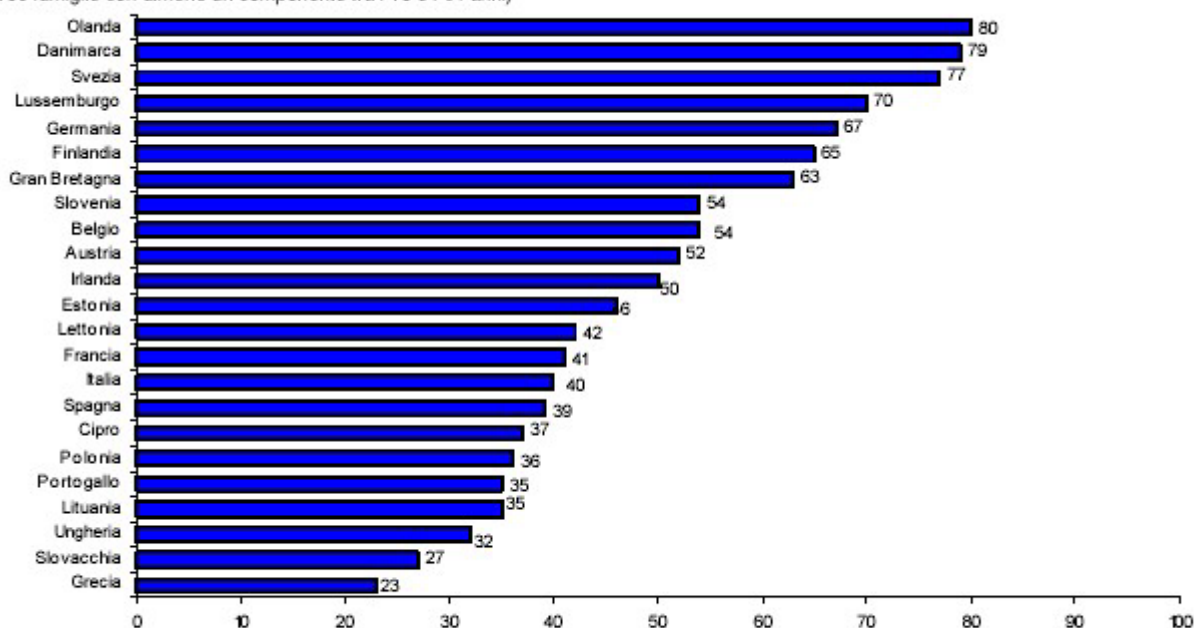
Figura 1. Famiglie per beni tecnologici posseduti. Anni 2005 e 2006 (per 100 famiglie)



(a) Nel 2005 questa voce non era rilevata

## Internet in Europa

Figura 2. Famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni che possiedono un accesso ad Internet da casa. Anno 2006 (per 100 famiglie con almeno un componente tra i 15 e i 64 anni)



Fonte: Eurostat, Indagine comunitaria sulla diffusione delle ICT presso le famiglie e gli individui  
I dati della Repubblica Ceca, della Bulgaria e della Romania non sono disponibili

La prima considerazione da fare riguarda il tipo di presenza nella Rete, nella quale non lo dimentichiamo circolano dati, cioè informazione in senso ampio (eventi, documentazione, affari, cultura, spettacolo...) e, sempre più, in tutte le forme mediatiche possibili. C'è chi produce questa informazione e chi la consuma. E forse si sopravvaluta da questo punto di vista la qualità partecipativa del Web. Secondo il Rapporto 2006 dell'IBI (Internet Benchmarking Italia) nel 2005 risultavano registrati 1.436.470 nomi di dominio di cui solo 253.000 effettivamente realizzati. Di questi 125.200 unità, sarebbero solo Home Page o abbandonati o non aggiornati da oltre un anno o evidentemente incompleti.

Secondo l'Ibi sono 38.200 i siti Web strutturati e gestiti a livello imprenditoriale (15,1). Il 35,4%, pari a 89.700 unità sono siti amatoriali o personali; il 2,4%, pari a 6.100 unità, sono di Commercio Elettronico.

La seconda considerazione riguarda le caratteristiche del mezzo attraverso il quale si accede a Internet: il computer. Credo si debba distinguere tra l'uso che ne viene fatto nei luoghi lavoro (argomento poco indagato anche dalle società specializzate nelle indagini su Internet) e l'uso familiare che copre un fascia molto ampia di utilizzazione, una parte non indifferente della quale non dovrebbe apparire nei luoghi di lavoro (spettacolo, musica, giochi, intrattenimento...).

