

UNITÀ 2

2. SITI WEB: CONTENUTI PRINCIPALI

Tutto ciò che esiste nella società ha (o tende ad avere) una propria presenza nella Rete. Non è più possibile stabilire cosa c'è sul Web, perché ormai sul Web si può trovare tutto. Più che conoscere cosa possiamo trovare, è dunque interessante conoscere le modalità della presenza sul Web.

Gli anni tra il 1995 e il 2000 hanno visto il passaggio del Web da luogo della comunicazione specializzata di tipo scientifico a luogo della comunicazione generale, diffusa e globale.

Oggi è stato eliminato qualsiasi carattere di necessità tra la vocazione tecnologica dell'attività e la presenza sulla Rete; ciò diventa particolarmente evidente pensando che:

ogni tipo di prodotto tende a manifestare la sua presenza in Rete; molti tipi di software, che prima erano concepiti esclusivamente per la produzione di materiale cartaceo o di uso locale, oggi permettono di creare materiale per il Web.

Quella di essere presenti in Rete sta ormai diventando un'esigenza commerciale assoluta per chi vuole emergere in un mercato mondiale sempre più esigente e selettivo; anche i prodotti di uso comune, domestico e quotidiano devono essere supportati da un loro sito.

Ecco qualche esempio di sito legato alla quotidianità:

www.dash.it

www.svelto.com

La presenza in Rete sta diventando tanto importante da fare sì che la semplice indicazione dell'indirizzo Web (il cosiddetto URL) funzioni come marchio di qualità.

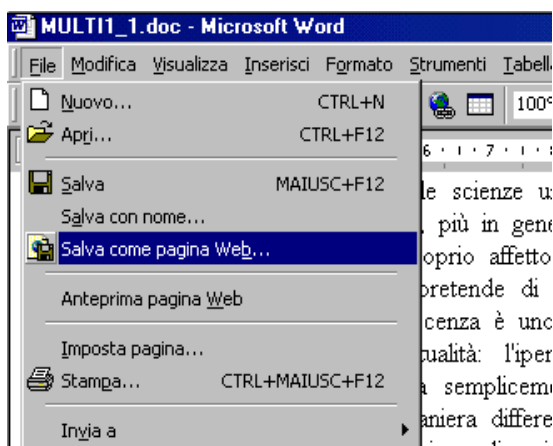
Talvolta l'URL è tra i pochi elementi testuali ad essere presente nelle pubblicità a stampa.

Fino al 1997, la creazione di pagine Web era effettuata quasi esclusivamente attraverso programmi o linguaggi appositamente studiati a questo scopo.

Vi era quindi una netta distinzione tra la pubblicazione sulla Rete e altre forme di pubblicazione.

A partire dalla versione '97, e in particolare con la versione 2000, il pacchetto software "Office", il più diffuso applicativo per la creazione di testi, per l'archiviazione e l'elaborazione di dati e per la preparazione di presentazioni, prevede la possibilità di pubblicare su carta e/o su Rete.

Quando si pensa ad un documento oggi non si pensa più semplicemente alla sua versione cartacea, ma anche, e con la massima naturalezza, alla sua pubblicazione Web: questo è segno di un profondo mutamento di mentalità.



Il menu "File" di Word (il più diffuso elaboratore di testi) ci dà, accanto alla possibilità di stampare un documento, anche quella di predisporlo per il Web.

Il Web sta dunque diventando un luogo "normale" dove collocare documenti.

Non è solo un'alternativa alla copia cartacea, ma una nuova concezione del documento come informazione da condividere sia in ambito aziendale (Intranet) sia in ambito sociale (Internet)

Parlando di Internet, possiamo individuare preliminarmente due grandi categorie di siti: i siti di contenuto e i siti di ricerca: analizziamoli in dettaglio:

I **siti di ricerca** sono quelli il cui obiettivo primario è quello di consentire il reperimento di altri siti e l'accesso ad essi. La categoria si divide ulteriormente in motori di ricerca e portali.

