

DAL CARTACEO ALLO SMARTPHONE E VICEVERSA

Bozza sperimentale per un periodico di area autogestito

Se lo smartphone ti aiuta a meditare
LaStampa18-2-2014
Elisa Barberis

Con l'app buddhify la tecnologia diventa uno strumento per acquisire una nuova consapevolezza mentale

Non riuscite a trovare un'oasi di pace in cui prendere una pausa dalla vostra vita virtuale? Non fatevi prendere dall'ansia, aspiranti eremiti del Terzo millennio: se non si può sfuggire da un'esistenza digitale, perché non provare ad accettarla serenamente e trasformarla in un'alleata? Sì, proprio la tecnologia – spesso accusata di averci instupidito e impoverito emozionalmente – ci può aiutare ad avvicinarci a una nuova consapevolezza attraverso la meditazione. E senza stravolgere il nostro tempo, così prezioso, così esiguo.

Basta uno smartphone

Che vi siate appena svegliati o già in ufficio, in palestra o in metrò, stiate pranzando o navigando online, prendevi un minuto e scaricatevi buddhify, l'app (disponibile per smartphone e tablet, al costo di 1,79 euro) che vi insegna a entrare in contatto con voi stessi. Girate la ruota e scegliete uno dei 14 temi su cui riflettere quando siete stressati o avete bisogno di "pulire" la mente. Una voce (per ora solo in lingua inglese) accompagna gli audio-esercizi, al termine dei quali potete indicare il vostro grado di concentrazione, inserito nelle statistiche che misurano feedback e progressi in base alle abitudini. "È molto semplice – spiega il creatore Rohan Gunatillake, intervenuto alla Social Media Week di Milano –: a seconda delle tue esigenze, è la stessa app che capisce quello che avresti bisogno di ascoltare e ti presenta delle scelte, pensate su misura sull'attività che stai facendo in quel momento".

L'idea è nata dall'esperienza personale di Gunatillake, ex consulente gestionale e – come si definisce lui stesso – "meditatore irrequieto" per passione: "Mi sono avvicinato agli insegnamenti buddhisti in un periodo della mia vita in cui ero molto stressato a causa del lavoro – racconta –. Ci ho messo un poco a capire come utilizzare ogni momento della mia giornata per sviluppare una nuova consapevolezza mentale, calma e compassione". Poi ha scelto di condividere le piccole conquiste di ogni giorno e i suggerimenti ricevuti: "buddhify si differenzia perché è costruita per adattarsi alla realtà della vita moderna. Sa bene che è difficile nella quotidianità trovare un luogo tranquillo in cui meditare o fare yoga – continua –: per questo non pretende, ma mostra come è possibile trovare dentro di sé un nuovo stato mentale positivo, ovunque tu sia, qualsiasi cosa tu stia facendo". Il tutto con una grafica accattivante, ma al tempo stesso rilassante dal punto visivo, disegnata per l'occasione dall'artista digitale Stef Posavec: "Non volevamo nulla che ricordasse neanche vagamente la cultura hippy, nei cui confronti molta gente parte prevenuta o scettica".

Eremiti 2.0

Con Wii Fit il personal trainer virtuale è entrato in casa nostra per aiutarci a monitorare e migliorare la salute fisica. Il futuro si concentrerà anche sul benessere mentale: team di neuroscienziati, psicologi ed esperti in meditazione saranno coinvolti nella progettazione di strumenti digitali, che siano in grado anche di valutare il nostro "grado di felicità" e consigliarci come ottimizzare la nostra esperienza. buddhify – già scaricata da decine di migliaia di persone che prima d'ora non si erano mai avvicinate alla meditazione o non avevano trovato nessun metodo adatto a loro – è il primo passo. "Se da una parte le forme tradizionali di contemplazione continueranno a essere efficaci e apprezzate, dall'altro l'innovazione sta aprendo nuovi mondi per acquisire consapevolezza – conclude Gunatillake –. Non deve più essere considerata qualcosa di speciale e inarrivabile, ma dovrebbe diventare parte del nostro vissuto quotidiano e integrarsi sempre di più con tutti i tipi di tecnologie, giochi, software e anche hardware. Perché chi non vorrebbe che diventassero fonti di benessere invece che di stress?"