Tavola 5. Persone di 3 anni e più per uso del personal computer e persone di 6 anni e più per uso di Internet, sesso, classe di età, ripartizione geografica, condizione occupazionale. Anni 2003, 2005 e 2006 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)

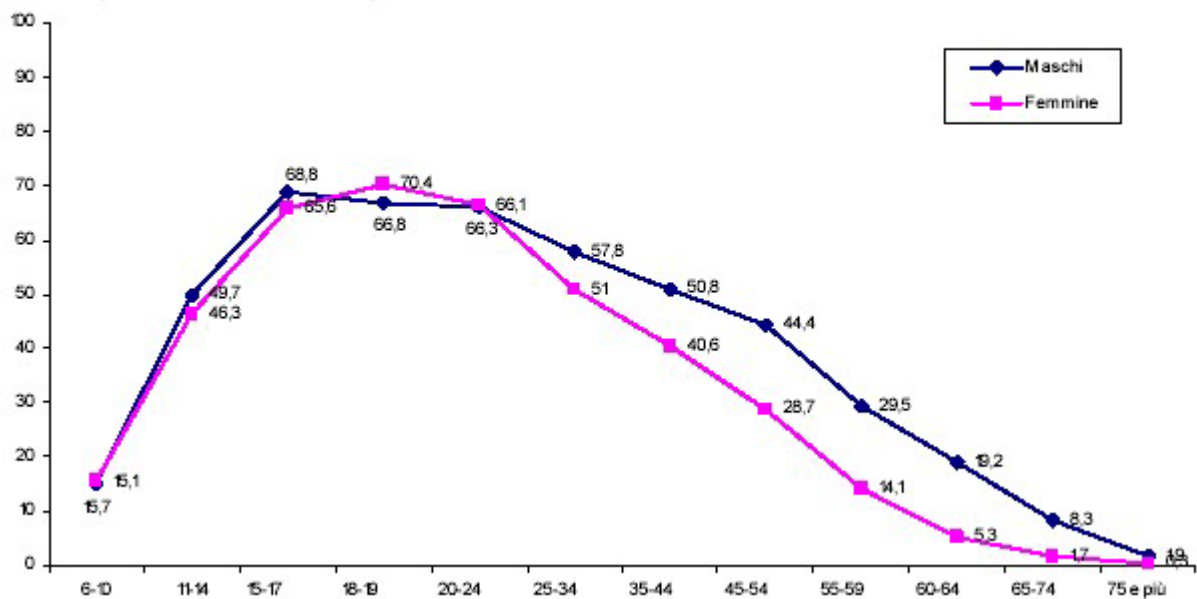
	Uso del personal computer			Uso di Internet		
	2003	2005	2006	2003	2005	2006
<b>SESSO</b>						
Maschi	44,6	45,3	46,9	35,7	37,1	39,5
Femmine	34,1	34,7	36,1	25,2	26,9	29,0
<b>Totale</b>	<b>39,2</b>	<b>39,9</b>	<b>41,4</b>	<b>30,3</b>	<b>31,8</b>	<b>34,1</b>
<b>CLASSI D'ETÀ</b>						
3-5	15,6	16,9	13,9	-	-	-
6-10	50,8	53,2	54,0	15,8	13,0	15,4
11-14	75,2	73,8	74,3	41,5	44,2	48,1
15-17	76,8	80,2	79,7	62,2	63,5	67,2
18-19	72,6	75,9	77,4	63,6	67,4	68,6
20-24	67,2	69,1	72,4	59,3	63,1	66,2
25-34	56,8	57,1	60,4	48,8	50,7	54,4
35-44	48,8	52,0	53,8	39,0	43,1	45,7
45-54	39,3	40,5	43,6	29,2	32,4	36,4
55-59	23,2	25,0	26,7	16,6	19,4	21,5
60-64	12,8	13,8	16,4	9,4	10,8	12,3
65-74	4,4	5,5	7,0	3,2	3,9	4,8
75 e più	1,6	1,5	1,4	1,0	1,0	0,9
<b>Totale</b>	<b>39,2</b>	<b>39,9</b>	<b>41,4</b>	<b>30,3</b>	<b>31,8</b>	<b>34,1</b>
<b>RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE</b>						
Italia nord-occidentale	42,8	43,7	46,4	33,8	35,8	39,0
Italia nord-orientale	42,7	44,1	44,8	34,1	35,6	38,1
Italia centrale	40,9	42,4	43,2	32,0	35,9	37,0
Italia meridionale	34,2	33,7	34,4	25,8	24,8	26,2
Italia insulare	33,3	32,8	35,6	22,9	24,5	27,7
<b>Italia</b>	<b>39,2</b>	<b>39,9</b>	<b>41,4</b>	<b>30,3</b>	<b>31,8</b>	<b>34,1</b>
<b>CONDIZIONE OCCUPAZIONALE (a)</b>						
Occupati	54,3	56,4	58,7	44,2	48,0	51,0
<i>Direnti, Imprenditori, Liberi professionisti</i>	71,9	72,2	76,0	64,5	66,9	69,8
<i>Direttivi, Quadri, Impiegati</i>	77,0	78,3	78,7	63,9	68,6	71,0
<i>Operai, Apprendisti</i>	27,9	31,4	35,4	19,5	22,8	27,3
<i>Lavoratori in proprio e Coadiuvanti</i>	39,8	39,1	43,0	31,1	32,4	35,3
In cerca di nuova occupazione	32,0	33,5	36,8	26,6	27,0	31,1
In cerca di prima occupazione	45,5	43,5	48,2	35,6	35,8	39,9
Casalinghe	8,9	8,8	10,7	5,2	5,7	7,5
Studenti	84,6	86,5	87,3	74,9	76,5	79,9
Ritirati dal lavoro	7,1	8,0	9,3	4,9	5,9	6,5
Altra condizione	12,3	12,9	12,7	9,9	10,4	9,9
<b>Totale</b>	<b>37,6</b>	<b>38,3</b>	<b>40,1</b>	<b>30,6</b>	<b>32,3</b>	<b>34,4</b>

