

Anime digitali ♦ Halloween

## Cybernauti, adottate una strega

MARCO MERLINI

**T**ra pochi giorni è la festa di Halloween, importata di forza anche in Italia. Perché non trarne spunto per adottare una strega? Suggestive SageWolfMoon's Witchery & Pagan Connection (<http://home.sprynet.com/sprynet/robord01/adopt1.htm/>). A prima vista, sembrerebbe una campagna per la salvezza di una specie in via di estinzione. In effetti, sul Web continua la maliziosa confusione fra questa religione preistorica - preletica e precristiana - del Nord Europa e il satanism (l'adorazione del diavolo cristiano). Con l'inevitabile

corollario di risse e crociate telematiche. Per esempio, secondo il sito Demonbuster: witchcraft, le streghe escono nottetempo dal loro corpo per andare a spiare i cristiani. Le megere vanno a caccia delle persone caratterialmente più deboli, le reclutano e, se queste decidono di ritornare sui loro passi, le uccidono senza tanti complimenti (<http://demonbuster.com/witchcraft.html>).

Passando ai consigli pratici, Demon Possession Handbook spiega ai manager come scoprire una strega allignata tra i dipendenti. I sintomi più evidenti di possessione demoniaca sono: «un comportamento lascivo, violento, avido e convincente» ([services.com/hs.html\). Insomma, per le streghe Internet può diventare un vero Inferno. La proposta di adottare una strega reagisce a tanto astio di matrice cristiana suggerendo ai cybernauti di scaricare dal sito l'immagine di una fattucchiere e d'insierarla nelle proprie pagine elettroniche con la funzione di talismano virtuale. Sfolgiando un menù, l'utente può scegliere da quale strega farsi proteggere. Graficamente animata mentre rimasta in un pentolone ribollente, la «fattucchiere terrestre» viene in aiuto «preparando magie, infusi e misture». La «fanciulla cosmica», raffigurata mentre dondola su una falce di luna, soccorre sfruttando le energie del](http://www.gel-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

lo spazio profondo. La «shamana», una dottoressa-medicina pellerossa, assiste i cybernauti «attraverso le forme più pure delle forze e degli elementi naturali». «La strega karmica», un'inquietante e allampanata befa mortifera, difende il protetto facendo pagare ai nemici il fio moltiplicato per tre. La guardiana virtuale è concepita per difendere al meglio home page e posta elettronica degli adepti. Ma la sua effigie va manipolata con prudenza, perché può risultare pericolosa. Minaccia infatti la pagina Web: «L'immagine di questo vigilante non può essere usata per bassi scopi materiali. Altrimenti la strega karmica ti darà inesorabilmente la caccia».

UOMO E MACCHINE  
IL FUTURO  
NEI COMPUTER

■ Ci saranno computer da indossare, computer da inoculare sottopelle, computer per aumentare la vista, il tatto, la forza. È nell'interazione tra l'uomo e la macchina che sta spostandosi la nuova frontiera tecnologica. Da un lato nella miniaturizzazione dei computer, pronti a diventare oggetti sempre più minuscoli; dall'altro nell'umano insaziabile desiderio di sperimentare altre frontiere, di assumere nuovi poteri. Dunque ci saranno visori a occhiali collegati con piccolissimi elaboratori tascabili come lo Xybernat, già in vendita, di cui si può avere un assaggio al sito [www.xybernat.com](http://www.xybernat.com). Un campo di studio, questo chiamato della «realtà aumentata», di cui si sta occupando molto anche la Nasa ([www.ksc.nasa.gov](http://www.ksc.nasa.gov)),

che sponsorizza la Humionic Society, ovvero il gruppo di lavoro che si occupa della sperimentazione sui computer indossabili. Al sito del Mit di Boston [www.media.mit.edu](http://www.media.mit.edu) (il mitico Media Lab fondato da Nicholas Negroponte) potrete farvi un giro per scoprire nella Wearable Computing Web Page cosa e come potremo indossare per potenziare le nostre capacità di visione, di memorizzazione, nonché di analisi e calcolo.

