

Rassegna stampa del 16/07/07

Riformista	Gli uomini-blog cedono terreno: la Rete si colora di rosa	Miani Mattia	1
Sole 24 Ore	Protagonisti con un blog	Paternostro Andrea	2
Sole 24 Ore	Nella galassia è difficile brillare	...	4
Sole 24 Ore	Impulso decisivo alla seconda generazione della Rete	...	5
Corriere della Sera Economia	Second Life, primi affari - Second Life, come guadagnare (o perdere) nel mondo parallelo	Lawendel Andrea	6
Corriere della Sera Economia	Da Second Life e Google Earth potrebbe nascere Second Earth	Pratellesi Marco	10
Corriere della Sera Economia	Ingegneria del web, la gaia scienza dei tecnici creativi	...	11
Repubblica Affari&Finanza	Sempre connessi con 5 euro al mese ma attenzione: non vale per il pc	...	12
Repubblica Affari&Finanza	Telecom Italia sbarca su Second Life	Gerino Claudio	13
Repubblica Affari&Finanza	Le "mappe" sul web il mondo in un sito - "Cartografomania" la moda delle mappe lanciata da Google	Fontanelli Renata	14
Repubblica Affari&Finanza	Il programma 'e-citizen' nel Lazio per portare la banda larga a tutti	Ananasso Agnese	16

FEMOMENI. I DATI DI UNA RICERCA REALIZZATA DA «DIARIOAPERTO» CON SWG ■ DI MATTIA MIANI

Gli uomini-blog cedono terreno: la Rete si colora di rosa

■ La chiave di lettura del fenomeno italiano dei blog sta nell'utenza femminile, vera avanguardia di questo strumento del web che si sta configurando come qualcosa in più rispetto al semplice «diario online». Lo sostiene la ricerca condotta da *DiarioAperto* in collaborazione con Swg, Splinder, Università di Trieste e Punto Informativo.

Le donne bloggano di più e commentano di più. «Mentre gli uomini si sprecano a scrivere montagne di schermate sulle teorie e le politiche dell'interazione virtuale - spiega *DiarioAperto* -, le donne sembra che le pratichino». Tra i rispondenti, il 40,3% delle donne ha più di un blog (32,7% gli uomini), il 56,5% delle donne commenta all'interno di un blog quando ha «qualcosa di interessante da dire» (49,7% gli uomini). Solo il 27,8% commenta argomenti su cui ritiene di essere preparata, a fronte del 41,9% degli uomini. Le donne concepiscono tendenzialmente la loro azione all'interno dei blog come uno strumento di comunicazione interpersonale che è un dialogo virtuale tra buoni conoscenti che ha come tema l'esperienza individuale. A conferma di questa intuizione va sottolineato come il 39,7% delle donne (contro il 23,6% degli uomini) dichiara di leggere determinati blog per via del «rapporto di amicizia con l'autore».

Dati di segno coerente vengono anche da un'altra ricerca. Le mamme moderne hanno poco, pochissimo tempo a disposizione e trovano nella Rete il più potente alleato. Internet, comunicazione e tecnologie risolvono soprattutto la loro esigenza di riguadagnarla, tra incombenze domestiche e professionali, e di questo sono sempre più consapevoli: il 62% delle donne europee con figli under 18 accede regolarmente al Web, con una crescita del 9% rispetto al 2005. In Italia è il 30% delle mamme a collegarsi durante tutta la settimana con un incremento anno su anno del 15%. I siti preferiti? Tecnologia e salute seguite da intrattenimento e informazione. Secondo i dati dello studio condotto dall'*European Interactive Advertising Association* (Eiaa) nei paesi dell'Europa occidentale, le mamme sono sempre più interessate alla tecnologia tanto che le visite ai siti ad essa dedicati sono aumentate di quasi il 50% rispetto al 2005. Poi vogliono essere informate, quindi oltre alla salute che riguarda tutta la famiglia (con una crescita del 27% anno su anno), visitano per interesse personale siti di *news* e informazione compresi i *social networking* (22%), partecipano ai sondaggi (16%) e sono attive sui blog (15%).

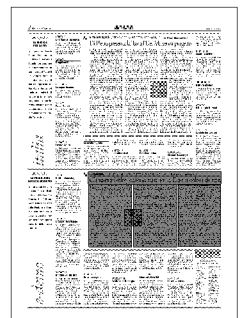
Il gap tecnologico con gli uomini, stando ad un'altra indagine, si riduce. Internet, infatti, per le mamme europee è anche comunicazione, viene utilizzato ad esempio per telefonare e rispetto a due anni fa è salita la percentuale al 63%. Mentre la mes-

saggistica istantanea è schizzata al 38% (dal 30% nel 2005). La fascia oraria in cui poi le donne con figli si collegano di più, infine, risulta tra le 17.30 e le 21.

Ma torniamo ai blog. Rispetto all'autore maschile, l'autrice di blog afferma come la creazione dei testi sia un atto di analisi e magari critica della vita vissuta. Il 74,4% delle donne (contro il 54,9% degli uomini) alla domanda «per chi scrivi?» risponde «per me» e il 37,7% delle donne (14,5% i maschi) ammette di «scrivere di cose intime/personali». Ma il dato che segna la forchetta più ampia tra il comportamento maschile e quello femminile riguarda l'oggetto dei contenuti dei blog: l'80,9% delle donne (contro il 53,7% gli uomini) utilizza episodi della vita reale come ispirazione per i post.

Le autrici/lettrici di blog sono più giovani degli uomini (22,1 anni di media contro 27,8 anni degli uomini) e stanno on-line da molto meno tempo, tanto che solo il 25,4% aveva iniziato a navigare prima del 1997, mentre in quell'anno aveva navigato già il 54,4% dei maschi. Le navigatrici propongono inoltre un utilizzo dei blog diverso, che ha dei tratti di riflessione sull'essere umano e tendono a essere più inserite nella dinamica sociale online. Nel segmento di rispondenti dai 18 ai 24 anni, il campione di *DiarioAperto* è composto per il 52% da donne. «Questo fa sospettare, pur con le dovute riserve - spiegano gli autori della ricerca -, che tra le nuove generazioni le donne che trafficano coi blog siano in maggioranza». E di tutto questo si sono oramai da tempo accorti anche gli inserzionisti che punteggiano sempre più il web di siti, giochi e messaggi mirati alle «responsabili degli acquisti», giovani o meno giovani. ■

■ Le autrici on-line sono anche più giovani dei "colleghi"



Internet. Il vademecum per costruire e sviluppare un «diario» online

Protagonisti con un blog

Gratuita l'apertura con servizi base su una piattaforma

PAGINA A CURA DI
Andrea Paternostro

Difficile dire quanti siano esattamente, ma di sicuro i blog, letteralmente diari in Rete, attirano sempre più l'interesse degli utenti di internet. E le cifre lo dimostrano.

