

LO SPOT DI GEORGE

IN QUESTO NUMERO

- AL VIA A ROMA ARCIPELAGO, FESTIVAL DEL CORTOMETRAGGIO
- CONGRESSO MONDIALE DEI GIORNALI: BOOM DI PRESENZE
- DUE MILIARDI DI DOLLARI PER IL BUY-BACK DI HP
- FONDO DI 60 MLN PER INNOVAZIONE TECNOLOGICA PMI
- TELECINCO SBARCA IN BORSA A GIUGNO
- VOCABOLARIO SUL CELLULARE PER GLI STUDENTI
- ACCORDO TRA MCI E QWEST, E AT&T NON CI STA
- ORANGE TROVA LA STRADA CON IL GPS
- DUE GIORNALISTI UCCISI IN IRAQ
- APPROVATA LA RELAZIONE SUL DIGITALE TERRESTRE
- BLAIR DA' SPAZIO ALLE DONNE IN TV
- INVESTIMENTI ONLINE: +21,1% PRIMO TRIMESTRE
- CINA: GIRO DI VITE CONTRO I CYBER CAFE'
- LA STORIA DI FIRENZE E' VIRTUALE
- TV7 PENSA AL RADDOPPIO

SERVIZIO

IL MERCATO ICT
FATICA A DECOLLARE

Tra Bush e Berlusconi un incontro a beneficio dei media per dare una mano al fedele alleato in difficoltà politiche

La visita del presidente degli Stati Uniti è un evento mediatico in piena regola. Mai un capo di stato aveva ricevuto tanta attenzione per un viaggio in Italia. L'operazione è stata preparata a tavolino, pianificata nell'incontro tra Berlusconi e Bush negli Stati Uniti del mese scorso per dare una mano al fedele amico italiano che si gioca molto con le imminenti elezioni. Berlusconi ha chiesto aiuto per dare l'impressione che l'Italia sia al centro del mondo almeno per qualche ora, a pochi giorni delle elezioni amministrative ed europee. Né Rai né Mediaset hanno annunciato iniziative particolarmente imponenti per l'informazione sulla visita di Bush. Sono invece La7 e Sky TG24 ad avere previsto spazi informativi speciali per raccontare questa visita. Ma non c'è dubbio che tutti i TG ora sono costretti a dare un'importanza enorme a quanto accadrà nelle prossime ore dopo gli allarmi dati dal Governo e le polemiche che ne sono sorte. Si tratta di una tattica di comunicazione codificata, indiretta, in cui un tema di rilevanza contenuta viene esaltato dall'annuncio di una potenziale notizia laterale rispetto a quella principale che potrebbe non accadere mai. In questo modo anche la mancanza della notizia, cioè l'auspicata assenza di incidenti, diventa una notizia, e l'evento rimane al centro dell'informazione. L'incoscienza di questo comportamento è evidente. Ogni piccolo fatto ora diventerà gigantesco, e il rischio di creare il caos anche con piccoli incidenti isolati è enorme, avendo appunto una smisurata amplificazione di ogni notizia da parte dei media.

VOLI KO PER BLACK OUT INFORMATICO

Un guasto al sistema centrale di controllo di volo ha paralizzato per 43 minuti gli aeroporti della Gran Bretagna. Il motivo: un problema di programmazione

Traffico aereo in tilt per quasi un'ora, con i voli bloccati a terra o costretti ad atterrare in modalità manuale. È quanto successo ieri mattina in Gran Bretagna a causa di un guasto al sistema informatico di controllo di volo. Il black out è iniziato alle 6 ora locale (le 7 in Italia) ed è durato solo 43 minuti, sufficienti a paralizzare lo spazio aereo di uno dei paesi con più traffico di tutta Europa. Alle inevitabili proteste dei viaggiatori si sono aggiunte anche le polemiche istituzionali. Se-

condo Alistair Darling, ministro dei trasporti inglese, la colpa del blocco è da imputare alla scarsità degli investimenti nel sistema nazionale dei trasporti da parte dei governi precedenti. Ma gli esperti e i conservatori all'opposizione dicono che il problema è legato al National Air Traffic Services (Nats), la società di proprietà del governo e delle compagnie che gestisce il traffico aereo in tutto il paese, sottolineando che si tratta di una questione di programmazione del sistema informatico.



LA STORIA DI FIRENZE E' VIRTUALE

Il sito www.storiadifirenze.org, creato da un gruppo di studiosi dell'Università, offre tutte le informazioni, le ricerche e le curiosità su quanto è accaduto nei secoli a Firenze. Il sito, edito dalla casa editrice digitale dell'ateneo, la Firenze University Press, contiene un'agenda aggiornata sugli eventi (mostre, incontri, conferenze) e sulle novità editoriali dedicate alla storia della città, la cronologia degli eventi fiorentini, una biblioteca digitale (a oggi composta da 121 testi in quattro lingue di 80 autori, consultabili tutti o in parte online), dossier e materiali tematici, l'elenco degli storici che si sono occupati della storia di Firenze e una vera e propria rivista scientifica, gli "Annali della Storia di Firenze".

