



Hardware, collegamenti, software: si costruiscono alleanze e si sfasciano joint-venture

Miniguida alle «guerre» del cyberspazio Quanto durerà l'impero Gates-Intel?

Il recente lancio del MMX e la presentazione del superpotente Arthur progettato dalla Ibm, Motorola, Apple prefirano una battaglia durissima per costruire il miglior chip. Connessioni: «duello» UsRobotics e Rockwell-Lucent.

DALL'INVIATO

CHICAGO. Il cyberspazio, dicono, diventerà la misura del mondo. Ma, in attesa dell'avverarsi d'una tale (forse non desiderabilissima) profeta, è in effetti la più tradizionale terminologia bellica che - in un rossiario crescendo di luoghi comuni - quotidianamente misurando il cyberspazio. Quanti sono (e quali sono) i «conflitti globali», le «guerre», le «epiche battaglie», gli «storici duelli» e gli «scontri tra titani» che si stanno combattendo nella virtualissima dimensione che separa un computer dall'altro? Attratti dalle imprese impossibili - impossibili ed inutili, dato il continuo cambiare dei panorami - abbiamo deciso di delineare, in uno spazio ridicolo e breve, un'aggiornata «mappa» della situazione militare. Più che di una vera e propria guida si tratta, ovviamente, di un modo per condividere con i lettori uno stato di assoluta confusione mentale. Ma, comesi dice, tentar non nuoce.

Per semplificare le cose abbiamo del tutto arbitrariamente deciso di dividere in tre «grandi fronti» il campo di battaglia: quello dell'hardware, quello delle connessioni e quello (che illustriamo in una scheda a parte) del software.

HARDWARE. Un tempo, questo settore del conflitto era dominato da un solo e perentorio slogan: «di più». Più velocità, più memoria, più funzioni. Ed ancor oggi la battaglia per costruire il miglior microchip è, per quanto assolutamente disuguale, in pieno svolgimento. Ultimi episodi: il recente lancio del MMX da parte dell'onnipotente Intel, e la presentazione, lo scorso 27 febbraio, di un nuovo superpotente chip che, progettato da un'«assai pesante» coalizione di giganti (Ibm, Motorola, Apple Computer), porta il suo destino scritto in un nome - «Arthur» - non casualmente ispirato al famoso re della Tavola Rotonda. Decisamente cavalleresco infatti (o donchiscottesco, secondo alcuni) è lo scopo dichiarato dell'impresa: conquistare almeno qualche briciola di un mercato che è oggi, per il 90%, nelle mani del summenzionato impero Intel. Ma la più nuova ed intrigante parte della battaglia è, in effetti, quella che - diciamo da un anno - ha

cominciato ad essere paradossalmente combattuta attorno al «di meno». Meno velocità, meno memoria, meno funzioni. E soprattutto meno soldi da spendere in «upgrade». Fino ad appena qualche mese fa, lo scontro era, tout court, tra il «vecchio» personal-computer - odioso simbolo del predominio di Intel (Windows più Intel) destinato a crollare sotto il proprio peso - ed il suo agile, funzionale ed onnivoro erede: il molto chiacchierato «computer da 500 dollari», una macchinetta capace di volare, grazie alle potenzialità propulsive del Java, oltre la storica schiavitù del sistema operativo. Oggi le prospettive sembrano mutate. Pochi ormai sembrano credere che il classico computer - insaziabile, ma amatissimo divoratore di memoria e di danaro - sia destinato ad essere sopraffatto dalla Storia. Ed i più tendono a meno apocalitticamente prevedere che, al contrario, debba soltanto fare i conti, a breve scadenza, con un mercato ormai non lontano dalla saturazione. Sicché lo scontro è, non più per la reciproca distruzione, ma per la conquista dell'«altra metà del cielo telematico»: quella abitata da quanti, liberi dagli orrori della cyberdipendenza, vogliono un computer da usare come un tostapane. E, soprattutto, quello delle imprese in cerca di macchine meno costose e meno implacabilmente condannate ad una prematura obsolescenza. Due, a questo punto, sono le forze in campo. Da un lato, gli storici fautori d'un ortodossa versione del «Network Computer» - Oracle e SunMicrosystem - e, dall'altro, coloro i quali propugnano una semplice cura di magranza per l'antico PC. Tre giorni fa i due grandi mallevadori di questa seconda ipotesi - manco a dirlo, Microsoft ed Intel - hanno dato il là ad un'offensiva che molti osservatori considerano decisiva: la rappresentazione del NetPC. Al proprio seguito, pronto a fabbricare e vendere il nuovo «computer magro» hanno un buon numero delle più grandi aziende del settore, dalla Compaq, alla Dell, alla Hewlett-Packard. Ed i pronostici sono, per il momento, tutti a loro favore.