Gli ultimi dati (riferiti ad aprile) provenienti dal motore di ricerca specializzato Technorati parlano di oltre 71 milioni in tutto il mondo. Ma il numero deve essere nel frattempo cresciuto di parecchio, se si considerano le valutazioni secondo cui ogni giorno vengono creati 120 mila nuovi blog. Il 3% è scritto in italiano. Questi dati sono in linea con la stima diffusa nel corso della recente conferenza sul Web 2.0, secondo la quale i blog in Italia sono oltre 2 milioni. Solo Windows Live Spaces (servizio offerto da Microsoft e collegato al popolare software per la chat, il Live Messenger) ne dichiara circa 300 mila. E il recente rapporto NetConsulting sottolinea che, insieme con i forum, i blog sono usati almeno una volta alla settimana dal 22% degli italiani in rete (per Nielsen NetRatings, ad aprile erano 20,5 milioni ad essersi connessi al web almeno una volta, da casa e/o dall'ufficio).

Inoltre, un'inchiesta condotta all'inizio del 2007 da Diario Aperto (in collaborazione con Splinder, Swg, Università di Trieste e Punto informatico) fornisce molti dati sugli autori e lettori di blog in Italia. L'83,9% dei 4.117 intervistati si fida "molto" o "abbastanza" dei blog autorevoli, più che dei quotidiani online (75,6%). Gli interpellati hanno una forte propensione all'acquisto su Internet (in particolare di prodotti culturali, tecnologia e viaggi) e in genere accolgono bene la presenza delle aziende online, ma soltanto se queste conoscono e rispettano le regole della conversazione in Rete.

Aprire un blog su una piattaforma (il sito che offre lo spazio Internet e compare nell'indirizzo, ad esempio <http://nomecognome.splinder.com>) è molto semplice e, se ci si limita ai servizi base, non costa nulla. Sono molti i servizi che permettono di gestire un blog gratis in cambio

di inserzioni pubblicitarie da visualizzare nello spazio web concesso. Basta registrarsi e in cinque minuti il sito è pronto. Tra i più utilizzati, Blogger, Splinder, Clarence, Blogsome, Tiscali, Il Cannocchiale, Iobloggo, Bloggerbash, Bloggers, Tuoblog.org, Libero, Windows Live Spaces, MySpace. Tutti questi prevedono una serie di servizi standard: pagine web con una struttura semplice e fissa, archivio, contatore delle visite, alcune opzioni personalizzabili, ad esempio i colori da attribuire agli sfondi e alla testata.

Se si desidera avere più autonomia e un servizio personalizzato, si può utilizzare un programma per la gestione dei contenuti (Cms, content management system): il più usato è Wordpress, seguito da MovableType, TypePad, dBlog Cms Open Source, Nucleus, Pivot, Dotclear, Drupal.

Questi sistemi, che offrono molte opzioni, possono essere utilizzati per pubblicare il blog su un dominio personale: i più comuni sono .it per i siti italiani generici, .com per i siti commerciali, .info per quelli che fanno o offrono informazione. Il primo passo è la registrazione, che costa dai 10 euro in su. Sono molti i siti che consentono di verificare se un dominio è ancora disponibile. Per i domini italiani (.it) il sito del Registro ufficiale è www.nic.it. Poi occorre pagare il servizio di hosting (in pratica, le pagine del sito dovranno risiedere su un server, computer sempre connesso alla Rete).

Il ventaglio delle offerte è molto ampio a seconda delle esigenze specifiche di chi vuole ottenere un dominio. Per una soluzione di qualità le cifre sono variabili in base allo spazio e alla possibilità di usufruire di un server dedicato e non in condivisione con altri siti (molto più costoso). Si parte da 30-50 euro annuali per 50, 100 o 300 megabyte di spazio con alcune caselle e-mail, servizi di assistenza telefonica e online e server condiviso, ma si può arrivare ad alcune migliaia per i dedicati. Si paga anche in funzione della banda mensile: più è ampia, maggiore è la possibilità di

generare traffico.

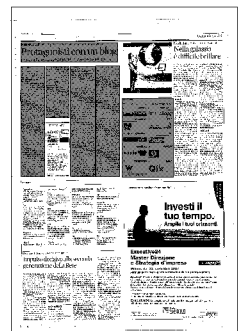
Tra le opzioni dei vari pacchetti, è bene avere un database e alcuni linguaggi di scripting come Php o Asp. I costi sono diversi secondo che il sistema operativo che gestisce il server sia Windows o Linux. Da controllare anche la frequenza del backup, la copia di sicurezza dei dati (meglio se quotidiana).

Il blog può essere pubblico o privato: in questo secondo caso è aperto solo ad alcuni utenti autorizzati alla lettura. Non necessita di competenze tecniche particolari. Una caratteristica fondamentale e comune a tutti i blog è che i messaggi (si chiamano post) sono visualizzati in ordine cronologico inverso, cioè dal più nuovo al più vecchio. Un'altra è la possibilità di lasciare commenti (in alcuni casi è necessario essere registrati), ma esistono blog che ne sono totalmente privi.

C'è sempre un archivio storico dei contenuti pubblicati, ordinati per mese di pubblicazione. Ed è sempre possibile aggiornare il blog, avendo a disposizione un accesso a internet. Alcune piattaforme (ad esempio WordPress) permettono anche di pubblicare post via email.

Quanto, al copyright, le licenze Creative Commons, elaborate dall'omonima organizzazione non profit (www.creativecommons.it), sono tra le più usate sul web e nei blog. Si esprimono nella formula: "alcuni" diritti riservati. È possibile usarle per rilasciare le proprie opere in Rete, consentendo che vengano condivise e distribuite a particolari condizioni meno restrittive del copyright tradizionale, purché mantengano intatte e citando la fonte.

Se, dalla veste di creatori di blog, si vuole passare a quella di visitatori dei "diari" altrui, un sito utile per districarsi, almeno in parte, tra le migliaia e migliaia di pagine personali registrate in Italia è www.blogitalia.it, che organizza i blog per categorie. Un modo per semplificare e mettere ordine in un mare di iniziative. Blogitalia offre anche il servizio geopost, un'area del sito nella quale è possibile navigare tra i blog iscritti in base alla regione di provenienza.



La top ten

I 10 blog italiani non commerciali più visitati (al 10 luglio 2007)

1 **PANDEMIA** 6 **ANDREA BEGGI**



2 **MACCHIANERA** 7 **SW4N**



3 **BLOG DI BEPPE GRILLO** 8 **EDIT**



4 **MANTEBLOG** 9 **DAVEBLOG**



5 **WITTGENSTEIN** 10 **QUIX.IT**



Fonte: <http://it.blogbabel.com>

Possibili anche sbocchi professionali

Nella galassia è difficile brillare

Creare un blog di successo non è facile. Si rischia di restare anonimi in un mare magnum di iniziative. Il problema è avere sempre qualcosa di interessante da dire: per conquistare visibilità occorre guadagnare nel tempo la fiducia degli utenti, con chiarezza e trasparenza. Altrimenti si finisce dispersi tra milioni di siti improvvisati e abbandonati. Occorre innanzitutto decidere che tipo di blog portare avanti: un diario intimo e leggero o un sito impegnato per coinvolgere i lettori su uno o più temi.

