

Anime digitali ♦ Con un rito buddista Funerale on line per i dati perduti

marco.merlini@flashnet.it
MARCO MERLINI

Vi sentite a disagio quando sbattete un file nel cestino del computer? Percepente un profondo senso d'ingiustizia quando condannate al delete, con la semplice pressione di un tasto, parole che vi hanno emozionato o restituito un amore perduto? Quando spedite una email, controllate all'istante se è arrivata a destinazione? Il tempio Jomoh, versione virtuale del monastero giapponese Daioh (ubicato fisicamente a Kyoto), svolge un servizio religioso che fa per voi. Su esplicita richiesta via posta elettronica, il monaco Shokyu Ishiko

effettua cerimonie funebri per informazioni digitali andate perdute: software diventati inutili perché obsoleti, progetti falliti di business informatico, pacchetti d'informazioni cancellati da un salto di corrente, email distrutte senza neppure essere state aperte... È il «tempio dell'informazione desparecida», dedicato a Manjusri (l'incarnazione buddista della conoscenza e dell'intelletto) e affiliato all'antica setta zen Rinzaï. Secondo Shokyu Ishiko, la tecnologia della comunicazione sta creando frustrazione e malessere, soprattutto fra i giovani, perché non abbiamo imparato a entrare in contatto con il suo lato spirituale. Se l'informazione è divenuta il

liquido amniotico entro cui viviamo, non ci siamo ancora adattati a un mondo nel quale i fatti possono essere eliminati al tocco di un tasto. Il sistematico e inconsapevole killeraggio di dati perpetrato sulle autostrade informatiche provoca così un vuoto spirituale che solo l'illuminazione può colmare. Perché non rispettare l'informazione abbandonata? Perché non provare compassione per l'ecatombe di dati? In fondo, l'essere umano è ormai concepito come una somma di informazioni (genetiche e non): la costruzione dell'identità, il sentirsi una persona, la percezione del concepimento e della morte si incarnano in un crogiolo informativo. Gettare nell'oblio i

dati riformando un dischetto o cessando di tenere aggiornata una home page equivale a perdere spezzoni di memoria su noi stessi. L'originale servizio di preghiera per l'informazione perduta è stato criticato da altre scuole buddiste, perché caricherebbe l'informazione di un intrinseco valore sacro e non terrebbe conto che non va mai dispersa, ma ritorna nell'illimitato vuoto della mente. Poco importa: le richieste di funerali per dati hanno già varcato quota 7mila, metà delle quali provenienti da utenti non giapponesi. Il servizio è a portata di mouse al <http://www.thezen.or.jp>. Sempre che, nel frattempo, non sia andato smarrito nel labirinto del Web.

IDENTIKIT DI UN NAVIGATORE

■ Negli Stati Uniti il 20% ha meno di 16 anni, mentre in Italia la Tin ha calcolato che il 13% dei suoi abbonati ha meno di 26 anni. Una rete sempre più giovane e sempre più studiata. L'ultima ricerca italiana, in ordine di tempo, è quella effettuata dalla Camera di commercio di Milano, con una serie di dati sulle prospettive di sviluppo della multimedialità che possono interessare altre aree urbane italiane. Il 35% dei possessori di pc prevede di sottoscrivere un abbonamento alla Rete entro sei mesi (ma la percentuale sale oltre il 40% tra i dipendenti delle piccole imprese). Tra i naviganti il 61% effettuerà acquisti in rete nel prossimo futuro e il 70% prevede di incrementare l'uso di Internet. Il 57% delle imprese possiede un sito; mentre l'utilizzo della posta elettronica ha già supe-

rato quello della posta ordinaria. Complessivamente, a Milano gli abbonati a Internet sono 81mila (il 16% del totale italiano) e il 59% di questi si è abbonato da meno di un anno. Il 53% di loro ha dai 20 ai 30 anni e un altro 34% è nella fascia tra i 30 e i 40; buono il livello di istruzione, con un 27% di laureati e un 60% di diplomati; è studente per il 51%, guarda poco la tv, ma legge molto (81% almeno un quotidiano, l'82% almeno un libro al mese) e va molto al cinema. Il 62% dei navigatori si collega almeno una volta al giorno e il 35% dedica tre ore alla navigazione (il 20% cinque, il 29% una). Tra i servizi più interessanti e importanti figurano la possibilità di consultare il www per ricerca, la posta elettronica e i servizi di commercio elettronico. L'intera ricerca è disponibile sul sito www.dinmi.com/press (utente: press, password: 280199).