Da parte sua, Kevin Warwick, professore di cibernetica a Reading, in Gran Bretagna, si è fatto impiantare per dieci giorni un microprocessore nell'avambraccio: una scheda di pochi millimetri in grado di dialogare con altri computer così da rendere possibili operazioni come accendere la luce, aprire le porte, interagire con i computer. È stato il primo esperimento di collegamento dall'interno del corpo umano. La strada è aperta.

Internet

homepage

## Mediamente

di Elio Spada



Intervista con Jerry Yang

## Mister «Yahoo!», l'uomo da 15 miliardi di dollari

**J**erry Yang, non ancora trentenne, è un ragazzo gentile, che indossa jeans e camicia. I suoi occhi a mandorla brillano di un sorriso permanente. Jerry, nato a Taiwan ma da molti anni residente in California, ha buoni motivi per sorridere. Lui e il suo socio in affari, David Filo, valgono sul mercato quindicimila miliardi di lire: 15 seguito da dodici zeri. Yang e Filo, entrambi ingegneri elettronici, non posseggono case, fabbriche, macchinari, banche, terreni. La loro azienda è virtuale. Un'idea vincente: cinque anni fa, chiusi in un camper a Palo Alto, hanno inventato «Yahoo!», uno dei più famosi, efficienti ed utilizzati strumenti di navigazione. E in cinque anni hanno

messi in piedi una fra le più dinamiche aziende degli States e, probabilmente, del mondo. Nell'estate del 1995, un anno dopo il lancio, «Yahoo!» veniva stimato 4 milioni di dollari (circa sei miliardi di lire). Oggi il catalogo dei siti Internet di Yang e Filo (che ha generato filiali in gran parte dei continenti e anche in Italia: [www.yahoo.it](http://www.yahoo.it)) vale 2500 volte di più. Niente male per un'azienda che conta non più di 700 addetti. Solo in termini di entrate pubblicitarie «Yahoo!», alla fine del 1997, fatturava 67 milioni di dollari. Attualmente la creatura virtuale di Yang e Filo vanta 25 milioni di utenti. E la crescita esponenziale di fatturato e profitti non accenna a rallentare. Fino a quando?

Jerry Yang, a Milano per lo Smau, non ha dubbi: «Finché la gente continuerà a servirsi di Yahoo! per cercare e trovare ciò che serve su Internet. Noi tentiamo di favorire l'accesso degli utenti solo ai siti veramente utili e richiesti, con una particolare attenzione alla qualità dei servizi». Ma il Big Bang del suo indice ragionato proprio non se lo aspettava. «Quando ci siamo messi al lavoro lo scopo era solo quello di giocare. Non avremmo mai pensato di dar vita ad un business». Attorno al quale si muovono 40 milioni fra utenti e semplici visitatori in navigazione perpetua attraverso 1 milione di siti catalogati in 14 categorie principali fra cui Arte e cultura, Affari e economia, Medicina, Scienze, Attualità, Sport e tempo libero. Aree geografiche e così via diramate in altre 220 mila sottocategorie.

«In giugno abbiamo verificato che Yahoo! veniva utilizzato per complessive 115 milioni di pagine viste al giorno», spiega Yang il cui volto sorridente campeggia sulla copertina di uno degli ultimi numeri di «Time». «Oggi siamo già a 144 milioni». Anche perché l'uso di Yahoo! oltre che semplice è gratuito. Il 70% del fatturato arriva dalla pubblicità. Il resto dagli sponsor e da

altre fonti come merchant partnership, mentre il mercato complessivo raddoppia ogni anno. E, anche se la guida telematica creata dai due ingegneri californiani non è tecnologicamente all'avanguardia, ha per il momento stravinato «the search wars», sbaragliando concorrenti molto più agguerriti.