questo fronte, rammenta assai da vicino quella, mai consumata, del «Deserto dei Tartari» di Dino Buzzati. E potrebbe tranquillamente prendere il suo titolo a prestito da una delle più celebri commedie di Samuel Beckett: «Aspettando Godot», anzi, aspettando i molti Godot delle «nuove tecnologie» - cavo, satellite, ADLS - destinate a rivoluzionare una volta per tutte gli accessi ad Internet. In attesa del da sempre ormai prossimo «miracolo», tuttavia, lo scontro continua ad essere quello tra il vecchio modem e il ISDN (una tecnologia che alcuni sprezzantemente chiamano «I Still Don't Know», ancora non so, e che tutti, in ogni caso, considerano «di transizione»). A ben

vedere, anzi, la pugna più feroce e ravvicinata promette d'essere proprio quella - alquanto «gattopardesca» - tra modem e modem. Ovvero, tra le due nuove-vecchie tecnologie - quella lanciata dalla UsRobotics e quella propugnata dal duo Rockwell-Lucent - che promettono di portare a 56 Kbps la velocità di collegamento lungo le tradizionali linee del telefono. Alla faccia d'una «rivoluzione» che perennemente annunciata, non arriva mai.



Massimo Cavallini

CONNESSIONI. La battaglia, su

Il browser è morto, viva il browser

La contesa del software presenta ovviamente - dalle nuove tecnologie audio-video, all'ormai incalcolabile costellazione dei plug-ins - un'infinità di sfaccettature. Ma ha da tempo un riconoscibilissimo campo di battaglia - quello della World Wide Web - ed un fronte principale: quello della battaglia dei browsers. Questo fino a ieri. Oggi una diffusa scuola di pensiero tende a relegare quel vecchio compagno di tante navigazioni nell'ormai lungo elenco dei caduti. Ed a segnalare, per contro, il travolgente emergere di nuovi protagonisti. Su tutti, quelle «push technologies» che, oltre il browser, consentono più meditate, selezionate e «personalizzate» rotte nel caos del cyberspazio. Molti, anzi, ritengono che proprio questo sia oggi, se non l'unico,

decisamente il «primo fronte», indicando nell'ormai popolarissimo Pointcast il vero «nemico da battere». Particolare curioso e significativo: l'emergere delle «push technologies» - sostanzialmente consistenti in una offerta di «canali» che semplificano la navigazione in rete - potrebbe riaprire un vecchio ed ormai semi-abbandonato fronte. Ovvero: rilanciare quei servizi on-line (Aol, Compuserve, Prodigy) il cui «de profundis» era stato intonato un anno fa da quanti teorizzavano che la World Wide Web fosse destinata ad inghiottirli in un sol boccone. In realtà anche le notizie sulla morte (prossima o addirittura già avvenuta) del browser sono - per parafrasare una celebre battuta di Mark Twain - «altamente esagerate». Né il Netscape né l'Explorer sono, come si dice, passati a miglior

vita. Tanto da apprestarsi, non solo a sopravvivere, ma a diventare «tutto». O meglio: a scomparire (forse) alla vista, ma solo per diventare il «cuore nascosto» del vostro computer. E proprio questa è, in effetti, l'«arma segreta» che i due grandi duellanti - in un'apassionata corsa contro il tempo - stanno per gettare nel combattimento: un nuovo browser «direttore d'orchestra» o capo di stato maggiore, per restare nella metafora guerresca - d'un sistema ormai interamente «internet-centrico». Netscape ha significativamente scelto, per la sua nuova creatura, un nome intergalattico: Constellation. E Microsoft - ancor più significativamente non ne ha scelto alcuno. Il nuovo Explorer sarà, semplicemente, il nuovo «innominato» padrone di Windows 97, l'atteso erede di Windows 95. La battaglia conoscerà il suo zenith il prossimo autunno. E sarà lunga e sanguinosa.