Internet

homepage

Mediamente

di Jaime D'Alessandro



Giornali e Internet / 1

New York Time o Wired? La stampa Usa in rete

Giornali in rete, o meglio giornali della rete. Non più semplici compendi informatici di un quotidiano o di un settimanale, ma modo diverso di fare informazione attraverso una scelta, una selezione dell'immensa quantità di notizie e dati che ogni ora viene riversata in Internet. Lavoro difficile, perennemente incompleto, ma fondamentale in un ambiente come la rete dove tutto è posto sullo stesso piano e l'utente è costretto a stabilire una scala di valori se non vuole perdersi in navigazioni lunghe ed inutili. Non è sempre stato così. All'inizio i giornali ebbero difficoltà a trovare il giusto modo di presentarsi in Internet. Non si poteva pro-

porre solo il quotidiano perché i lettori non lo avrebbero più comprato in edicola e d'altro canto bisognava pur concedere qualcosa per giustificare e invogliare la connessione con il sito. Questi problemi assillano ancora oggi parecchi giornali e settimanali che nella maggior parte dei casi si presenta in rete consiti poveri di idee e notizie.

Lasciando alla prossima settimana i quotidiani italiani, ci occuperemo questa volta di quelli esteri con una particolare attenzione verso le testate che sembrano aver trovato un approccio ad Internet funzionale ed economicamente vantaggioso. Negli Stati Uniti fino a oggi si sono ottenuti

risultati migliori dal punto di vista della qualità dei siti, ma discontinui sotto il profilo economico. Quotidiani del calibro del «New York Time» (www.nytimes.com), o del «Washington Post» (www.washingtonpost.com), dopo aver investito intorno ai 15 milioni di dollari sulle proprie pagine web hanno ammesso di trovarsi ancora con i conti in rosso per quanto riguarda Internet. Siti articolati, i loro, completi, ciò nonostante incapaci di richiamare un sufficiente numero di visitatori. Una strada diversa è quella percorsa da «Usa Today» che ha differenziato la sua proposta in cinque diversi siti, cinque proposte differenti di informazione e servizi. Una strada presa anche da «Wired» (www.wired.com/wired), mensile statunitense che si occupa di culture legate alla tecnologia in senso molto ampio. Sulla rete «Wired» è un gruppo di siti legati fra loro che fornisce servizi multimediali di vario tipo. «Wired News» (www.wired.com/news) è un giornale online pieno di notizie con una sua redazione autonoma che non tratta necessariamente gli stessi temi presi in esame dalla rivista. Poi ci sono «Hot Bot» (www.hotbot.com) e «Hot Wire»

(www.hotwired.com). Il primo è un motore di ricerca specializzato nel campo della tecnologia in generale, il secondo invece si occupa essenzialmente di Internet, dalle nuove tecniche di animazione e trasferimento dati fino ai vari shareware, software e hardware. Tre siti diversi anche se legati da una linea editoriale comune. Tre siti articolati con un alto costo di mantenimento ma in attivo, ed è questa la cosa più importante. In attivo grazie alle scelte strategiche e alle «advertising banner», le pubblicità (quei riquadri in alto, in mezzo o di lato alle pagine web che offrono servizi e prodotti). Pubblicità inevitabilmente mirate, dato che trovarsi in un sito è già una scelta da parte dell'utente. In America è ormai chiaro a tutti che nessun giornale o rivista può fare a meno di una vetrina sulla rete. Lo dimostrano i capitali che i quotidiani stanno investendo per le loro pagine web malgrado le perdite fin qui subite. Evidentemente non hanno intenzione di lasciare un settore così importante in mano a network come la Bbc e la Cnn, scese in campo con siti costosissimi, gioielli dell'informazione multimediale, che offrono un prodotto sempre più accattivante.