I requisiti

L'investimento in termini di tempo per tenere il blog aggiornato e rispondere ai commenti è notevole, ma la qualità paga. «Molte persone sognano di fare del proprio blog una piattaforma che li possa lanciare nel loro lavoro — sostiene Luca Conti, giornalista pubblicista, esperto del settore e autore di un blog seguitissimo, *Pandemia* (si veda la classifica a fianco, nella quale spicca anche quello di Beppe Grillo) —. Lo sbocco professionale di una scrittura efficace e di qualità non è necessariamente nei media tradizionali. Il primo consiglio è quello di essere costanti, aggiornare il blog con frequenza. Il secondo è quello di essere il più tematici possibile e scrivere soprattutto di temi conosciuti, così si può fare diventare il blog strategico in ottica professionale. Non sono molti quelli ben posizionati sui motori di ricerca, con le parole chiave: i contenuti di qualità prima o poi emergono».

Un esempio di successo è quello del blogger Claudio Sacco, che in un anno si è fatto un nome nel settore dell'alta ristorazione con recensioni di decine di ristoranti "stellati" in tutta Italia, finché di recente è stato assunto dal Gambero Rosso. Ma si può anche citare il caso dello stesso Conti, che ha guada-

gnato notorietà prima in Rete, parlando di ambiente e tecnologie e poi nella vita pubblica offline, diventando consulente nei campi della comunicazione, di internet e dei media interattivi.

Ad ogni modo, come si dice anche nell'articolo a fianco, fare statistiche sul fenomeno blog è molto difficile: «Non tutti i blog risiedono su piattaforme e ci sono anche differenze di vedute sul significato del termine — spiega Tony Siino, co-fondatore di Blogitalia —. Io sono per una definizione minima: sito con una struttura semplice e contenuti in ordine cronologico inverso. Altri mettono l'accento sulla conversazione».

Lasciando un attimo da parte chi lo fa per passione, chi per uno sfogo intimistico di emozioni ed opinioni, qual è la convenienza? «Il ritorno c'è, ma non solo e non principalmente in moneta: soprattutto in reputazione. Il blog è un ottimo strumento per fare circolare idee, esperienze e "capitale sociale", fondamentale nella società dell'informazione».

Realtà locali

Siino è anche l'ideatore di *Rosalio.it*, esempio di una nuova categoria molto feconda di discussioni: gli urban blog, che parlano di una determinata città: in questo caso l'oggetto della discussione è Palermo. Nel mese di maggio, il sito (molto letto anche da palermitani all'estero) ha avuto una media di 2.600 contatti al giorno, con picchi di 3.800 in occasione delle elezioni amministrative e centinaia di commenti sui temi più diversi, che si riferiscono, in qualche modo, alla realtà locale. Da qui nascono eventi, incontri, opportunità di lavoro e di collaborazione tra cittadini, iniziative culturali e per la tutela dei luoghi urbani. Oltre al piacere della discussione in sé.



L'evoluzione. Ormai completato il salto di qualità

Impulso decisivo alla seconda generazione della Rete

Una delle conseguenze più importanti dell'esplosione della blogosfera è quel salto di qualità che ormai fa parlare di seconda generazione della Rete, detta anche Web 2.0, basata sull'«user-generated content»: gli utenti creano e condividono qualsiasi tipo di contenuto. Non si può non tenerne conto nel pianificare la creazione di un nuovo blog.

Icone del nuovo paradigma sono siti come Youtube, che permette a chiunque di pubblicare e condividere un filmato a costo zero in tutto il mondo, inserendolo facilmente anche nel proprio blog. La stessa cosa fanno Flickr per le immagini o Myspace per il social network: un modo per mettere in contatto persone di tutto il mondo, dando a ciascuno uno spazio web in cui esprimersi, creando un profilo con i propri gusti in tema di arte, cinema, musica, cibo e così via.

Sul versante dei professionisti, per dare visibilità alla propria attività (e, più in generale, alla propria persona) è importante essere presenti in altri network, come l'americano LinkedIn, nato per creare reti di individui e contatti interpersonali. Sono 11 milioni nel mondo (crescono al ritmo di 100mila a settimana) i manager, giornalisti, liberi professionisti che han-

LE CONSEGUENZE

I contenuti risultano sempre più condivisi e numerosi network mettono in contatto persone con gli stessi interessi

no un profilo online in questo sito. Il portale guadagna grazie alle numerose offerte di lavoro e ai servizi aggiuntivi per gli iscritti e le aziende, che possono cercare profili adeguati alle pro-

prie esigenze. Molti italiani anche tra i 965mila utenti del network spagnolo Neurona (cui fanno capo 48 comunità professionali), acquistato di recente da un altro network, Xing, che ha il quartier generale ad Amburgo.

Tornando più specificamente all'argomento blog, in tema di pubblicità Google AdSense è il sistema più usato per collocare inserzioni: la caratteristica innovativa è che si tratta di annunci pertinenti ai contenuti dei siti. Il software scansiona automaticamente le pagine e pubblica le soluzioni più adatte, solo testo o con illustrazioni. Si può scegliere tra vari formati e modelli e personalizzare i colori.

Sui guadagni generati dal sistema c'è il più stretto riserbo (Google lo prevede esplicitamente nel contratto con il proprietario del sito), ma basta leggere le discussioni in alcuni forum per rendersi conto che un sito molto frequentato, con diverse centinaia di accessi al giorno, può ammortizzare le spese dell'hosting incassando alcune decine di dollari alla settimana. Come? Ogni volta che un utente clicca su un'inserzione pubblicitaria trovata all'interno del blog stesso, viene riconosciuta una piccola somma.

Per le imprese che vogliono attrarre clienti da altri siti, invece, c'è il servizio Ad Words: ci si crea da soli un annuncio e si sceglie una serie di parole chiave, collegate al proprio esercizio commerciale o all'attività. Quando gli utenti fanno ricerche su Google utilizzando una di queste parole, l'annuncio può essere visualizzato accanto ai risultati della ricerca.



Dopo Bnl Da Ibm a Gabetti, le aziende entrano nel mondo virtuale

Second Life, primi affari

Gabetti si serve di Second Life — comunità virtuale accessibile via Internet grazie a un software scaricabile gratis — per promuovere compravendite e affitti. Bnl, ultima arrivata, per selezionare esperti di informatica. Altre aziende, come American Apparel, per esporre le proprie merci. Sul mondo parallelo, che replica il mondo reale, stanno profilandosi due modelli di business che sperimentano nuove forme d'interazione col mercato.