Toni De Marchi

MCF, come rendere facile la ricerca in rete

Il nome è criptico, Meta Content Format (MCF), ma il suo fine è semplificare le ricerche sulla rete delle reti. In pratica uno standard per automatizzare l'indicizzazione dei siti e dare a tutti la possibilità di trovare esattamente l'informazione che cercano senza dover scorrere interminabili liste ricevute da HotBot o Altavista. La tecnologia, il cui sviluppo è appena agli inizi, è frutto del lavoro di un ricercatore della Apple, Ramanthan Guha. Prevede di associare in maniera del tutto automatica ad ogni sito disponibile su Internet un file che ne riassume i contenuti. Quello che si dice, appunto, un documento di «meta contenuto», ovvero il contenuto del contenuto. L'idea sembra vincente, anche se il lavoro da fare appare ancora piuttosto lungo. La ricerca è appena cominciata e sono pochissimi i siti che finora hanno deciso di partecipare alla sperimentazione. Ma HotSauce, com'è chiamato in codice alla Apple il progetto per sviluppare un sistema di navigazione a tre dimensioni utilizzando il formato MCF, potrebbe diventare la prima, seria risposta all'alluvione di informazioni dalla rete. Se oggi infatti le pagine del Web sono circa 150 milioni, si calcola che nel 2000 saranno un miliardo. [T.D.M.]

Nasce la TIN Addio Video on line

Dalla fine di aprile le due società della Telecom Italia che fornivano accessi Internet, Telecom On Line e Video On Line, si sono fuse in un'unica struttura denominata Telecom Italia Network (TIN), raggiungibile all'indirizzo web

<http://www.tin.it>.

Scompare così definitivamente dal mercato italiano Video On Line, uno dei primi fornitori internet nazionali, creato da Nicola Grauso.

Fu un tentativo più mediatico che imprenditoriale, a dire il vero, implosivo per troppa grandeur, nonostante l'attenzione di Wired, il mensile-cult americano che riservò a Video On Line una lunga intervista giusto un mese prima che ne fosse annunciata la vendita.

TIN fonda in un'unica struttura sia la rete ISDN che quella commutata tradizionale, offrendo agli utenti ben 13500 punti di accesso distribuiti in 102 località della penisola. Una serie di connessioni per la trasmissione dei dati di grande capacità dovrebbe garantire un funzionamento senza problemi. Che però dovranno pagare un conto ben più salato di quello richiesto dagli altri provider italiani più importanti. Rispetto alle 250 mila lire medie per un accesso annuo illimitato, TIN propone infatti un abbonamento a 180 mila lire per sole cento ore di connessione all'anno oppure di 400 mila per l'accesso illimitato sulle linee tradizionali. [T.D.M.]

A Venezia, ad un seminario, si fa il punto sui nuovi programmi Multimedialità nella scuola per non «subire» l'innovazione

Mille miliardi da spendere in quattro anni in quindicimila istituti. Il punto a cui è arrivata la ricerca pedagogica. Come cambia il rapporto col sapere.

Al di là del rumore tecnologico è necessario rilevare le qualità di comunicazione che emergono dai nuovi media digitali: è necessario rendere «comprensibile il possibile», in primo luogo per iniziare ad agire, e non subire, l'avanzamento tecnologico.

Sul campo educativo tutto questo acquista un valore maggiore perché proprio i più giovani trovano nel multimedia un linguaggio vicino (più vicino di quello del Libro) alla loro disponibilità cognitiva che è in fondo, filogeneticamente, multisensoriale. Mettere in relazione il principio ludico con quello didattico è infatti uno di quei fondamenti dell'esperienza pedagogica dinamica che negli ipermedia trova una forte ed evidente risoluzione.

Queste affermazioni non sono più solo teoriche, non riguardano più un'ideale sperimentazione ma sono iscritte nel nuovo programma per «lo sviluppo nella multimedialità nella scuola» che il ministro alla Pubblica Istruzione Luigi Berlinguer ha presentato - con toni che solo fino a qualche mese fa sarebbero stati inimmaginabili - al seminario veneziano «Scuola in rete» promosso da Telecom Italia nel centro studi San Salvador in vista del prossimo Summit della Comunicazione.

Finalmente si muove qualcosa: perlomeno se il mondo della Scuola (con tutta la sua massa critica,

vero volano della società futura) riuscirà ad interpretare l'autonomia del nuovo indirizzo legislativo e a spendere bene i mille miliardi distribuiti in quattro anni in almeno quindicimila istituti di tutti gli ordini.

Numeri, una volta tanto: investimenti strategici che permetteranno di determinare quel salto di qualità tanto atteso nel mondo della Scuola e non solo. Ma sono le parole messe in campo nel seminario veneziano da rilevare qui con attenzione e che in buona parte possono essere trovate sul sito www.telecomitalia.it/summit.

Come le parole di Seymour Papert, un protagonista della ricerca pedagogica coniugata alla multimedialità che ha messo insieme l'esperienza di Piaget con quella di Minsky sull'intelligenza artificiale al MIT di Boston. Sostenendo, ad esempio, che la nostra è «l'era dell'apprendimento» arriva a stabilire un'importante discriminante tra l'«approccio «istruzioneista» e quello «costruzionista»: ovvero quello che permette di «fare» con la conoscenza i nuovi media.