(a) Per 100 persone di 15 anni e più.

**Tavola 6. Persone di 3 anni e più che hanno usato il personal computer e persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi per luogo di utilizzo, sesso e classe di età. Anno 2006 (per 100 persone con le stesse caratteristiche)**

	Usano il personal computer negli ultimi 3 mesi	Luogo di utilizzo del personal computer					Usano Internet negli ultimi 3 mesi	Luogo di utilizzo di Internet				
		Casa	Lavoro	Studio	Casa di altri	Altrove		Casa	Lavoro	Studio	Casa di altri	Altrove
<b>SESSO</b>												
Maschi	97,5	83,0	42,9	20,1	21,3	16,0	95,5	75,8	43,0	14,6	21,6	14,7
Femmine	96,4	79,1	39,0	24,0	17,9	12,4	94,2	71,5	39,4	18,4	18,5	10,9
<b>Totale</b>	<b>97,0</b>	<b>81,3</b>	<b>41,2</b>	<b>21,9</b>	<b>19,8</b>	<b>14,4</b>	<b>94,9</b>	<b>74,0</b>	<b>41,4</b>	<b>16,2</b>	<b>20,2</b>	<b>13,1</b>
<b>CLASSI D'ETÀ</b>												
3-5	94,0	92,5	-	14,6	11,5	2,5	-	-	-	-	-	-
6-10	98,2	81,9	-	62,8	19,6	5,3	90,2	75,8	-	35,1	13,5	10,0
11-14	98,5	89,5	-	63,5	36,9	11,8	93,9	79,4	-	40,2	33,4	10,6
15-17	98,9	89,1	0,3	67,0	43,3	18,3	95,9	76,1	0,4	57,2	40,0	8,9
18-19	98,2	89,2	2,8	55,7	40,6	23,6	96,0	83,2	1,7	46,6	38,3	15,7
20-24	98,0	86,4	19,1	39,7	37,4	24,9	96,3	78,0	15,9	37,7	38,4	17,1
25-34	97,2	79,3	54,9	10,9	23,2	19,1	95,2	70,5	51,2	10,7	23,4	17,2
35-44	96,2	78,3	65,4	2,4	8,9	11,3	94,6	70,5	62,0	2,4	11,3	12,1
45-54	96,1	76,2	69,7	1,3	5,6	9,2	94,6	75,3	64,6	1,4	6,7	8,9
55-59	95,7	76,0	56,1	0,7	2,8	11,4	95,4	72,3	51,6	0,8	4,4	9,9
60-64	94,1	79,3	33,6	0,2	4,6	12,4	94,5	75,0	34,8	0,2	5,1	12,6
65-74	94,1	80,3	14,8	0,5	3,6	13,7	93,3	80,5	16,6	0,9	6,7	11,9
75 e più	98,5	83,5	4,8	-	2,8	4,2	98,4	91,1	7,2	-	2,8	7,7
<b>Totale</b>	<b>97,0</b>	<b>81,3</b>	<b>41,2</b>	<b>21,9</b>	<b>19,8</b>	<b>14,4</b>	<b>94,9</b>	<b>74,0</b>	<b>41,4</b>	<b>16,2</b>	<b>20,2</b>	<b>13,1</b>