I **siti di contenuto** sono quelli che consentono di conoscere o di fare cose relative ai più svariati ambiti dell'agire umano. A questa categoria appartiene la maggior parte dei siti.

A loro volta i siti Web di contenuto possono essere suddivisi in due grandi aree: i luoghi del conoscere e i luoghi del fare

Nei **luoghi del conoscere** il fruitore utilizza la Rete per leggere, guardare, ascoltare, ecc. qui il flusso di dati è quasi totalmente orientato nella direzione Rete > Utente; l'utente è quindi soprattutto un ricevente.

Sono luoghi del conoscere quei siti dove le azioni effettuate in Rete dall'utente non hanno conseguenze nel mondo esterno alla Rete se non per l'utente stesso:

- le biblioteche virtuali
- gli OPAC
- i giornali on-line
- i siti informativi in genere
- i cataloghi e i siti illustrativi di un prodotto
- i siti illustrativi di enti e associazioni
- le raccolte di fotografie
- i musei virtuali
- i siti e le home-page personali
- i corsi on-line (con classi virtuali aperte e senza correzione degli esercizi)
- le web-cam
- le web-Radio e le web-TV

Nei **luoghi del fare** il fruitore utilizza la Rete per dialogare, effettuare transazioni, giocare, effettuare simulazioni, ecc. in questo caso il flusso di dati è bidirezionale; l'utente è anche un agente e la sua presenza è molto marcata.

Sono luoghi del fare quei siti dove le azioni effettuate in Rete dall'utente hanno immediatamente conseguenze nel mondo esterno alla Rete anche su soggetti diversi dall'utente stesso; in particolare sono luoghi del fare:

- le chat-line
- i MUD
- le comunità virtuali
- i siti di commercio elettronico (e-commerce)
- le gestioni a distanza

Vediamo ora più in dettaglio alcuni dei siti sopraelencati per scoprirne le caratteristiche:

Le Biblioteche Virtuali

L'intero Web è una sorta di grande biblioteca, un luogo dove si possono consultare testi di ogni tipo. Alcuni siti si propongono espressamente come biblioteche.

Nelle biblioteche on-line si trovano normalmente testi "fuori diritti" (di autori deceduti da oltre 70 anni) o testi il cui autore, pur mantenendo la proprietà letteraria, rinuncia allo sfruttamento commerciale.

Di solito i testi possono essere letti in linea o "scaricati" sul proprio disco fisso.

Esempi: www.liberliber.it

Gli OPAC

Gli OPAC (acronimo di *On-line Public Access Catalog*) sono cataloghi bibliotecari in Rete attraverso i quali è possibile sapere in quali biblioteche sia depositato e consultabile un certo libro.

Gli OPAC rappresentano un buon esempio di interazione tra nuovi media ed editoria tradizionale

Esempi

Uno degli OPAC italiani più completo ed efficace è quello del Servizio Bibliografico Nazionale (SBN)

I Giornali on-line

In base al rapporto con altre forme di editoria possiamo dividere i giornali on-line in due categorie: i “web-journal autonomi” e i “web journal integrati”.

In base ai contenuti possiamo individuare giornali d’informazione generale e giornali specialistici.

La tradizionale suddivisione tra quotidiani e periodici tende invece ad essere più sfumata e articolata.



I Siti Informativi in Genere

La gamma dei siti informativi è sterminata e ogni definizione è forzatamente tautologica: sono genericamente informativi quei siti il cui obiettivo è quello di offrire delle conoscenze.

A questa categoria appartengono quei siti, mantenuti da gruppi di studio, università, scuole, agenzie formative, associazioni e privati cittadini che si propongono di sviluppare e rendere pubbliche ricerche e riflessioni su un certo ambito della conoscenza o dell’agire umano.