Edutainment ♦ Due Cd rom di Edi Group Piccoli scienziati cercasi per aiutare il professor Nuvoloni

Il professor Nuvoloni è un naturalista moderno: svolge le sue ricerche sul campo, ma per riordinare i dati raccolti non disdegna l'uso del computer. Solo che gliene capita sempre qualcuna: i files del suo computer si mischiano, il sistema d'accesso fa cilecca. E poi, a dire il vero, con la sua barba bianca e il suo pancione, lo scienziato non ce la fa più ad affrontare i rischi di una missione tra i cocodrilli e gli abitanti poco ospitali di Waka Waka. Insomma, c'è bisogno del vostro aiuto. Sarete voi ad esplorare in sua vece, e con il supporto del robotino Roby, l'isola e i suoi luoghi. Comincia così «L'isola della scienza», corso in scienze naturali su cd rom della Edi Group. L'intento, come si può intuire, è quello di istruire divertendo. E, in effetti, nel corso del gioco ci si imbatte in una serie di informazioni su animali, vulcani, catena alimentare, temporali e altri fenomeni naturali che ci circondano. Tutti dati che si debbono leggere per poter acquisire i reperti che il professor Nuvoloni ci chiede di portare a casa. Il gioco è divertente, ma se i bambini non sanno ancora leggere (o non hanno

un linguaggio particolarmente ricco), richiede la presenza di un adulto. Dello stesso editore «Il piccolo Freckstein». La filosofia è la stessa: vediamo se, giocando giocando, riusciamo anche a imparare qualcosa. In questo caso, il nostro scopo è cercare di scoprire come è fatto il corpo umano. Il dottor Freckstein ha infatti dato vita a una Creatura che, però, presenta qualche piccolo difetto di fabbricazione. Per rimmetterlo in sesto, si richiede il nostro aiuto. Dobbiamo reperire le cose che ci servono per affrontare un'operazione e poi eseguire l'intervento. Anche qui abbiamo del materiale di supporto che troviamo nel corso del gioco: schede e piccolissimi filmati animati che ci spiegano cos'è lo scheletro e a cosa serve, come funziona la circolazione, come è fatto l'occhio umano... Se il gioco va troppo per le lunghe, si può uscire e ripartire, la volta successiva, da dove si è interrotto. La Edi Group ora sta mettendo a punto altri due cd rom con le stesse caratteristiche: un corso di chimica intitolato «La piccola strega» e una storia di Ufo per insegnare la geografia terrestre. **Cristiana Pulcinelli**

CdRom

news

L'ULTIMA ECLISSI ANULARE SULLA RETE

■ Un gruppo di astronomi giapponesi ha deciso di trasmettere attraverso Internet l'ultima eclissi anulare del sole di questo millennio. Il fenomeno si verificherà tra l'Australia e l'Oceano Indiano martedì prossimo e allora la luna andrà a coprire il sole lasciando vedere solo un anello luminoso. L'eclissi sarà visibile a partire dalle 6 di mattina nel sud del Sudafrica e nel giro di tre ore si vedrà in Australia. Visto che l'eclissi non potrà essere vista in Giappone, gli astronomi «Live Eclipse» si recheranno a Mulewa, in Australia, e trasmetteranno da lì in diretta su Internet il fenomeno celeste. L'indirizzo per l'eclissi è www.solar-eclipse.org.

ANCHE MOSCA SCOPRE GLI INTERNET CAFÈ

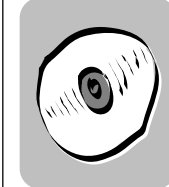
■ I cybercaffè sono sbarcati anche in Russia. A Mosca, nel paese dove il reddito pro capite si limita a 750 rubli al mese (circa 30 dollari) i giovani soprattutto stanno diven-

tando affezionati clienti dei sei locali che hanno aperto di recente, anche considerato che un computer costa tra gli 800 e i 1000 dollari. Ma tra gli avventori ci sono anche stranieri e uomini d'affari. Gli internet café diventano dunque l'unica possibilità di comunicazione e consultazione on line.