LAWENDEL, PRATELLESI E TRIULZI
ALLE PAGINA 8 E 9



Seconda vita Philip Rosedale, fondatore di Second Life

Simulazioni vere Sul sito Internet che replica il mondo reale, il business ha due approcci diversi: il primo è quello di utilizzarlo come una vetrina per i propri prodotti. Il secondo, più interessante, è quello di sperimentare nuove forme di interazione con il mercato

Second Life, come guadagnare (o perdere) nel mondo parallelo

Bnl se ne serve per selezionare gli esperti di informatica. American Apparel per esporre. E Gabetti ha un'isola per compravendite e affitti. Così le aziende scoprono la seconda vita

DI ANDREA LAWENDEL

Nessuno dubita che con il computer si possano fare ottimi affari e guadagnare molti soldi. Fare soldi «dentro» il computer sembra già un concetto più azzardato. Eppure, è proprio quello che sta accadendo nella realtà parallela di Second Life, una comunità virtuale accessibile via web grazie a un software grafico da scaricare gratuitamente all'indirizzo www.secondlife.com. Second Life è stata lanciata ufficialmente nel giugno del 2003 dai Linden Labs, una azienda di San Francisco fondata da Philip Rosedale (l'ex capo-tecnologo di Real Networks). Alla fine del 2005 i membri della comunità, residenti di un universo cibernetico chiamato semplicemente world, mondo, erano centomila. Oggi l'anagrafe di Se-

cond Life registra 7,8 milioni di residenti.

Quello che potrebbe sembrare un semplice ambiente virtuale ispirato ai videogiochi di tipo immersivo, sta diventando un universo parallelo i cui abitanti replicano fedelmente tutto quello che avviene nella Rl, acronimo di Real Life, la vita normale. Economia compresa. Il fattore vincente di SL è proprio l'immersività. Il programma che funge da finestra aperta visivamente su questo mondo virtuale disseminato di isole dove si possono costruire case, strade e altri ambienti popolati da oggetti, consente di vivere ed esplorare tutti questi ambienti in modo realistico. Ogni iscritto è impersonificato da un avatar, una figura umanoide che si può muovere camminando o volando.

o farsi teletrasportare ovunque. È intorno agli avatar e ai loro bisogni che si sta sviluppando un'economia fatta di beni virtuali: una maglietta alla moda che l'avatar indosserà o la villa di lusso, co-



Settimanale Milano

Direttore: Paolo Mieli

struita sul suo appezzamento di terreno virtuale, in cui andrà ad abitare. Fuori da Second Life, o per meglio di-

re sul labile confine tra realtà reale e mondo virtuale, aziende e singoli individui stanno costruendo una rete di servizi il cui valore è ancora difficile da quantificare, ma che sta coinvolgendo piccole realtà e marchi celebri.

«Le aziende hanno due tipi di approccio con Second Life», racconta Max Ramaciotti della divisione 2nd Key di Key-one, società del gruppo Kallideas specializzata in applicazioni e siti Web e in consulenza professionale per Second Life. «Il primo è più banale, oggi sempre più secondario, è quello di usare la comunità come vetrina e cassa di risonanza per i propri marchi. Il secondo, più evoluto, consiste nello sperimentare nuove forme di interazione con il mercato, fare affari e attività di marketing, formare e persino assumere il personale».

Bnl, per esempio, è tra le prime banche italiane a entrare nel mondo virtuale di Second Life. E il suo debutto è proprio all'insegna del recruitment. Lo spazio del «Bnl Cafè» verrà inaugurato dopodomani con una campagna di assunzione destinata alla ricerca di esperti informatici, che possono sottoporre le loro candidature sul sito www.bnl.it. «Abbiamo deciso di sfruttare questo canale virtuale - spiega il responsabile risorse umane di Bnl, Stefano Libotte - per venire in contatto con profili appassionati di nuove tecnologie, senza limiti di frontiere geografiche».

A ruota

Molte altre imprese italiane seguono a ruota. Ramaciotti è reduce da un convegno che 2nd-Key ha organizzato, insieme a Virtual Reality & Multimedia Park e a Torino Piemonte Internet Exchange, sulle opportunità

di business nei mondi virtuali. «Il pubblico su Second Life ha caratteristiche molto peculiari rispetto ad altri mezzi e soprattutto rispetto agli ambienti classici da videogame. L'età media è di 32 anni, la capacità di spesa piuttosto elevata».

Gli avatar di Sl spendono ogni giorno un mucchio di Linden dollar, la moneta ufficiale «in-world». Al cambio Linden/dollaro (circa 260 dollari virtuali per ogni dollaro vero), sono più di 2 milioni di dollari americani. Ma che cosa si compra se tutto è fatto di bit? Il modello di business ideato da Rosedale si sta rivelando molto efficace. Entrare a far parte di Second Life non costa nulla, basta scaricare un software. Ogni successiva personalizzazione, per esempio il proprio cognome da registrare al posto di uno dei cognomi fittizi gratuiti, ha un prezzo in dollari Linden, una moneta del Monopoli che si può acquistare online, con la carta di credito, entrando nel LindEx, la Borsa Linden. Per acquistare un appezzamento di terreno e metter su casa bisogna diventare utenti premium, a dieci dollari al mese.

Lavori stipendiati

Chiunque può entrare in affari su Sl, aprendo per esempio un negozio o trovando un lavoro stipendiato. I beni più gettonati sono gli abiti indossati dagli avatar, o gli effetti speciali (un avatar che balla, o lancia lingue di fuoco). Ogni singolo dettaglio di Second Life si basa sulle istruzioni di un software open source molto potente, ma non tutti hanno le capacità di usarle. Questa capacità sta assumendo un proprio valore, esprimibile in Linden dollar. Alla fine del mese, i dollari finti incassati servono a finanziare la presenza su Sl, ma possono essere convertiti, al netto di una commissione, in dollari fruscianti.

«Le aziende, come nel caso della catena di abbigliamento American Apparel, aprono i loro punti vendita

di oggetti virtuali - dice Ramaciotti -. Non posso vendere prodotti veri, ma posso inserire un collegamento al mio negozio su Web». Da questi collegamenti sta nascendo uno scambio fiorentissimo. Al convegno torinese ha tenuto banco l'avventura virtuale del gruppo Gabetti che nel marzo scorso ha acquistato una isola di Second Life. Un'isola equivale a 65 mila metri quadri e costa 1.300 euro una tantum più 250 al mese di manutenzione. Per costruire un edificio col software un programmatore può chiedere 15 mila euro. Con la compravendita e l'affitto di case e terreni virtuali, Gabetti ha realizzato 2,3 milioni di Linden dollar, pari a 6 mila euro. Parte dei quali sarà probabilmente reinvestita nelle successive fasi del progetto. Il 12 luglio invece ci sarà la festa di debutto della redazione Sl di Style, il magazine mensile del Corriere. Secondo Diamante D'Alessio, vicedirettore «per l'evento sono stati coinvolti marchi del Made in Italy come Todd's e Floss», che hanno concesso una serie di oggetti da riprodurre nella grafica di Second Life e distribuire ai partecipanti.