«Il fatto è - aggiunge Yang - che Yahoo! non è solo uno strumento per la ricerca dei siti nel web ma anche un potente mezzo per attingere e offrire ogni sorta di informazioni e transazioni commerciali. Il nostro compito è di connettere gente con altra gente, aziende con altre aziende, il più rapidamente e facilmente possibile. Abbiamo circa 2000 piccoli negozi virtuali nel nostro sito Usa. Aprirne uno costa davvero poco e se non funziona si può chiuderlo senza aver investito grandi somme». Yahoo! consente dunque, indifferentemente, di accedere in tempo reale alla Borsa di Tokio o New York, di acquistare o vendere libri o barche a vela, automobili o impianti HiFi, di leggere l'ultima edizione del Washington Post o l'ultimo numero di Life oppure semplicemente di «chiacchierare» con altri utenti ovunque essi si trovino. Un mondo trasparente ad elevatissimo valore aggiunto.

Educativi



Fisica interattiva  
meccanica  
Loop Multimedia  
Windows  
e Macintosh  
Lire 48.000

La fisica  
per tutti

■ Generazioni intere hanno studiato sull'Amaldi, un manuale che ha fatto storia. Prima erano Edoardo e Ginepro, oggi si tratta di Ugo. Adesso arriva il Cd Rom, affianca il libro senza sostituirlo e si presenta come strumento didattico intelligente e interessante. 1 Cd, in realtà, sono due: uno per lo studente e uno per l'insegnante. All'interno un indice delle «lezioni», dove le potenzialità multimediali rendono l'apprendimento quasi divertente, un gioco, un dizionario illustrato con le parole chiave del corso, un cronometro per gli esperimenti.

Divulgativo

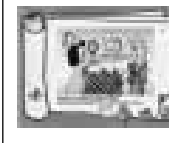


Attante delle  
grandi  
esplorazioni  
Parsec  
Windows e Mac  
Lire 99.000

Esplorare  
il mondo

■ Una sorta di enciclopedia delle grandi esplorazioni dell'uomo, dai Fenici alla conquista di Marte. Molti i percorsi possibili, a seconda degli interessi e dei gusti del viaggiatore. Per esempio quello degli strumenti che hanno reso possibile la conoscenza del pianeta (e dello spazio), a cominciare dalla bussola. I viaggi sono suddivisi in otto capitoli dall'Africa, alle mitiche colonne d'Ercole, al grande nord; mentre nella sezione personaggi ricostruiscono alcune delle esplorazioni più importanti, senza dimenticare gli aspetti scientifici e naturalistici delle spedizioni.

Lingue



Beauty's World  
Giunti Multimedia  
Windows e  
Macintosh  
Lire 99.000

L'inglese  
in scena

■ Una vera e propria messinscena teatrale, con tanto di scenografie, coreografie, costumi e, naturalmente, dialoghi. Tutti da creare, inventare e nominare. Lo spettacolo in questione si ispira alla famosa favola della Bella e la bestia, ed è attraverso l'allestimento del racconto che il Cd Rom si prefigge di insegnare a grandi e piccini l'inglese (l'età prevista è intorno ai nove anni) con un metodo originale - pare - sperimentatissimo. Un nuovo titolo della serie «L'inglese in scena» dopo «The Jungle World», accompagnato da un living book, da molti giochi e personaggi.

Bambine



Barbie  
Cool Looks  
Mattel Media  
Windows

Barbie  
forever

■ Due anni fa, quando venne creata la Mattel Media (in collaborazione con la Digital Domain, quelli, per intendersi, che hanno curato gli effetti speciali di film come «Titanic») lo scopo numero uno era quello di fornire prodotti multimediali specificamente pensati per le bambine. Ecco dunque l'infinito mondo di Barbie preso d'assalto dal Cd Rom. Il primo cd, «Cool Looks», ha venduto un milione di copie. La Mattel ha ora firmato un accordo con la Rizzoli italiana che permetterà di avere presto anche da noi, in italiano, i titoli dedicati a Barbie, Raperonzolo & Co. Per ora, accontentatevi della versione americana.

CdRom

news