Da: www.ilfattoquotidiano.it
14-febb-2014
(Editoria digitale)
M5s, ecco la prima legge scritta in rete. 'Soldi pubblici non a giornali, ma a startup'

Destinare gli 80 milioni di euro di fondi diretti riservati all'editoria per finanziare le startup di nuovi progetti editoriali nel campo media e risparmiare 3 miliardi di euro delle Pubbliche amministrazioni abolendo l'obbligo di pubblicazione dei bandi di gara". Questi due punti contenuti nella proposta di legge "Disposizioni volte alla abolizione del finanziamento pubblico all'editoria", a prima firma Giuseppe Brescia, depositata dal Movimento 5 stelle alla Camera.

Nel dettaglio, la proposta di legge si compone di due articoli. L'articolo 1 prevede l'abrogazione di tutte le disposizioni inerenti i finanziamenti all'editoria, a eccezione di quelle per i contributi di natura prevalentemente sociale. Con le risorse risparmiate attraverso l'abrogazione dei contributi all'editoria – pari a circa a ottanta milioni di euro all'anno – si prevede la realizzazione di progetti di startup in campo editoriale per under 35. Con l'articolo 2, si chiede l'eliminazione dell'obbligo di pubblicazione dei bandi di gara delle Pa sui quotidiani nazionali e locali – che comportano una spesa di circa tre miliardi di euro all'anno –, sostituendolo con altre modalità di pubblicazione meno onerose per le casse degli enti locali. La proposta 5 stelle prevede inoltre il mantenimento del fondo per la mobilità e la riqualificazione professionale dei giornalisti e quello per il finanziamento delle pubblicazioni delle minoranze linguistiche. Vengono invece aboliti i fondi per l'editoria italiana all'estero. Infine, il tema del conflitto di interessi nell'editoria viene rimandato al lavoro della commissione Giustizia. La proposta di legge, elaborata dai componenti della VII commissione, è stata sottoposta al contributo online degli attivisti M5s: i commenti pervenuti sono stati 4456, di cui 3269 suggerimenti, 639 integrazioni, 137 modifiche, 258 obiezioni e 57 vizi di forma.



L'italiano ama il mobile: tre dispositivi a testa e Wi-Fi in spiaggia
Ricerca Cisco conferma: sete di connessione su treni e luoghi pubblici. Tra Wi-Fi e LTE? Forse è pareggio

31/01/2014
La Stampa

Claudio Leonardi

Antica e solida è la passione italiana per quella che oggi si chiama comunicazione mobile e due decenni fa era semplicemente un apparecchio cellulare. Nel 2011 i dati Eurispes calcolavano che oltre l'80% della popolazione italiana possedesse un telefonino, e quasi un terzo ne possedesse più esemplari. Oggi questa passione non si è intiepidita e gli italiani sembrano chiedere a gran voce sempre più spazi di connessione alla Rete, sui treni, nei parchi e perfino nell'amata spiaggia. Sono i risultati della ricerca Connected Life Market Watch su mobile e wi-fi, condotta su 620 utenti di linea Adsl e proprietari di smartphone, dalla Cisco Consulting Services, azienda storicamente in prima linea nelle infrastrutture di rete aziendali.

Tra gli italiani e la comunicazione "viaggiante" è ancora luna di miele: oggi possediamo in media almeno tre dispositivi mobili. Oltre l'80% degli interv-

istati ha dichiarato di avere un computer portatile, il 73,5% di usare lo smartphone e il 35,6% di possedere un tablet, ma sono in tanti a spostarsi da un dispositivo all'altro in base a circostanze ed esigenze. Nessun figlio tecnologico prediletto dunque, ma tante richieste per migliorare le opportunità di comunicazione.

Attualmente, nel nostro Paese, la copertura del Wi-fi non permette di rinunciare a connessioni 3G garantite dagli operatori di telefonia mobile, se si vuole restare perennemente collegati alla Rete. Oltre il 90% degli intervistati, però, ricerca intenzionalmente una connessione Wi-Fi ed è disponibile a fare un po' di coda per accedere a questo tipo di servizio.

Gli sforzi, evidentemente, sono ancora un po' deludenti, se è vero che la metà degli intervistati da Cisco dichiara di usare lo smartphone collegandosi via Wi-Fi esclusivamente da casa, percentuale che sale al 74% per quanto riguarda i tablet. Per molti, un vero e proprio limite: circa il 30% degli italiani gradirebbe connessioni Wi-fi pubbliche sui treni e nei parchi, e il 25% anche in spiaggia.

La loro diffusione, però, deve accompagnarsi a miglioramenti: devono essere soprattutto più veloci e più sicure (lo chiede il 50%).

