

## L'UDC non centra la comunicazione su Web

---

*La politica spesso non sa comunicare con i propri elettori su Internet.*

Continua l'analisi di Net Semiology sui siti dei principali partiti politici italiani. La redazione di Net Semiology, la disciplina che si occupa della comunicazione su Internet al fine di renderla più efficace, ha eseguito l'analisi di efficacia comunicativa dei siti dei maggiori partiti politici italiani. L'analisi ha lo scopo di capire come i partiti comunicano con i loro naviganti ed elettori su Web, se sono in grado di usare con perizia tutte le più appropriate strategie comunicative o se invece, commettono errori grossolani, provocando disorientamento percettivo negli utenti/elettori e vanificando così le proprie collaudate strategie di comunicazione attraverso i media tradizionali. In questo numero di Net Semiology (dopo l'analisi del sito di Rifondazione apparsa lo scorso mese) viene analizzato semioticamente il sito dell' UDC. Le analisi sono state condotte da Cinzia Ligas e da Fausto Crepaldi, due dei maggiori esperti di comunicazione su media nuovi e tradizionali in Italia, docenti in vari istituti universitari pubblici e privati e saggisti. Fra le loro pubblicazioni, "Art Semiology - l'immagine oltre l'arte, (tra pubblicità e marketing)" edito da Ars Europa, "Content Management" di Apogeo e "Principi di Net Semiology - comunicare in modo efficace su Internet" edito da Tecniche Nuove. L'analisi del sito [www.udc-italia.it](http://www.udc-italia.it) è disponibile sul numero di ottobre di [www.netsemiology.com](http://www.netsemiology.com)

**Pubblicato il:** 04 ottobre 2006

**Fonte:** [redazione Net Semiology](#)

**Autore:** [Redazione FullPress](#)

**Link:** <http://www.netsemiology.com>

**News inserita in:** [Varie](#)