**Figura 3. Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per sesso e classe d'età (per 100 persone di 6 anni e più con le stesse caratteristiche)**

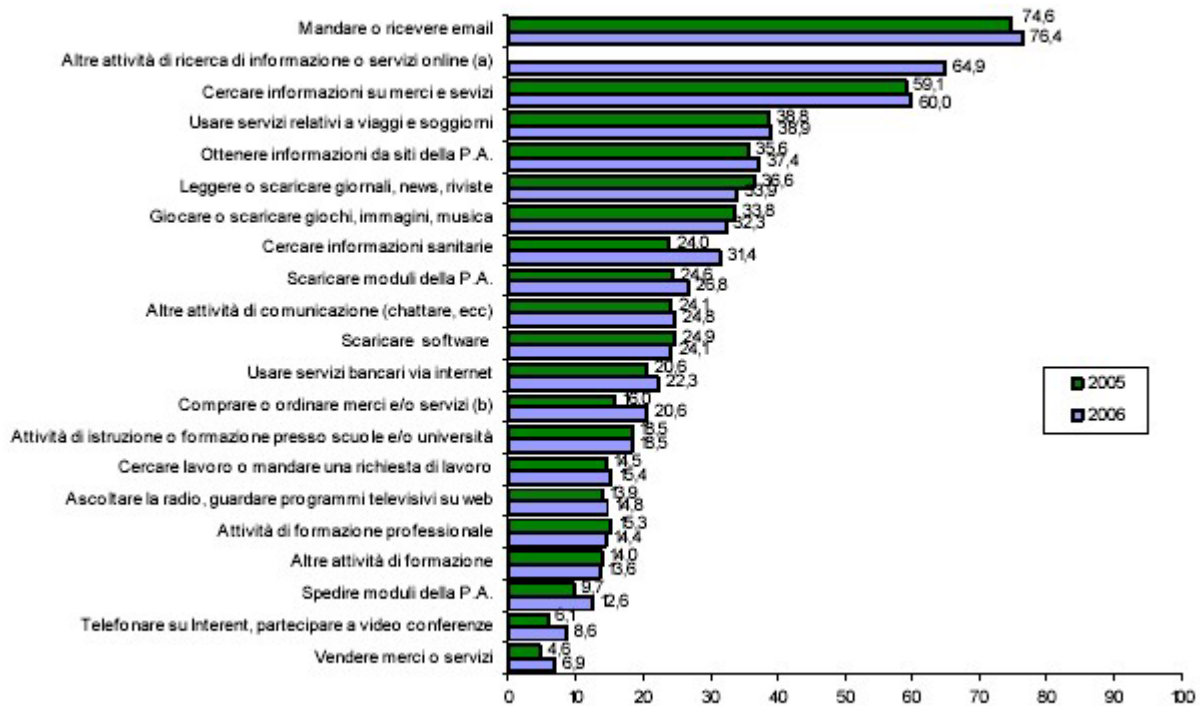


Per la sua natura di calcolatore il computer, almeno allo stato attuale, si differenzia sostanzialmente dagli altri mezzi di fruizione multimediale: un tavolo, una sedia e la connessione. Non si trasporta come una radio, non si presta a quel minimo di socializzazione che la tv concede. E tuttavia si tratta di una realtà in rapido movimento i cui cambiamenti solo in parte

sono prevedibili, quello che è certo è che parlare di Internet significa parlare di milioni di persone (per rimanere nei confini nazionali) coinvolte in un sistema di comunicazione in evoluzione. Internet è un formidabile campo di sperimentazione per il futuro dei media.

## L'uso di Internet

Figura 4. Persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi per attività svolta. Anni 2005 e 2006 (per 100 persone di 6 anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi 3 mesi)



(a) Nel 2005 questa voce non era rilevata.  
 (b) Almeno un acquisto negli ultimi 12 mesi.

