geologia, geografia, cristallografia, si passa gradatamente alle manifestazioni di vita dei primi abitatori (uomini, animali, vegetali) e alle successive tappe della penetrazione umana nel territorio montano." Senza dimenticare. ma sono solo altri esempi, opere di fortificazione, difesa del suolo, senso religioso, tipologie abitative… Non manca la segnalazione di errori presenti nelle carte-valori.

Un compendio postale molto fuori dagli schemi

In storia postale la formula del Compendio, ossia l'esposizione di un tema esteso in forma sintetica e limitata ai fatti, si colora di onorata tradizione. Già nel 1623 Ottavio Codogno con il suo *Compendio delle poste* inquadrava le vicende. Formula che ritorna grazie al libro gran formato di Giorgio Migliavacca, *Compendio di storia delle poste in Italia dall'antichità al terzo millennio* (144 pagine, 30 euro, editore CIFO, www.cifo.eu) che amplia considerevolmente e aggiorna un saggio lungo pubblicato nel 1981 su *Storia illustrata*, bellissima rivista Mondadori che si rivolgeva in forme scientifiche non paludate al vasto pubblico degli amanti la storia. Formula ancora oggi praticata e adatta per comunicare l'argomento poste nelle sue componenti anche collezionistiche ai curiosi, alle persone di cultura attirate dalla varietà dei temi. Un libro stimolante grazie ai testi, alla bibliografia, al ricco indice, all'introduzione di Clemente Fedele che sfiora vari punti di natura metodologica legati alle novità del XXI secolo, tempo postale post-monopolista, e anche grazie all'apparato iconografico attraente e propositivo. Notevole riconoscere nell'editore il CIFO ossia il gruppo Collezionisti italiani di francobolli ordinari, la cui scelta timbra nitidamente un allargamento dei confini statutari. In altre parole, un ben impostato modello-teoria di proselitismo. (*cf*)

Da santa, Madre Teresa si fa in quattro

Forse la palma dell'originalità deve essere attribuita all'Albania. Almeno a giudicare le emissioni giunte in queste settimane e destinate a solennizzare la canonizzazione di madre Teresa di Calcutta. Con un francobollo da 120 lek emesso il 4 settembre, Tirana ha ripreso il riconoscibilissimo sari bianco dalle righe blu: è vuoto, ma appare illuminato da una luce che proviene dall'alto. Il profilo dell'ormai Santa e una simbolica colomba che nel becco porta un rametto di olivo è la scelta compiuta dal Kosovo: trasformata in un esemplare da 2,10 euro, ha raggiunto gli sportelli locali già il 15 agosto. La formula del foglietto è stata invece adottata dall'India, che nel giorno della cerimonia, il 4 settembre, ha svelato il proprio tributo. Dal costo nominale di 50 rupie, propone due ritratti fotografici: uno è nel francobollo vero e proprio, l'altro si trova sul bordo. Lo sfondo della carta-valore offre piazza San Pietro gremita di fedeli.

Quanto al Vaticano, per essere presente postalmente ha posto in corso un apposito francobollo da 95 centesimi, disponibile con il 2 settembre.

Lasciando il resto delle uscite programmate al successivo giorno 13. Nella vignetta, il primo piano di Madre Teresa, poi ancora lei con un bimbo e sul fondo la chiesa di Saint-Paul a Calcutta. Due gli annulli impiegati, uno per le FDC e l'altro con la data della cerimonia. Anche l'Italia ha voluto rammentare, attraverso un annullo manuale, l'appuntamento religioso; l'ha fatto nel momento in cui lo stesso si è svolto.

La comunicazione su carta nell'era di internet

Quante persone utilizzano ancora carta e francobollo per comunicare, in un'epoca in cui l'elettronica sembra avere il sopravvento? Come cambia il messaggio con il cambiare del mezzo? A queste e ad altre domande cercherà di dare risposta una ricerca avviata nel giugno 2016, che intende analizzare con metodo interdisciplinare il passaggio epocale dalla comunicazione cartacea a quella digitale. Una ricerca alla quale tutti possiamo contribuire, partecipando a un sondaggio via Internet sul blog di Maria Grazia Dosio (http://mgdosio.myblog.it): si tratta di un breve e semplice questionario elettronico aperto a tutto il pubblico

dai 18 anni di età in poi, i cui risultati permetteranno – malgrado il campione non esattamente quantificato –di valutare l'attuale rapporto della popolazione adulta con la comunicazione epistolare e diaristica sia nella forma cartacea che in quella digitale. La ricerca auspica una congrua partecipazione al sondaggio anche da parte del pubblico più giovane, compreso tra i 18 e i 35 anni di età, per poter ulteriormente mettere a confronto le attuali consuetudini comunicative delle fasce di età giovanili, all'interno delle quali vi sono i maggiori utilizzatori dei media digitali, con quelle degli utenti più tradizionalisti. Quindi facciamo partecipare al sondaggio anche i nostri figli. In ogni caso, ogni contributo è gradito. Le risposte sono e resteranno completamente anonime, e non raccolgono alcun riferimento personale sensibile. La titolare della ricerca ringrazia tutti coloro che stanno collaborando e che collaboreranno alla raccolta dei dati.