Pierre Levy, docente di Hypermedia all'Università di Parigi, afferma con drastica lucidità che «per la prima volta nella storia dell'umanità le competenze acquisite all'inizio del nostro corso formativo saranno obsolete...». La multimedialità sta cioè determinando una tale accelerazione nei processi

dello scambio culturale da porci di fronte ad una radicale «mutazione del rapporto con il sapere».

E poi Roberto Maragliano evidenzia meglio questo concetto individuando come si stia passando «da una mentalità di tipo testuale» ad una di tipo «reticolare». La scuola non può che misurarsi con questa mutazione: «deve ringiovanirsi», creando sempre più occasioni per le «possibilità di giocare e mettersi in gioco». Nella seconda parte del workshop, coordinato da Alberto Abruzzese, Francesco Chirichigno è netto e chiaro: «Il tema della formazione ha un'importanza centrale, soprattutto in un'epoca in cui il sapere è più che mai direttamente scambiabile e commerciabile».

Mercato, comunicazione e cultura s'intrecciano, è un dato di fatto: si tratta solo d'interpretarlo non solo come business ma come opportunità evolutiva.

Nelle reti telematiche è possibile infatti attivare quei sani principi di creatività collaborativa sui quali si basa il processo pedagogico pensato come training per lo scambio sociale e culturale. Navigare è, e lo sarà sempre di più, sinonimo di conoscere, proprio perché invita a fare esperienza diretta secondo quel principio di flessibilità psicologica che le scienze cognitive definiscono «imparare ad imparare».

Carlo Infante

Constellation Software per usare insieme pc e modem

Il prossimo approdo dei navigatori della rete si chiama Constellation, un nuovo ambiente operativo che la californiana Netscape sta mettendo a punto e i cui prototipi (le cosiddette versioni «beta») saranno messi in rete dal prossimo maggio.

Constellation è l'inevitabile seguito a Communicator, il successore di Navigator 3, che integra in un'unica applicazione sia le funzioni del browser, che quelle di posta elettronica, messaggia in diretta, editor di pagine, eccetera. A dirlo bene si tratta di un ambiente di lavoro integrato, a dirlo in modo comprensibile è un software che consentirà di utilizzare contemporaneamente internet, intranet e le risorse proprie del computer.

Constellation, una volta montato sul proprio computer, creerà una scrivania virtuale che, per restare nella metafora del navigatore che ha fatto la fortuna di Netscape, si chiamerà HomePort, la base.

Opertando dalli HomePort si potranno utilizzare con estrema facilità i servizi in rete, dalla quale si potranno prelevare documenti, informazioni, materiali e utilizzarli ad esempio nel proprio word processor semplicemente trascinandoli sopra l'applicazione. Nello stesso tempo, mentre si lavora alla rielaborazione del testo recuperato dalla rete, si potranno ricevere comunicati, notizie, informazioni di ogni genere, dall'andamento della borsa alle conclusioni dei campionati di sci nordico. E infine, se il vostro computer è inserito in una rete aziendale (la cosiddetta intranet), l'amministratore della rete sarà in grado di farvi apparire sul monitor informazioni urgenti, come lo spostamento di una riunione o la conferma di un appuntamento.

L'aspetto forse più interessante di Netscape Constellation è tuttavia la cosiddetta «location independence», la possibilità cioè di utilizzare le risorse della propria rete e del proprio computer da qualsiasi computer e da qualsiasi località. Potrete usare Windows 95 in ufficio, Macintosh a casa o un portatile in viaggio e lavorare comunque con le informazioni del vostro HomePort.

PER L'ISCRIZIONE ALL'ELENCO DEI PUBBLICITARI PROFESSIONISTI

La TP - Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti - indice una sessione di Esami Professionali per l'ammissione nell'elenco dei Pubblicitari Professionisti

25 marzo 1997: termine per la richiesta del materiale;
30 aprile 1997: termine per le iscrizioni.

Possono iscriversi agli Esami Professionali coloro che:
1) operano da almeno 5 anni nel campo della pubblicità e siano in possesso di un titolo specifico di livello



universitario e riconosciuto idoneo dall'Associazione.

2) soci iscritti alla TP nell'elenco dei Tecnici Pubblicitari che abbiano maturato 5 anni di anzianità nel settore.

ASSOCIAZIONE ITALIANA PUBBLICITARI PROFESSIONISTI

Per ricevere il bando d'esame ed i relativi moduli di iscrizione, inviare il coupon con allegato un breve curriculum professionale a: TP - Via Larga, 13 - 20122 Milano

Cognome Nome

Indirizzo

CAP Città Tel. (0.....)