## La Cgil in rete

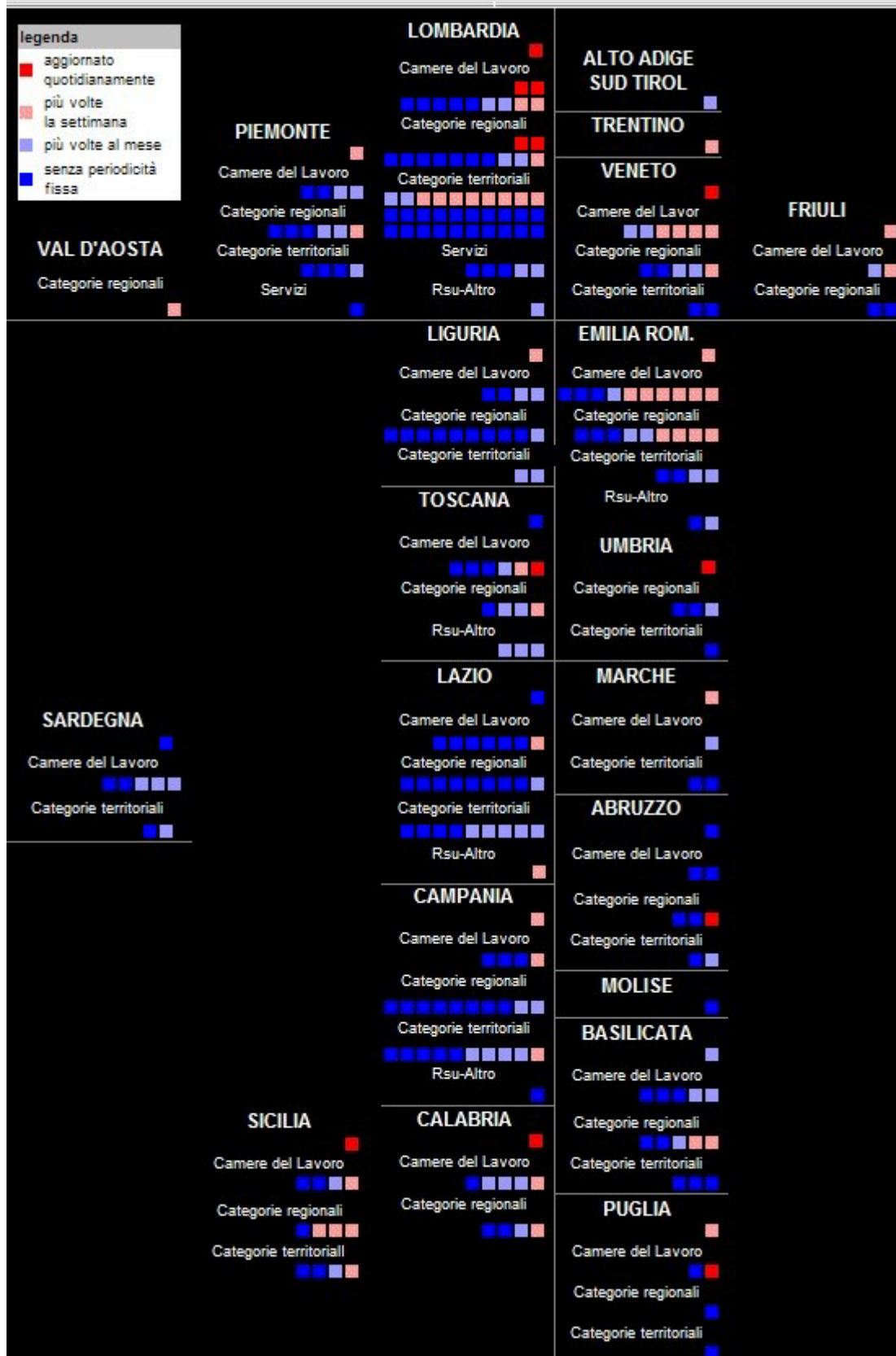
La Cgil grazie al fatto di essere stata tra i primi ad adottare la posta elettronica e a dotarsi di una struttura tecnico informatica è stata anche tra i primi ad occupare con i suoi siti lo spazio virtuale.

Come è avvenuto per la gran parte dei siti nella fase iniziale si è trattato di iniziative di addetti ai lavori, di appassionati, più che di decisioni di politica della comunicazione e di investimento.

Dal 2000 pubblichiamo la mappa dei siti della Cgil sul sito [rassegna.it](http://rassegna.it) e l'ultimo aggiornamento proprio in questi giorni rivela un notevole salto di qualità. I siti considerati sono classificati in base alla frequenza di aggiornamento: quotidiano, plurisettimanale, mensile, senza periodicità fissa e infine i siti di presenza. Dei 311 siti censiti della struttura territoriale Cgil (senza contare i siti nazionali Cgil e di categoria) 61 sono aggiornati quotidianamente o più volte nella settimana il che rivela un impegno considerevole in termini di investimento in personale qualificato per la produzione dei contenuti e nella utilizzazione di tecnologie informatiche.