Una cosa è certa, il Wi-fi è già accessibile alla maggioranza degli utenti. L'80% dei dispositivi include questa capacità di connessione, percentuale che sale 90 per quanto riguarda gli smartphone degli intervistati.

Insomma, fra alti e bassi, servizi più o meno efficienti, gli utenti riconoscerebbero al Wi-fi, potenzialmente, segnali più stabili e, mediamente, una banda più larga, per non parlare della convenienza economica. Ma le cose potrebbero cambiare con l'affermazione della tecnologia oggi sinteticamente definita 4G/LTE, la nuova generazione di reti mobili proposte dagli operatori telefonici, già disponibile in alcune città.

Come spesso accade nel confronto tra tecnologie, la gara si svolge sul fronte dell'efficienza, ma anche su quello della capacità di diffusione, della convenienza economica, della battaglia del marketing. Ma davvero lo scontro sarà all'ultimo sangue? Non ci sarà spazio per entrambi, magari in felice collaborazione? "La nostra ricerca - ha spiegato Gaetano Pellegrino, senior manager Cisco Consulting Services - mostra che il rapporto tra LTE e Wi-Fi è molto più complesso di questa visione dicotomica. Le due tecnologie in realtà sembrano essere complementari e sinergiche".

Più della metà degli utenti prevede che nei prossimi tre anni utilizzerà in modo crescente sia la rete Wi-Fi, sia quella cellulare, anche se un restante 25% ritiene che non ci sarà alcun cambiamento. Una minoranza (8%), a cui lo status di minoranza non impedisce d'essere potenzialmente profetica e più lungimirante, si aspetta un incremento dell'uso cellulare.

La nuova edizione del Mobility Report Ericsson ha recentemente valutato che le SIM sono destinate a raggiungere quota 9,3 miliardi entro il 2019, di cui più del 60% - vale a dire 5,6 miliardi - saranno sottoscrizioni a smartphone. Le reti WCDMA/HSPA copriranno il 90% della popolazione mondiale entro il 2019, favorendo l'esperienza degli utenti che utilizzano uno smartphone, ma, nello stesso periodo, circa i due terzi (65%) della popolazione mondiale saranno coperti da reti 4G/LTE.

Gli smartphone venduti, d'altra parte, hanno toccato quota un miliardo proprio nel 2013, rappresentando così il 25-30% di tutte le sottoscrizioni alla telefonia mobile e oltre la metà (55%) dei telefoni cellulari venduti nel terzo trimestre dell'anno appena passato. Queste cifre iperboliche devono essere poi inserite nell'imprescindibile scenario dell'Internet of things, vale a dire il progressivo accesso alla Rete da parte di prodotti quali elettrodomestici, oggetti d'uso comune, componenti particolarmente importanti di macchine industriali, sensori distribuiti nelle città per controllare il traffico o vigilare sulle città.

Dove viaggeranno tutti questi segnali? Forse, davvero, la risposta non sarà ineluttabilmente unica. Le tecnologie LTE potrebbero non scalzare definitivamente il Wi-fi, ma dovranno sicuramente fare i conti con due fenomeni emergenti: il sempre più massiccio consumo di video online e la passione per la gente verso servizi di localizzazione e personalizza-

zione che consentano, per esempio, acquisti nei negozi a prezzi scontati e con offerte su misura, spostamenti, parcheggi, viaggi, pagamenti che permettano di saltare code e risparmiare tempo.

In tutti questi casi, come ovvio, per le persone la piattaforma tecnologica passa in secondo piano: "La sicurezza dei dati e dei dispositivi è fondamentale", commenta Pellegrino, che all'Internet delle cose ha dedicato una parte della ricerca Cisco, "gli utenti mobili sono disposti a concedere informazioni circa alcuni dati personali in cambio di una migliore esperienza d'uso, ma desiderano mantenerne il controllo, desiderano sapere chi usa i dati e come questi dati saranno usati. Inoltre, i nostri intervistati sarebbero disposti a riconoscere valore a questi servizi, alla disponibilità di banda larga mobile (27%), a una maggiore sicurezza (43%) e affidabilità del servizio (28%)".