YAHOO! SHOPPING PARTE LA SPESA ON LINE

■ Anche Yahoo! Italia (www.yahoo.it) ha aperto il suo sito per gli acquisti on line. Si trova al <http://shopping.it.yahoo.com> e presenta 10 delle più popolari categorie di commercio elettronico, dai libri alla moda, dal turismo al computer, dalle assicurazioni al cibo, con, al loro interno, 30 sottocategorie e 150 siti di commercio on line, ciascuno commentato dalla squadra di surfer di Yahoo. Assicurano che la spesa sarà facilissima, pochi click e sicurezza garantita, con una guida e un'offerta di prodotti ricchissima: «Per noi Internet non è né una vetrina istituzionale né una brochure virtuale, ma uno dei nostri due canali di vendita».

Scienza



I misteri della terra

■ Tutti i segreti del pianeta terra in un viaggio pensato e dedicato a studenti e studiosi. Per scoprire i misteri nascosti di un pianeta in costante trasformazione; per sapere come si sono formati i continenti milioni di anni fa; per esplorare una collezione di oltre 200 minerali e costruire sei tipi diversi di vulcani, osservandoli durante le varie fasi dell'eruzione; oppure per simulare un terremoto vederne da vicinissimo gli effetti sull'ambiente. Il viaggio prosegue sul sito Internet al centro della terra a cui è possibile collegarsi direttamente dal Cd Rom.

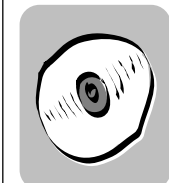
Edutainment



Aeronautica multimediale

■ Per sapere tutto sugli aeroporti, il personale aeronautico, la navigazione aerea, i principi del volo, l'ingegneria aeronautica, la meteorologia e tutti i segreti delle evoluzioni delle Frece Tricolori. Questo dizionario contiene 535 vocaboli tecnici in due lingue (inglese e italiano), oltre 480 fra immagini, disegni e cartine, 1600 link ipertestuali e numerosi filmati di grande spettacolarità. Realizzato con la collaborazione dell'Aeronautica militare, il Cd Rom ha ottenuto il riconoscimento della direzione generale dell'Aviazione civile del ministero dei Trasporti.

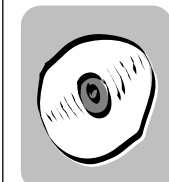
Arte



Un giro in Galleria

■ Ovvero: quattro passi multimediali in uno dei luoghi più preziosi del mondo, la Galleria Borghese, da non molto riaperta al pubblico dopo molti anni. Caravaggio, Canova, Bernini, Raffaello dialogano fra loro in queste stanze, e raccontano la passione per le arti di una famiglia che fu al centro delle vicende storiche e culturali fra '600 e '800. Il Cd Rom offre una Virtual Reality della villa, percorsi tra le opere esposte ed anche tra quelle conservate nei depositi, inaccessibili al pubblico. Contributi originali di Alda Merini, Lalla Romano, Arbasino, Pontiggia.

Libri



Dizionario hi tech

■ Non tutti siamo obbligati a conoscere il significato di parole e sigle nuove, ma sempre più diffuse. Però potrebbe sempre essere utile saperlo. Basic. Bbs. 3D e infinite altre rischiano di trasformarsi in un codice, in una lingua sconosciuta e lontana. A darci una mano può servire il glossario che McGraw-Hill hanno appena ripubblicato in versione pocket, e che può dunque, con un costo accessibilissimo, essere portato ovunque. Contiene tutti i termini di hardware e software più diffusi, compresi quelli realtivity Internet, e una parte sull'imperante gergo informatico, oltre alla sezione dedicata a sigle e acronimi.

Glossario
mini no problem
McGraw-Hill
lire 18.000