Per Leandro Agrò, chief interaction designer di Kallideas - gruppo nato per iniziativa di ex dipendenti Vodafone Italia che sviluppa tecnologie per assistenti virtuali, come la hostess Sylvia che risponde alle domande dei visitatori del sito Web di Cartasi - le interfacce immersive e l'interazione tra avatar avranno ripercussioni sociali enormi, ben al di là dell'economia di Second Life. All'Università Bicocca, Agrò ha appena organizzato la terza edizione del convegno Frontiers of Integration. «Sa che cosa ha detto Padini Gabriel-Petit, specialista americana in interfacce utente? Che sarebbe molto più saggio usare Second Life per lavorare e il mondo reale per giocare». Pirandello, conterraneo di Agrò, avrebbe detto che siamo tutti avatar.

Ci siamo entrati - dice il capo del personale Bnl - per contattare professionisti tecnologici senza limiti di frontiere geografiche

L'età media degli «abitanti» di Second Life, dicono gli esperti, è di 32 anni e la loro capacità di spesa è elevata. Ma per comprare un lotto di terreno, e diventare utenti premium, bastano 10 dollari al mese.



Philip Rosedale, fondatore di Second Life

Steve Jobs, Apple

Fonte: elaborazione Corriere Economia

7,78

Milioni di residenti (iscritti che hanno prelevato il software)

260

Linden dollar per un dollaro vero è il cambio attuale

2,6

Miliardi di Linden dollar è oggi il capitale circolante

68

Millioni i metri quadri di lotti venduti dai residenti

12,1

Millioni le transazioni fatte in un mese da 290.000 persone

amazon.com

adidas

ING DIRECT

DELL



Jeff Bezos, Amazon



Herbert Heiner, Adidas



Arkadi Kuhlman, ING Direct



Michael Dell, Dell



Ex Vodafone
Leandro Agrò, chief
interaction designer
di Kallideas



Interfacce
Padini Gabriel-Petit,
specialista americana
in design informatico



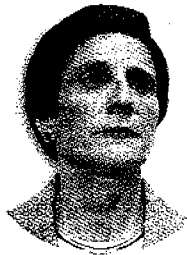
Applicazioni web
Max Ramasciotti,
della divisione
2nd Key di Key-one

39.000

Residenti che hanno
realizzato cash flow
positivo con le transazioni

139

Numero
di milionari
in Linden dollar



Irene B. Rosenfeld, Kraft



Baudoin Prot, BNP Paribas



Immobili Il presi-
dente del gruppo,
Elio Gabetti

E 40 mila famiglie

Quasi 8 milioni di «residenti»

Le statistiche economiche pubbli-
cate giornalmente sul sito web
di Second Life sembrano prese
dalla pagina di un importante quoti-
diano finanziario. Ne emerge un suk
telematico di inattese proporzioni.
Nell'ultima settimana si sono connes-
se quasi mezzo milione di persone su
un totale di 7,78 milioni di residenti
(iscritti che hanno prelevato una co-
pia del software). Nel mondo virtuale

sono più di 8.300 le isole private ma i
singoli individui, rappresentati dal lo-
ro avatar, possono acquistare lotti di
terreno al costo medio di 9 dollari Lin-
den (al cambio 3 centesimi di dollaro)
al metro quadrato. Nell'ultimo mese i re-
sidenti hanno venduto 68 milioni di
metri quadri di lotti. Il circolante è pa-
ri a 2,6 miliardi di dollari Linden. Gli
iscritti che arrivano a generare un flus-
so di cassa positivo con le loro transa-
zioni «in-world» sono 39 mila; 21 mila
di questi non guadagnano più dell'
equivalente di 10 dollari. I milionari in
Linden sono 139: in cassa questi fortun-
nati affaristi virtuali si ritrovano con
più di 5 mila dollari veri al mese.

Le prospettive

Da Second Life e Google Earth potrebbe nascere Second Earth

DI MARCO PRATELLESI

Sarà la ricerca di una perfezione difficile da trovare sulla Terra. Sarà l'insoddisfazione per il lavoro, dove ci si diverte sempre meno. Sarà la delusione per stipendi valutati in lire mentre tutto è diventato euro. Sarà il precariato e l'incertezza per il futuro. Sarà che il mondo appare sempre più vulnerabile. Sarà per alcune di queste cose o per tutte insieme che quasi otto milioni di persone hanno deciso di costruirsi una vita parallela in Second Life, il mondo virtuale creato dalla società americana Linden Lab.

Il modello è semplice: si invita qualcuno a sedersi al tavolo per giocare, come un Monopoli solo molto più grande e tridimensionale e con la possibilità di costruirsi un avatar, un alter ego virtuale. Tutto gratis, almeno all'inizio. Perché appena catapultati nel mondo virtuale ci si rende conto che anche qui funziona la teoria dei bisogni, con una spinta motivazionale molto forte a realizzare la propria immagine. E iniziano i problemi. Nel senso che ogni personalizzazione, dal proprio aspetto fisico al vestiario, alla costruzione della casa, costa.

Solo che realizzare i propri sogni nel mondo virtuale costa molto meno che nella vita reale: al cambio di Second Life con un dollaro si comprano circa 260 Linden dollar e con 10 dollari veri si fanno un sacco di cose. Ecco perché, alla fine, gli avatar mettono mano alla carta di credito: su Second Life possono fare con pochi spiccioli tutto quello che nella vita reale metterebbe in crisi il budget di un manager ben pagato.

Ecco la chiave del successo: su Second Life si realizzano i sogni, si compra un terreno, si costruisce una bella casa, si comprano vestiti alla moda, si fa sport, si viaggia, si balla, si incontrano persone e si spende un'ira di Dio.

Tutto in un mondo immaginario. Almeno fino a quando Second Life non si incontrerà con altri mondi tridimensionali, come Google Earth o Virtual Earth di Microsoft o World Wind della Nasa. È la tesi espressa da Wade Roush nell'ultimo numero di Technology Review, la rivista del Mit. Roush ne è sicuro: in futuro Second Life e Google Earth si integreranno per dare vita a «Second Earth». Gli avatar potranno allora visitare città e palazzi, nuotare, volare attraverso i paesaggi simulati usando immagini satellitari, fotografie aeree e dati topografici. Il modello diventerebbe allora il mondo reale, il «Metaverso» descritto da Neal Stephenson in Snow Crash, libro cyberpunk del 1992, dove 120 milioni di avatar popolano una città virtuale delle dimensioni di un pianeta realizzando in 3D qualsiasi cosa. E allora, forse, scopriremmo anche un modo diverso di lavorare e fare le vacanze: spendendo molto meno, senza inquinare e senza restare imbottigliati in code massacranti.



Tecnologo Wade Roush. Scrive sulla rivista del Mit



 **Nuove discipline**

Ingegneria del web, la gaia scienza dei tecnici creativi

Insieme con Marina Bosi e con il guru delle banche dati Adam Bosworth, di Google (ma Bosworth è noto a livello mondiale per avere sviluppato il database Access quando lavorava in Microsoft), a Como in questi giorni discuteranno di «ingegneria del web» programmatori ed esperti di tutto il mondo.