Questa categoria di siti è tra quelle più vicine allo spirito originale della Rete e non è da confondere con quella dei siti illustrativi (per quanto i punti di contatto siano parecchi).

Prendiamo come esempio la storia delle esplorazioni spaziali realizzata da un gruppo di appassionati (www.nasa.org)

Siti Illustrativi di Enti e Associazioni

La presenza in Rete è diventata oggi una delle condizioni di esistenza sociale ed è per questo che gli enti e le associazioni di vario tipo cercano di mettere in Rete materiale di vario tipo:

- Testi illustrativi della propria attività
- Elenchi di aderenti o soci
- Calendari di attività

Ciò che distingue questo tipo di siti da quelli informativi è una più marcata attenzione all’associazione o all’ente, più che al sapere che esso produce.

Esempio: [Società Lichenologica Italiana](http://www.societa-lichenologica.it)

I Cataloghi on-line

Nei siti in forma di catalogo lo scopo è quello di illustrare le caratteristiche di uno o più prodotti con finalità generalmente commerciale (ma non di vendita diretta e interattiva, altrimenti divengono siti di vendita e quindi luoghi del fare).

I vantaggi dei cataloghi on-line sono i seguenti:

- Drastica diminuzione dei costi di pubblicazione e distribuzione
- Possibilità di aggiornamento continuo
- Possibilità di effettuare ricerche mirate del singolo prodotto (particolarmente utile per cataloghi molto ampi).
- Possibilità per l'utente di effettuare simulazioni e di utilizzare virtualmente il prodotto.
- Possibilità per le aziende di stabilire contatti diretti con i potenziali clienti e di crearsi mailing-list (nel rispetto delle leggi sulla privacy)

Esempi

www.ikea.it

Le Raccolte di Immagini

Esiste in Rete una gran quantità di album fotografici, artistici, e, più in generale, di raccolte di immagini, messi a disposizione da privati, associazioni o apposite agenzie.

Alcune di queste immagini possono essere scaricate gratuitamente sul proprio computer e utilizzate per lavori multimediali ed editoriali: unico vincolo quello di non creare con esse altre raccolte on-line o off-line.

Altre immagini, generalmente messe in linea da apposite agenzie, sono invece coperte da copyright e in taluni casi possono venire acquistate anche on-line

Per tutelare le immagini coperte da diritti vengono utilizzate varie forme di marcatura elettronica.

Le Pagine Personali

L'esiguità delle risorse richieste per la pubblicazione di materiale in Rete rende possibile a tutti la presentazione sul Web di pagine riguardanti se stessi, i propri interessi, le proprie idee, ecc.

Molti "fornitori di connettività" offrono gratuitamente spazio sui loro server per collocarvi pagine personali; talvolta, in cambio, chiedono di ospitare "banner" pubblicitari.

Questa possibilità esalta la valenza democratica e partecipativa di Internet, ma pone anche seri problemi di ordine morale e determina la nascita di una nuova disciplina: **l'infoetica**.

I Musei Virtuali

Gran parte dei musei virtuali non sono altro che percorsi ragionati all'interno di raccolte di immagini che possono raffigurare i pezzi esposti in un museo reale, (es. Il Louvre) oppure riprodurre pezzi provenienti da musei e luoghi differenti o addirittura fornire una dimensione che riproduce quella di un museo a materiale che non appartiene ad alcun museo.

In alcuni musei virtuali sono sperimentate forme di tridimensionalità e di percorrenza virtuale. (es. Museo Nazionale della Scienza e della Tecnica "Leonardo da Vinci" di Milano).

IL LOUVRE DI PARIGI



Salles des Arts graphiques



Salles des Antiquités grecques, étrusques et romaines

IL MUSEO NAZIONALE DELLA SCIENZA E DELLA TECNICA “LEONARDO DA VINCI” DI MILANO

- Radio
- Energia
- E ancora...

Museo reale

Cosa vedere, servizi,
informazioni pratiche,...