La convivenza tra Wi-fi e LTE sondata da Cisco sembra dunque possibile, ma quella tra privacy e un mondo di cose connesse che ci danno e chiedono informazione, sia pure per aiutarci? La risposta, in questo caso, è più difficile, e in gran parte dipenderà da noi.

e-book "vittime" della scarsa cultura IT Federica Meta in EDITORIA 30 dic 2012

Per il 35% degli editori italiani la mancanza di competenze informatiche ostacola la diffusione dei libri digitali. Ma pesa anche il prezzo degli e-reader



considerato troppo alto

Gli e-book italiani frenati dalla scarsa cultura digitale. La fotografia è scattata dall'Istat nel report "La produzione e la lettura di libri in Italia", secondo cui oltre il 35% degli editori considera la mancanza di alfabetizzazione informatica il maggior ostacolo alla diffusione dei libri digitali, seguita dall'immaterialità del libro digitale, che penalizza l'e-book rispetto al libro di carta (32,2%). Per molti editori intervistati (23,6%) pesa anche il costo dei dispositivi di lettura e, in misura minore (17,4%), la mancanza di un formato standard.

Guardando al futuro, più della metà degli editori che hanno risposto al quesito (51,5%) ritiene che nei prossimi tre anni l'impatto della diffusione dell'e-book sul mercato editoriale sarà molto o abbastanza positivo. Gli scettici si concentrano fra i medi editori, che, per quasi il 20%, esprimono previsioni molto o abbastanza negative. Al contrario, pronosticano un ruolo futuro importante per il libro elettronico soprattutto i grandi editori (58,3%), per i quali l'impatto atteso è considerato molto o abbastanza positivo.

Oltre agli ostacoli il report evidenzia anche i vantaggi. Secondo il 60,6% degli editori il fattore competitivo degli e-book che rappresenta la caratteristica maggiormente apprezzata dal pubblico è il prezzo di vendita, generalmente più conveniente rispetto a quello delle corrispondenti edizioni cartacee. In secondo luogo, è la facilità di trasporto e di archiviazione dei contenuti (indicata dal 38,7% editori), il requisito degli e-book più frequentemente riconosciuto dal pubblico dei lettori.

Gli altri aspetti, segnalati da una quota decisamente inferiore di intervistati, sono le modalità di fruizione interattiva dei contenuti, attraverso la possibilità di effettuare ricerche sul testo, disporre di segnalibri, note, applicazioni per la formattazione, ecc. (19,4% degli intervistati), seguite dalla facilità di reperimento e di acquisizione dei titoli (14,3%) e la multimedialità dei contenuti (12,8% delle risposte).

Complessivamente nel 2012, circa il 21% delle opere pubblicate a stampa in Italia, cioè oltre 12.000 titoli, è stato reso accessibile al pubblico anche sotto forma di e-book. La percentuale di libri elettronici sale al 21,8% dei titoli in ristampa, e tocca il 65,2% con riferimento ai testi scolastici. L'86,4% dei prodotti pubblicati in digitale è stata realizzata da grandi editori, i quali hanno reso disponibile anche in tale formato quasi un quarto (il 24,5%) della loro produzione a stampa. I titoli per i quali si rende disponibile l'edizione elettronica sono soprattutto quelli di «varia adulti» (66,1%), seguiti dai libri di testo per le scuole primarie (per i quali gli e-book arrivano al 52,2% dei volumi a stampa), quelli di matematica (50,6%), filologia e linguistica (44,4%) e i libri di geografia, di viaggio e gli atlanti (42,6%).

Un quinto degli e-book proposti nel 2012 presenta contenuti o funzionalità aggiuntive rispetto alla versione a stampa della stessa opera, come ad esempio collegamenti ipertestuali e applicazioni audio-visive o multimediali; per il resto - a parte una quota pari al 4,4% di titoli di cui non vengono specificate le caratteristiche - si tratta di semplici trasposizioni su supporto elettronico dello stesso testo proposto a stampa. Nell'80,6% dei casi, le pubblicazioni digitali sono protette da diritti. Tuttavia, la quota di titoli protetti scende al 59,4% nel caso delle pubblicazioni dei medi editori e al 35,9% per la produzione dei piccoli editori.

Dai dati raccolti risulta, inoltre, che solo il 5% degli editori rispondenti ha pubblicato titoli esclusivamente in formato e-book, indicando che la produzione a stampa rappresenta ancora l'attività editoriale primaria. Attualmente sono i grandi editori a controllare, con il 70% delle pubblicazioni proposte, il mercato degli e-book, soprattutto nel genere scolastico (45,3%) e nella saggistica (38,0%). I piccoli e medi editori si orientano invece maggiormente verso la narrativa e altri generi della categoria «varia adulti».