PIRELLI INTERNAZIONALE AWARD: VINCE UN PROGETTO SUL CERVELLO

Quest'anno il Top Pirelli Prize è andato a una presentazione multimediale sul cervello dell'uomo, intitolata "The secret life of de brain" e realizzata dalle case di produzione statunitensi David Grubin Productions e Thirteen/Wnet in collaborazione con Docstar. Il Pirelli Internazionale Award 2003, concorso nazionale multimediale giunto all'ottava edizione, ha valutato oltre 1700 candidature e ha assegnato i premi suddivisi in tre categorie: didattica multimediale, ambiente e Ict, a cui si è aggiunto il nuovo Generazione Alice riservato a lavori italiani. Per la didattica multimediale ha vinto il progetto Hyperstaffs (una serie di lezioni interattive di chimica, biologia e fisica). Nella categoria ambiente pari merito tra la Nasa, con un progetto sull'interazione tra sole e terra, e un consorzio pubblico-privato australiano per il lavoro Home Water Investigator. Il premio Ict è andato all'azienda romana Ats per l'E-government. La categoria principale del premio Generazione Alice è stata vinta dall'Istituto nazionale per la fisica della materia e da un gruppo interuniversitario milanese per la mostra interattiva "Matemilano".

IL CLAN CELENTANO PENSA AI DISABILI

La casa discografica di Adriano Celentano ha annunciato che dal prossimo autunno la nuova versione del sito www.clancelentano.it sarà resa accessibile anche alle persone disabili. L'iniziativa, priva di qualsiasi scopo di lucro o pubblicitario, ha il solo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica sui temi sociali, spesso trascurati dai siti istituzionali, che sono per lo più inaccessibili ai disabili.

IL SITO DELLA SETTIMANA a cura di Katharina von Bruchhausen

Trovare il regalo giusto non è sempre facile. Ci vuole tempo e pazienza – risorse diventate rare per chi lavora tutti i giorni. Internet offre un aiuto valido e veloce per acquistare regali per tutte le occasioni: cliccando su www.idee-regalo.dmail.it si possono infatti scoprire numerose idee regalo. Il website, ideato da Dmail Group Spa, società attiva in Italia nella vendita 'multichannel', è diviso in varie sezioni: 'Casa funzionale', 'Tempo libero', 'Soluzioni tecnologiche' e 'Cura della persona'. L'homepage si presenta con una grafica essenziale e di facile lettura e la navigazione del sito diventa quindi veloce e piacevole. Per chi vuole spendere poco è disponibile una sezione dedicata alle superofferte. Qui si possono trovare prodotti come una bilancia a forma di cuore (12,90 euro), un set a forma di cane per servire il liquore (9,50 euro), antiscivolo in gomma per le scarpe e tante altre idee divertenti. Vale comunque la pena dare un'occhiata anche alle altre proposte regalo: troverete tantissimi prodotti originali acquistabili online.

LA PAGELLA

Idea	***
Utilità	****
Grafica	**
Funzionalità	***
Velocità	****
Completezza	****

BROADCAST & VIDEO

Registrazione Tribunale di Milano n. 642 del 17/11/03

Redazione di Milano:
via A. Volta, 7 - 20121
Tel. 02 62693.1
Fax 02 62693.222
Posta: redazionebv@diesis.it

Redazione di Roma:
Tel. 06 3720.212
Fax 06 3720.236
Posta: bv.roma@diesis.it

Per abbonarsi
bv.diesis.it/abbonamenti.htm

Numeri arretrati:
<http://bv.diesis.it>

Direttore responsabile
Giorgio Tedeschi
(tedeschi@diesis.it)

Capo servizio
Simona Montella
(montella@diesis.it)

Business & Mercato
Paola Giudiceandrea
(paola@diesis.it)

Video & TV
Giorgio Bellocchi
(bellocchi@diesis.it)

Internet & Informatica
Silvia Capotorto
(silvia@diesis.it)

Telecomunicazioni & Media
Roberta Bertazzi
(bertazzi@diesis.it)

Grafica
Veronica Galimberti
(viky@diesis.it)

Hanno collaborato

Cristina Chiodini
(chiodini@diesis.it)

Raffaella Moroni
(raffaella@diesis.it)

Luca Pareto
(luca@diesis.it)

Nicola Sodano
(nicola@diesis.it)

Katharina von Bruchhausen

Pubblicità
inserzioni@diesis.it

I lettori dello scorso numero sono stati 91.400

Riproduzione riservata ©
Editore: Diesis s.r.l.