La regione con maggiore copertura è la Lombardia con 68 siti, 16 dei quali aggiornati quotidianamente o più volte nella settimana e un'articolazione per Camere del lavoro, categorie regionali e territoriali che impegna buona parte dell'organizzazione lombarda. Seguono a una certa distanza rispetto all'articolazione della struttura Cgil il Lazio con 31 siti, l'Emilia Romagna 29 (10 aggiornati quotidianamente o più volte nella settimana) la Campania 27, 19 la Liguria, Piemonte e Toscana 18, Veneto 15 (di cui 6 aggiornati quotidianamente o più volte nella settimana), Sicilia e Basilicata 14, Puglia 12, Calabria 11, Sardegna 9, Abruzzo 8, Marche e Umbria 5, Friuli 4, Trentino Alto Adige 2, Molise e Val d'Aosta 1.

## RETE DEI SITI CGIL



Il dato che emerge oggi dai 311 siti che abbiamo censito è che contrariamente a quanto ci si attenderebbe, data la natura del sindacato non ci si è orientati verso un'offerta di servizi e una utilizzazione del Web per

obiettivi organizzativi e di adesione ma si è scelta nella pressoché totalità dei casi la dimensione informativa. L'altro dato significativo è che non si è perseguita una dimensione di rete, se non parzialmente, nel caso di alcune categorie (in parte Fiom e scuola) e regioni (soprattutto la Lombardia). Infine fa pensare la scarsa presenza di siti delle Rsu che evidenzia una difficoltà nei luoghi di lavoro a un uso del computer per fini sindacali. Ma come si è detto è tutta da indagare la relazione tra internet e lavoro. Questione tanto più importante se si pensa che soprattutto i giovani sono i maggiori utilizzatori del Web.

E' scarsa, se non inesistente nella maggioranza dei casi, l'interattività. Senza cadere nella enfasi *internettista* della partecipazione se ci si pone come produttori di contenuti informativi si dovrebbe avere una maggiore attenzione verso i propri referenti. Attraverso i programmi che rilevano gli ingressi si può avere un quadro aggiornato anche quotidianamente non solo del numero degli accessi ma anche del "gradimento" dei temi proposti. Questo offre la possibilità di programmare con maggiore efficacia i contenuti.

Si dovrebbe incentivare l'interazione attraverso servizi di consulenza, newsletter mirate, per esempio, a vertenze, gruppi aziendali, temi specifici, etc. Si può offrire un maggiore coinvolgimento attraverso la tecnica dei blog, a partire dai sindacalisti che operano sul campo.

La situazione che ho descritto lascia intendere che senza abbandonare l'idea di un intervento finalizzato a una maggiore interazione attraverso la fornitura di servizi si può lavorare meglio su questa propensione alla produzione di contenuti informativi perchè come produttrice di contenuti la Cgil può ambire a risultati di rilievo nazionale.

