

zionano i pupazzetti fino all'espulsione.

La vita in Habbo è piuttosto movimentata. Dagli Habbowood, festival del cinema in versione web, agli Europei di calcio. Laura Pausini, Alexia, i Cesaroni. A settembre ad incontrare sul sito i Tokio Hotel, per i quali sono stati creati appositi avatar, c'erano 7 mila teenager, in fila virtuale anche per sei ore di seguito.

Marketing a parte, due volte la settimana, c'è l'Infobus dell'Unicef, un autobus parcheggiato da quattro anni nel parco su cui si discute di tematiche relative all'infanzia. Decido di partecipare perché l'attività dà diritto ad un distintivo che da queste parti fa status. Anche qui, c'è fila, ma riesco a piazzarmi nei primi quaranta avatar. Dalle 16 alle 17, sale un gruppo di dieci ogni quarto d'ora. «Qualcuno sa di cosa parliamo?», attacca Chiara dell'Unicef (nella vita reale si collega da Forlì ed è una dei sei volontari che guidano le discussioni in Habbo). Parte il

quiz. Le prime due domande riguardano la Convenzione sui diritti dell'infanzia, la terza lo sfruttamento minorile. A, b o c? «Sono il secchione dell'Infobus», commenta i suoi brillanti risultati Juve91. Asdef si alza e prende una bibita dal frigorifero.

«Voi avete mai lavorato?», chiede Enrico, l'altro esperto Unicef sul bus. «In fabbrica due mesi in nero», «animatore in una colonia diurna», «aiuto mio padre nel lavoro di vetreria», «mia madre a pulire casa». Agropolis suggerisce a tutti un libro, Il fabbricante dei sogni. Il tempo è scaduto e bisogna scendere. «Anche gli esperti Unicef parlano con le abbreviazioni?», domanda Ciccina4. Faccina sorridente, risponde Enrico dell'Unicef. Ha 78 amici virtuali e quando gira per l'Habbo Hotel - racconta - i ragazzi lo salutano volentieri. Qualcuno lo ferma e si confida. Qualcuno lo invita nella propria stanza, dove ripropone i quiz agli amici o attacca i poster dell'Unicef alle pareti. Altri, chiedono se c'è una sede nella propria città.

E qualcuno, è successo, diventa volontario. Non più solo avatar con il distintivo. Questa volta si tratta di vita reale. ●

Spazio virtuale



Si chatta con gli amici e si rispetta la Habbo Way

Spazio virtuale per teenager. Habbo Hotel è nato nel 2000 dalla mente di due ragazzi finlandesi. Gestito dalla multinazionale Sulake è presente in 31 paesi. 151 milioni di utenti registrati in tutto il mondo, 14,6 milioni frequentatori unici al mese. Dal 2003, Habbo è anche in Italia con 5 milioni di utenti registrati e oltre 500 mila visite uniche al mese. 44 minuti è, in media, il tempo trascorso da un avatar nell'Habbo Hotel. La maggior parte degli utenti preferisce chattare con gli amici nelle proprie stanze private o conoscere personaggi nuovi nelle sale pubbliche dell'albergo. Per tutti, ci sono delle iniziative collegate a marchi, personaggi o eventi reali. Mtv Mobile, il nuovo disco dei Tokio Hotel o San Valentino. Il 90% degli utenti utilizza il sito in modo gratuito (non compra gadget, mobili virtuali, biglietti per i giochi proposti). Filtri linguistici e moderatori vigilano sulla sicurezza del sito. Chi non rispetta la Habbo Way rischia fino all'espulsione dalla piattaforma.

La Ue protegge i ragazzi dalle truffe delle suonerie

Compri una suoneria per cellulare su internet e ti ritrovi con un intero abbonamento. Vuoi interrompere il servizio e, tra scritte sempre più piccole, non riesci a mettere insieme un numero cui poter chiedere informazioni. E nella maggior parte dei casi le vittime della truffa sono minorenni. A novembre, la Ue ha controllato 301 siti web che vendono suonerie in tutti i Paesi membri, in Norvegia e in Islanda. Il 17% di questi è stato chiuso, il 52% è stato obbligato ad adottare correzioni, il restante 30% dei casi è ancora in via di risoluzione. Tre le principali violazioni della normativa europea a tutela del consumatore: irregolarità nell'formativa sul prezzo, omissione dei contatti relativi al commerciante e pubblicità ingannevole. Dei 301 siti analizzati, 163 si rivolgevano ai bambini attraverso immagini di cartoni animati o di personaggi televisivi. L'indagine continuerà anche nel biennio 2009-2010.



STRABISMO DI DESTRA

BUONE DAL WEB

Marco Rovelli

WWW.ALDERANO.SPLINDER.COM



Le pagine culturali di *Libero* e del *Giornale* si sono negli ultimi tempi fatti inusualmente attente a quanto accade nel web, e su *Nazione Indiana* in particolare. Tutto è partito dalle reazioni di alcuni commentatori del sito alla collaborazione di Paolo Nori alle pagine culturali di *Libero*. Collaborazione giudicata sbagliata, dal momento che *Libero* è il quotidiano berlusconista più ferocemente schierato. *Libero* contrattaccava, valutando il caso come «indicativo dello stato del mondo culturale italiano e dell'odio ideologico che lo pervade». Curioso, visto che basta scorrere le sue prime pagine per rendersi conto di quanta violenza verbale e di quanti volgari attacchi personali sia costellato. Ma evidentemente la trave nel proprio occhio è come sempre impossibile a vedersi. Concetto ripetuto dal *Giornale*, che parlava di «processo in contumacia, con condanna in effigie» di Nori (la solita retorica sugli antiberlusconisti equiparati a Berija - che noia, però). Ovviamente trascurano di considerare il nucleo del problema: che ogni contesto «qualifica» un testo. Lo impone entro un senso complessivo, dato dalla linea politica del giornale, tutto intero. E che, inoltre, vi sono scrittori che si rifiutano di prendere in considerazione l'ipotesi di scrivere su giornali che appoggiano una linea politica che ha fatto del controllo dell'informazione e della censura uno dei suoi principali obiettivi. Che dunque non è la persona di Nori a essere giudicata, ma il valore politico di un gesto. Ovviamente *Libero* e *Giornale* non mancano di dire che qualcuno degli «anti-collaborazionisti» scrive per Einaudi o Mondadori di proprietà berlusconiana: non considerando che un conto è un giornale (che ha una determinata linea politica, appunto) e un conto una casa editrice (la cui linea politica sta nel suo catalogo). Ma evidentemente loro ascoltano solo la voce del Padrone. ♦