Quali sono gli obiettivi di questa nuova disciplina? «L'ingegneria del web nasce da una fusione di due comunità scientifiche — spiega Piero Fraternali, docente del dipartimento di Elettronica e informatica del Politecnico di Milano, responsabile del comitato organizzatore della International conference on web engineering che si terrà a Como dal 16 al 20 luglio —. Gli ingegneri del software cercano di dotarsi di strumenti di tipo ingegneristico per lo sviluppo di applicazioni di stampo industriale». Sono tecnici che cercano di trasformare le tecniche ancora artigianali della programmazione in una scienza più esatta e verificabile.

Secondo Fraternali, che oltre a insegnare al Politecnico è anche imprenditore del software con la società Web Models, fondata insieme con il collega Stefano Ceri, i fautori del software industriale «sono stati presi in contropiede dal dilagare delle applicazioni basate su web»: i programmi che, a differenza dei normali software «pacchettizzati», acquistati su un Cd e installati sul computer, vivono soltanto in Rete, interagendo con i loro utilizzatori attraverso la finestra dei browser come Explorer o Firefox.

Ed è in questo ambiente online che affonda le sue radici la seconda anima della nuova figura dell'ingegnere del web. «È una figura ispirata ai ricercatori che nel corso degli anni, a partire dal centro Xerox di Palo Alto, si sono occupati del fattore umano: le interfacce grafiche, la usabilità del software», dice Fraternali. Sono due mondi che si incontrano, spesso si scontrano tra loro, quando ci si accorge che una applicazione web è una sintesi di esigenze molto complesse: il rigore ingegneristico di chi programma, il carattere anarchico e poco controllabile di Internet, la creatività degli utenti.

«Internet è una piattaforma ricca di entità intangibili — avverte Fraternali — e gli studiosi del software come scienza esatta, sono chiamati a discuterla insieme con i rappresentanti di linguaggi e tecnologie nati con Internet. Un dialogo simile a quello tra ingegneri e architetti».

L'obiettivo? Riuscire a trovare un approccio più industriale al mondo delle applicazioni web, preservandone le qualità creative senza però rinunciare all'efficienza.



Settimanale Roma

Direttore: Ezio Mauro

L'OFFERTA DI VODAFONE

Sempre connessi con 5 euro al mese ma attenzione: non vale per il pc

Si potrà navigare quanto si vuole ma esclusivamente con il cellulare.
Il sistema è infatti in grado di riconoscere se a collegarsi è un notebook

La nuova tariffa flat per Internet appena lanciata da Vodafone potrebbe rivoluzionare l'uso del cellulare. È comunque un cambiamento radicale. A fronte degli alti costi che finora i telefonini hanno richiesto per la navigazione Internet c'è una discesa verticale a 5 euro al mese (con tutta l'Iva), più 25 centesimi ad ogni avvio di sessione.

Ma attenzione. Questo prezzo vale solo se si naviga sul Web con il telefonino. Vuol dire che se si usa il cellulare come un modem per connettere in rete senza fili un notebook, scatta invece la normale tariffa. Che Vodafone ha anche ultimamente abbassato (20 euro al mese per 100 ore di connessione), ma che è comunque superiore a questa.

In pratica, pagati i 5 euro al mese, al solo costo aggiuntivo dei 25 centesimi per la sessione, si possono rifare molte cose.

GOOGLE MAPS. Ci si può, per esempio, far guidare da Google Maps (dopo aver scaricato l'applicazione Java dal portale Vodafone Live) in un percorso. Non è ancora un vero e proprio navigatore perché manca il servizio di posizionamento, ma elenca tutti i cambi di direzione da eseguire e le cartine sono quelle stesse che si vedono sul personal computer. Per diventare un navigatore vero servirebbe un chip Gps nel telefonino, ma si potrebbe anche fare triangolando le celle Gsm. Quest'ulti-

mo servizio deve però essere offerto dagli operatori mobili. Arriverà ma adesso è ancora presto.

EBAY. Con questo servizio i clienti eBay di Vodafone potranno monitorare i loro acquisti e le loro offerte in qualsiasi momento, partecipando anche in mobilità alle aste. Il software per accedere a eBay, scaricabile gratuitamente dal portale Vodafone Live, in un secondo momento verrà installato direttamente nei cellulari Vodafone.

MYSFACE. Gli utenti avranno la possibilità di usufruire dei servizi del sito di social networking in mobilità. In esclusiva, sarà possibile accedere a Myspace Mobile per utilizzare il proprio profilo Myspace, trovare e aggiungere amici, aggiungere foto e creare blog, oltre che inviare e ricevere i messaggi Myspace sul telefonino.

YOU TUBE. La versione mobile del popolare sito di video-sharing You Tube

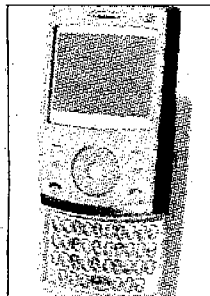
è già disponibile per tutti i clienti Vodafone già dall'inizio del giugno di quest'anno. Il servizio, accessibile dal portale Vodafone Live, permette di utilizzare i servizi You Tube direttamente dal proprio cellulare. YouTube

realizza ogni giorno una selezione dei migliori video, consentendo a tutti i clienti Vodafone di accedere a quelli di maggiore interesse ovunque ed in qualsiasi momento.

Da Google a eBay e YouTube, tutti i nuovi servizi a portata di telefonino



A destra, in alto,
il Nokia N95



Qui a lato, il nuovo
Samsung i620v



Settimanale Roma

Direttore: Ezio Mauro

Telecom Italia sbarca su Second Life

I gestori di telefonia fissa e mobile nella "virtual community" con i loro servizi

Tim e Vodafone su Second Life, il mondo virtuale che sta sempre più diventando una "community" allargata al mondo reale. A partire dal mercoledì prossimo, Telecom Italia - con i brand Alice e TIM - entrerà in Second Life collegando per la prima volta a livello mondiale la comunità virtuale al mondo reale con il servizio telefonico e successivamente con l'e-mail e l'instant messaging gratui-

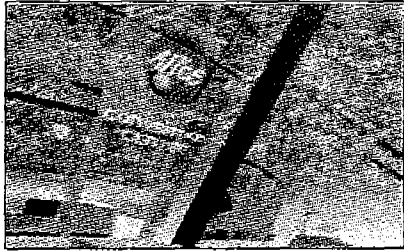
veranno in regalo un telefonino TIM virtuale. Per potere usufruire del telefono è sufficiente recarsi in una delle isole Alice, registrarsi all'interno dell'area "First Life Communicator", e digitare il nome dell'avatar che si desidera chiamare o al quale si vuole inviare un sms. Il pacchetto gratuito messo a disposizione da Telecom Italia comprende per ora un massimo di 10 telefonate di 3 minuti ciascuna e 40 sms su

numeri nazionali verso tutti gli operatori fissi e mobili nell'arco di 4 settimane. Il servizio permetterà successivamente la comunicazione telefonica anche con entrambi gli utenti offline e renderà fruibile

anche le funzioni di e-mail e di instant messaging, il servizio integrato fissa-mobile di Telecom Italia che permette agli utenti di dialogare in tempo reale sia da telefonino a telefonino, che da telefonino a computer e viceversa.