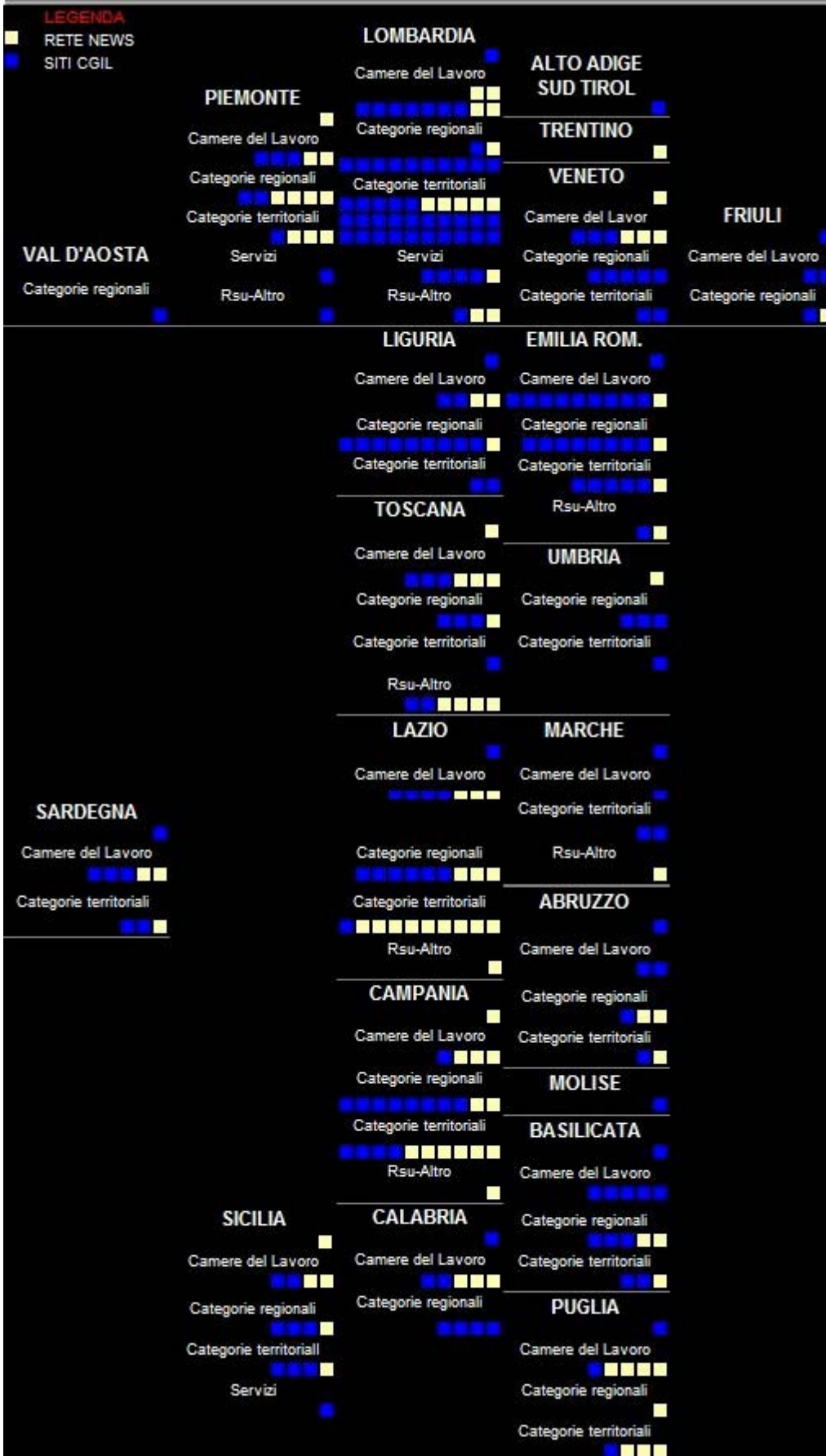
Bisogna superare la frammentazione il che significa trasformare l'insieme di siti in rete. Per fare questo è necessario pensare alla rete non come a una clonazione di siti ma come possibilità di accedere a informazione e servizi da ogni nodo della rete autonomamente gestito. In fondo è da questa idea che nasce Internet. Ciò implica una produzione diffusa di contenuti e servizi qualificati, protocolli e procedure informatiche che permettano di lavorare nel modo più funzionale ed efficace. A partire dai criteri di accessibilità e usabilità dei siti previste per favorire l'accesso per le persone disabili.

La Editcoop si è posta in questa dimensione rispetto alla Cgil, il sito rassegna.it ormai da diversi anni produce un servizio di informazione quotidiana che è stato messo a disposizione dell'organizzazione. Materialmente i siti possono mettere sulle loro pagine un "banner rotante" (ma sono possibili altre modalità) nel quale appaiono le notizie aggiornate al momento in cui si entra nel sito. Autonomamente,



spontaneamente, questo servizio è stato adottato. Sono 103 su 311 i siti che utilizzano il servizio di news. E' finora l'unico elemento di rete, ben visibile se si confrontano le mappe della presenza territoriale dei siti.

SITI CGIL - RETE NEWS



La messa in rete e la disponibilità dell'archivio dell'intera collezione di Rassegna sindacale può costituire un altro servizio di rete. Altrettanto vale per l'offerta di servizi giornalistici in video prodotti grazie all'esperienza maturata con il sito del Centenario. Qualcuno ricorderà che l'ultimo congresso poteva essere seguito su internet attraverso la web tv prodotta per l'occasione.

Innanzitutto quindi bisogna pensare a una rete di produzione dei contenuti. La natura stessa di questa forma di comunicazione permette di distribuire i produttori e quindi di diluire gli investimenti. Può essere il sito di una qualsiasi Camera del Lavoro o categoria a proporre e produrre servizi che la rete fa propri.

Il servizio di informazione che rassegnait offre oggi può trasformarsi in agenzia economico sindacale se assume la dimensione della rete. E questo è il punto di partenza per immaginare obiettivi più ambiziosi (video, radio on line).