Inoltre lo scorso anno sono stati 5 milioni 224 mila le persone di 6 anni e più che hanno dichiarato di avere letto o scaricato libri online o e-book (pari al 17,3% delle persone che hanno utilizzato Internet negli ultimi tre mesi ed al 9,1% della popolazione di 6 anni e più). La percentuale di persone che negli ultimi 3 mesi hanno letto o scaricato libri online o e-book cresce in proporzione al numero di libri presenti in casa, toccando il picco del 26% tra le persone che dispongono già di una biblioteca domestica con più di 200 volumi.

È però interessante osservare che anche il 5,2% delle persone che hanno dichiarato di non avere a casa nessun libro e che hanno utilizzato Internet negli ultimi tre mesi ha letto o scaricato libri online o e-book. La diffusione dei libri online e degli e-book potrebbe, dunque, rappresentare una opportunità di accesso e esercitare funzione di traino, promuovendo la lettura anche nelle famiglie che finora hanno una minore confidenza con le librerie e i libri cartacei. Analogamente, prendendo sempre in esame la popolazione delle persone di sei anni e più che hanno utilizzato Internet negli ultimi tre mesi (il 52,8% della popolazione totale), si evidenzia che hanno scaricato o letto libri online o e-book il 9,4% dei «non lettori» e il 23% dei lettori che navigano sul Web; tra questi ultimi, le percentuali di fruizione online crescono al crescere del numero di libri letti nel corso degli ultimi 12

mesi, passando dal 18,4% di chi ha letto da 1 a 3 libri al 30,2% di coloro che hanno letto 12 o più libri.

La lettura e il download di libri online ed e-book sono attività diffuse soprattutto tra i giovani e, in particolare quelli tra i 20 ed i 24 anni (sono il 24,9% dei coetanei che navigano sui Internet). La quota di coloro che praticano la lettura di libri in formato digitale scende sotto il 20% dai 35 anni in poi. Contrariamente a quanto rilevato per i libri tradizionali, a leggere e scaricare libri online sono in proporzione più i maschi che le femmine (18,2% dei maschi che frequentano il Web contro il 16,3% delle femmine).

I dati sul commercio online dei prodotti editoriali mostrano che, tra le persone di 16-74 anni che negli ultimi 12 mesi hanno utilizzato Internet per effettuare acquisti di beni e servizi, la quota di quelli che, in particolare, hanno utilizzato Internet per comprare libri ed e-book è pari a 35,9% tra i lettori (un valore pari a 2 milioni 178 mila persone in valore assoluto) e che i valori salgono all'aumentare del numero dei libri letti, fino a un picco pari al 53,1% in corrispondenza dei lettori forti. Complessivamente, dei quasi 2 milioni e mezzo di acquirenti di libri online, oltre la metà (54,4%) sono maschi.

Circa un terzo degli acquirenti online di libri e e-book sono giovani con un'età compresa tra i 20 ed i 34 anni (746 mila persone, pari al 32,2% degli acquirenti online), mentre quelli con età compresa tra i 35 e i 44 anni sono oltre 720 mila persone (pari al 29,3% del totale di acquirenti online). Nonostante il primato della diffusione dell'e-commerce di libri riguarda tre regioni del Nord (Valle d'Aosta, Lombardia e Friuli-Venezia Giulia), almeno in questo caso non si può parlare di una netta differenza tra Nord e Sud d'Italia, come invece evidenziato per altri aspetti legati all'editoria e alla lettura. In questo senso, Internet e i servizi telematici potrebbero forse rappresentare un'opportunità in grado di favorire l'accesso alle risorse culturali anche in contesti territoriali svantaggiati sul piano della domanda e dell'offerta. Un elemento che nel nostro Paese si conferma invece ancora una volta un fattore strutturale ricorrente e che condiziona in modo significativo tutti i comportamenti legati alla lettura, compresi i fenomeni legati all'e-commerce, è il livello di istruzione della popolazione. Ad acquistare libri ed e-book online sono, infatti, in larga maggioranza le persone laureate, le quali rappresentano circa l'82% degli acquirenti telematici.

INIZIATIVA
di
www.stampe-racconti.it

Il PDF é riproducibile
in fronte-retro
operando in B&W
(opzione economy)
su stampante A4

Riportato su PC
emergono collegamenti
interattivi e multimediali
collegati ai titoli
in grassetto