Dal canto suo anche Vodafone è presente su "Second Life" già da gennaio scorso con una sua "isola" aperta agli internauti di questo mondo virtuale. L'operatore di telefonia mobile propone tutte le novità nel campo della comunicazione mobile, ma soprattutto ha voluto realizzare un centro di aggregazione per la community del mondo virtuale in cui proporre eventi di vario genere, come spettacoli musicali, attività di gruppo, filmati, corsi di formazione per artisti, spazi per gli sponsor delle varie iniziative, ecc. In autunno, anche Vodafone proporrà su Second Life i propri servizi e le proprie offerte commerciali.

(Claudio Gerino)



ti. Inoltre metterà a disposizione cinque isole di cui quattro di intrattenimento che comprendono un'area per la visione e pubblicazione di video, un circuito automobilistico, uno stadio e un'area riservata alle offerte Alice e un'altra, già attiva, con un grattacielo riservato alle soluzioni ICT e ai partners tecnologici di Telecom Italia.

Il servizio telefonico, al quale si aggiungeranno successivamente l'instant messaging e l'e-mail, sarà reso disponibile ai membri della comunità virtuale (avatar) sulle isole Alice e TIM attraverso il "First Life Communicator", un'applicazione innovativa sviluppata appositamente dai laboratori di ricerca Telecom Italia Lab. Il servizio, a regime, consentirà agli avatar di effettuare telefonate tra loro, inviare sms, e-mail e utilizzare l'instant messenger collegandosi con il mondo reale ma mantenendo la propria identità virtuale. Tutti gli avatar registrati al servizio rice-



Le 'mappe' sul web il mondo in un sito

Ci sono persone che non escono di casa se prima non hanno controllato nei dettagli la mappatura precisa della zona dove si stanno recando. Oppure sconosciuti che si danno appuntamento consultando la rete per decidere l'angolo esatto nel quale incontrarsi. Cartine geografiche sempre più dettagliate danno ormai la possibilità di trovare di tutto nelle zone più sperdute del mondo, e ad aggiornare i siti ci pensano anche i cittadini che diventano appunto cartografi, semiprofessionisti di una professione che fino ad un decennio fa era del tutto ignota alle masse. Si chiama cartografomania l'ultima moda su Internet, e ad inventarla è stata Google che nel 2005 ha lanciato nello spazio il suo satellite di rilevazione per creare il sito Google Earth, che è stato un successo senza precedenti. E sulla sua scia un fitto nugolo di aziende ha lanciato servizi analoghi.

► FONTANELLI a pagina 15

LE PIANTE ONLINE/ Da quando il motore di ricerca lanciò il suo satellite nel 2005 per creare il suo network di 'orientamento' su Internet sono nati già decine di siti concorrenti



RENATA FONTANELLI

Milano

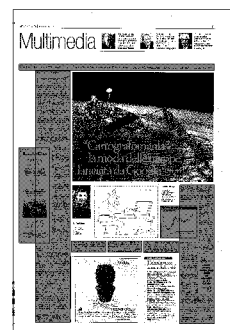
La chiamano cartografomania, ed è l'ultima moda che è esplosa sul web. Ci sono persone che non escono di casa se prima non hanno controllato nei dettagli la mappatura precisa della zona dove si stanno recando. Oppure sconosciuti che si danno appuntamento consultando la rete per decidere l'angolo esatto nel quale incontrarsi. Cartine geografiche sempre più dettagliate danno ormai la possibilità di trovare di tutto nelle zone più sperdute del mondo, e ad aggiornare i siti ci pensano anche i cittadini che diventano appunto cartografi, semiprofessionisti di una professione che fino ad un decennio fa era del tutto ignota alle masse. Pioniere del settore fu James Rennel, ventiduenne ufficiale della Marina britannica che nel 1765, armato di metro e compasso e accompagnato da un manipolo di soldati tracciò la prima mappatura del subcontinente indiano. Le cartine, pubblicate nel 1780, divennero una sorta di Bibbia per gli inglesi e Rennel una specie di

guru della geografia. Lo stesso lavoro, oggi, viene fatto nel Building 45 del colosso Google a Mountain View in California, e a guidare il tutto c'è il quarantenne John Hanke.

Città come Bangalore non hanno più misteri e da casa si può controllare la presenza di librerie, farmacie e pizzerie e quant'altro. Le note vengono costantemente aggiornate dagli utenti che, come spiega Hanke: «Sono attenti e bravissimi. Il geo-web è diventato quasi un'ossessione che attrae tutti, dai dodicenni ai novantenni. Ormai anche i sentieri più nascosti e i paesi più microscopici non hanno più segreti per nessuno».

Provider come

Google, Microsoft e Yahoo hanno «regalato» al popolo del web che Hanke definisce: «Il più intrigante e divertente dei giocattoli, un software in grado di farli partecipare alla mappatura del mondo». L'idea della mappatura digitale non è però nuova. All'inizio degli anni Novanta, ancor prima che Netscape producesse il suo primo



Settimanale Roma

Direttore: Ezio Mauro

browser, la società Xeroxparc lanciò la sua prima applicazione di mappatura online, poi arrivò Google che nel gennaio 2005 sfornò la prima versione di Google Map, seguita da Google Earth in tre dimensioni cinque mesi dopo. Oggi le mappe di Google sono più di 50 mila e Google in termini di traffico è seconda a MapQuest. Dalla sua nascita nel 2005 Google Earth Program è stato scaricato più di 250 milioni di volte. Continua inoltre a crescere il numero di nuove società che creano siti web e software per aiutare gli utenti a crearsi le loro cartine geografiche personalizzate. In aprile sempre Google ha lanciato un software, My Maps, che consente a chiunque di personalizzare le cartine geografiche con contributi audio video e fotografici. Niente di rivoluzionario, Microsoft ci aveva già pensato nel 2005, ma il pericolo, sostengono gli esperti del settore è che a un certo punto il tutto diventi davvero troppo confusionario. E un programmatore americano, Paul Rademacher nel 2004, girando in California alla ricerca di una casa da acquistare, ebbe l'idea di creare una mappa con la lista di case in vendita zona per zona.