La Cgil ha una lunga e difficile esperienza di rapporto con l'informazione, ci sono stati periodi in cui i suoi giornali si contavano a centinaia ma ogni tentativo per concentrare gli investimenti, per una più forte presenza nazionale si è rivelato fallimentare. Inevitabilmente perché la Cgil ha una forte radicamento territoriale che può essere rappresentato solo in parte da un organo nazionale. In realtà il problema si poneva e si pone come possibilità economica e disponibilità della Cgil nazionale a promuovere una politica di intervento nei media.

Ma attenzione, i prodotti della comunicazione non sono assimilabili ai normali prodotti di consumo. Ogni giornale, o radio o televisione ha una data e un contesto di origine che determinano non solo il carattere dell'informazione ma anche formazione e identità del cittadino. I quotidiani rinascono nel dopoguerra, la Cgil fu presente con il suo quotidiano il Lavoro, ma la scissione, e probabilmente altri condizionamenti, ne determinarono l'uscita dal mercato editoriale. La televisione nasce pubblica, poi si stabilisce il duopolio con le reti Mediset che ha tagliato le gambe a qualsiasi altro protagonista. La radio anche nasce pubblica, poi diviene "libera" e quindi privata. La Cgil e gli altri sindacati non si inseriscono (negli anni '70) in questo processo e perdono l'occasione.

Recuperare oggi, e cioè promuovere iniziative di comunicazione-informazione che intervengano sul territorio nazionale, di qualsiasi tipo esse siano, significa porsi un problema di mercato: disponibilità di capitali, esposizione al rischio.

Oggi passa il treno di Internet e su questo treno la Cgil c'è. Come si è detto la natura non proprietaria di Internet offre grandi vantaggi, l'investimento sostanzialmente si concentra sulla produzione di contenuti e la dimensione a rete facilita il concorso di diversi operatori e finanziatori.

Possiamo portare a riscontro l'esperienza di rassegna.it che con un investimento importante per la nostra cooperativa ma davvero contenuto in termini assoluti è riuscita a segnare la propria presenza nel Web. Nel 2006 ha registrato l'ingresso di circa due milioni di visitatori identificabili, oltre 5 milioni e mezzo di visite (una parte considerevole dagli Usa e dall'Europa).

Nei limiti delle nostre possibilità abbiamo perseguito l'obiettivo della costruzione della rete Cgil ma oggi serve un salto di qualità per non parlare domani di internet come di un'occasione perduta.

Nota aggiuntiva

#### Verso la tv digitale

Il digitale terrestre (DTT, dall'inglese Digital Terrestrial Television) è una tecnologia che permette di ricevere sul televisore di casa trasmissioni televisive del livello qualitativo della TV satellitare, senza però dover ricorrere all'installazione dell'antenna parabolica, ma utilizzando l'impianto ricevente preesistente, affiancato da un decoder.

Secondo recenti normative a livello europeo, gli stati dell'Unione dovranno attrezzarsi per convertire l'intera rete di trasmissione televisiva nazionale in tecnologia DTT nei prossimi anni, secondo tempi decisi autonomamente dalle autorità dei vari Paesi; per l'Italia il momento previsto per il passaggio (il cosiddetto switch-over) e quindi il termine ultimo per aggiornare gli impianti era il 31 dicembre 2006, ma la cessazione del servizio analogico è stata spostata al 2012.

E' in fase sperimentale, soprattutto nel settore delle trasmissioni a pagamento, il passaggio dalla tv analogica al digitale. Come è noto il digitale terrestre permette un notevole aumento delle frequenze disponibili, ma non è chiara la modalità di accesso a tali frequenze che allo stato attuale sono in mano al duopolio Rai-Mediaset anche se hanno l'obbligo di cederne buona parte.

Qualora si verificasse la possibilità legale ed economica di poter utilizzare una frequenza nazionale la Cgil potrebbe essere interessata a valutare un progetto di attuazione per la gestione del canale.

Nel caso in cui questo interesse si manifestasse la modalità di realizzazione non sono diverse da quelle da noi sperimentate con la progettazione e la realizzazione del sito del Centenario. Si tratterebbe di avere come obiettivo il 2012 e di sperimentare nel frattempo sul nostro sito la formula della web tv adottata per il centenario implementando progressivamente informazione e servizi in base ad un piano economico di investimenti.

Fatte le opportune verifiche si può studiare un progetto per realizzare la Tv del sindacato verificando così, su questa base, l'impegno possibile della Cgil.