Studiando il codice sorgente in java script riuscì a proporre un programma a Google che lo assunse immediatamente. Per rendere il tutto più semplice recentemente sul mercato è comparsa una fotocamera, la Rihoooh 500SE. Otto megapixel ma soprattutto un gps interno che annota longitudine e latitudine per ogni foto

scattata. Oggetto culto per aspiranti attivi cartografi. La mappatura in rete, fra l'altro, non viene utilizzata solo da turisti o globetrotter. Durante l'uragano Katrina, l'Air Force americana l'ha utilizzata moltissimo per monitorare il disastro ambientale. In territori come Iraq o Afghanistan i motori di ricerca aiutano a sgominare bande, ma anche a segnalare le mi-

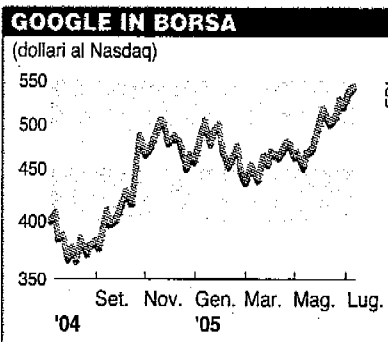
gliori vie di fuga o nascondigli, come recentemente ha riportato la Bbc. La questione resta quella dell'attendibilità della rete. Spiega Michael Woodchild, geografo dell'università di

Santa Barbara in California: «Mappare è sempre stato sinonimo di dominio. Niente può essere più oggettivo di una mappa. non a caso la carto-

grafia è esplosa durante il periodo delle colonizzazioni. Chi introduce informazioni in rete è sempre monitorato e controllato da chi ne fruisce, per cui difficile raccontare il falso. L'unica differenza è che un tempo era compito di qualche cartografo, oggi ad aggiornare ci pensano le persone comuni».

L'esplosione delle mappe su Internet è strettamente connessa alla diffusione dell'Internet sul cellulare di ultima generazione, proprio perché è tipico che chi gira per una città nuova si cerchi la piantina sul web portatile. C'è anche 'dotMobi', l'organizzazione che gestisce il primo e unico dominio di indirizzi Internet per i telefoni cellulari, che ha annunciato la realizzazione di circa 650 domini di città disponibili per le amministrazioni locali. Fino ad oggi dotMobi aveva prenotato i nomi di queste città per assicurarsi che fossero disponibili per lo sviluppo di contenuti per i cittadini e per i turisti. Spiega Neil Edwards, CEO di dotMobi: «Con migliaia di siti .mobi ormai attivi e con

oltre 600.000 domini registrati, i consumatori hanno capito che i siti costruiti con il dominio .mobi consentono la libertà di utilizzare Internet ovunque si trovino. DotMobi assicura ai consumatori l'accesso a basso costo alle informazioni online di cui hanno bisogno, dove e come vogliono. Le amministrazioni cittadine potranno utilizzare il proprio sito con il dominio .mobi per fornire importanti informazioni sulla città ai cittadini e ai turisti, aiutando così ad incrementare il flusso dei visitatori».



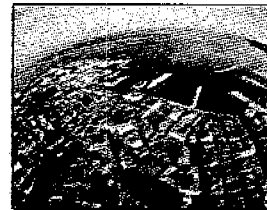
I NUMERI DEL FENOMENO

250

I milioni di 'download' effettuati fino a questo momento per le cartine del servizio Google Earth

50

Le migliaia di cartine esistenti sullo stesso sito, soprattutto di città grandi e piccole



1765

Anno di nascita della moderna cartografia con una pianta del subcontinente indiano

“
Librerie,
pizzerie,
cinema: nulla
sfugge
alle
telecamere
puntate
dall'alto
”

Settimanale Roma

Direttore: Ezio Mauro



Zoom/ Nella regione 200 comuni su 387 non hanno ancora l'accesso veloce alla rete e sono vittime del 'digital divide'

Il programma 'e-citizen' nel Lazio per portare la banda larga a tutti

AGNESE ANANASSO

Grande successo per "Lazio e-citizen", la prima applicazione italiana su base regionale del programma europeo per ridurre il digital divide. La Regione Lazio infatti, tramite l'assessorato all'Istruzione, formazione e diritto allo studio, il Ministero della Pubblica Istruzione, Filas (la finanziaria della Regione Lazio), Aica (Associazione italiana per il calcolo automatico) ed Enea, sei mesi fa ha lanciato l'iniziativa per avvicinare alla tecnologia le classi sociali più deboli, in particolare pensionati, immigrati e casalinghe. Sei mesi in cui sono stati organizzati 100 corsi gratuiti in 41 siti dislocati sul territorio, somministrati a 1869 studenti (le domande pervenute sono state oltre 3000), che hanno appreso le nozioni informatiche di base e le hanno applicate all'uso mirato di Internet.

Sono stati impiegati 64 insegnanti, 36 coordinatori di sede e 400 facilitatori, questi ultimi ragazzi di scuole e università che hanno affiancato gli insegnanti. La finalità? Consentire anche alle classi sociali più disagiate di usufruire dei servizi on line co-

L'obiettivo è consentire alle classi sociali svantaggiate di usufruire dei servizi online

me riscossione della pensione, pagamento delle bollette, ricerca di uffici e strutture pubbliche e private, accesso alla banca via internet. Spiega l'assessore all'Istruzione Silvia Costa: "I risultati sono stati ottimi e speriamo di replicare questa esperienza. L'assessorato ha investito 850 mila euro, i partner 180 mila euro. Si tratta di un grande processo culturale, che coinvolge giovani e anziani, utili anche a ridurre il conflitto generazionale, oltre al gap tecnologico presente nella nostra regione". Sono stati sostenuti 480 esami di certificazione e-citizen gratuiti (la certificazione dell'abilità nell'uso di internet), sostenuti da un utente tipo di età media di 50 anni (il più anziano ne aveva 86, il più giovane 17). Tante le donne, ben i due terzi dei partecipanti. Quella di

Roma è stata la provincia con il numero più alto di studenti e punti per la formazione. "Nel Lazio su 378 comuni ben 200 non hanno accesso alla banda larga" spiega Marco Noccioli, direttore generale della semplificazione amministrativa della Regione Lazio. "Oltre la metà dei comuni del Lazio è tagliata fuori dalla e-democracy. La tecnologia invece che unire divide, fatto che to-

glie competitività alle aziende del territorio, come nel reatino. Per porre rimedio a questa situazione abbiamo, come Regione, portato a 11 distretti industriali del Lazio la banda larga in breve tempo creando un'infrastruttura adeguata. Oggi le aziende di quei distretti possono far crescere il loro livello competitivo anche in ambito internazionale".

Filas, nel progetto "Lazio e-citizen", ha svolto un ruolo chiave perché ha progettato e proposto il programma all'Assessorato dell'Istruzione, mettendo a disposizione la propria competenza nel campo della formazione professionale, "finanziando il progetto e coordinando anche i partner commerciali, facendoli dialogare tra loro e con l'istituzione pubblica" come dice Laura Tassinari, direttore operativo Filas. Lazio e-citizen è stato anche l'occasione per proporre una certificazione ufficiale delle competenze di navigazione mirata nel web, un attestato che consente, a chi ha voluto sostenere il test finale, di "saltare" l'esame relativo all'uso di internet nell'ambito del conseguimento della patente europea del computer. "In questo caso un progetto pubblico è stato il tramite per mettere sul mercato una certificazione che non esisteva ancora" sottolinea Daniela Rovina, responsabile della comunicazione di Aica, l'ente che ha avuto il compito di distribuire in Italia il programma sviluppato a livello europeo dal Cepis (Council of european professional informatics societies).



Una fase della presentazione del progetto 'e-citizen' della Regione Lazio

