

Prisma nell'internet con la potenza di Adobe Acrobat

Da tempo la rivista Prisma può essere sfogliata anche nell'internet. All'indirizzo www.expofairs.com/prisma sono riportati i numeri usciti dal giugno 1998 in avanti. Inizialmente venivano riprodotti gli articoli più significativi in apposite pagine html. Se da un lato questa soluzione ci ha permesso la messa online della rivista (tra i primi editori in Italia), ci obbligava a reimpaginare gli articoli appositamente per l'internet, escludendo magari delle foto e alterando il layout originale. In seguito grazie ad Adobe Acrobat le cose sono cambiate sostanzialmente, Acrobat consente infatti di mettere online un qualsiasi documento realizzato con qualsivoglia software, rispettandone la struttura, le immagini e i caratteri.

Ecco allora la decisione di riprodurre la rivista tale e quale, integralmente, comprese le pagine della pubblicità. Tante pagine a colori, con tante fotografie, potrebbero far pensare a un risultato di difficile gestione, a un documento pesante che richiede troppo tempo per essere scaricato.

Il risultato sorprendente è che il N° 2/99 di Prisma, il primo trattato con Adobe Acrobat, è tutto contenuto in 2,18 mega, per scaricarlo integralmente con una connessione veloce si impiega meno di 10 minuti. Un tempo comunque troppo lungo per un navigatore che non abbia una ragione specifica per compiere una simile operazione, e sia mosso solo da una iniziale curiosità.

Ecco allora che è stato predisposto un altro modo di vedere la rivista, sfogliandola a partire da una selezione di articoli che dà accesso a tutte le altre pagine. In questo modo non è necessario scaricare preventivamente tutto il documento, scegliamo l'articolo che ci interessa, andiamo alla pagina in questione e poi, grazie ad un menù che troviamo sulla sinistra, possiamo muoverci alla pagina successiva o a quella precedente o scegliere la pagina desiderata. Chi fosse interessato a conoscere la rivista prima, ad esempio, di decidere di abbonarsi, può quindi vederla a video integralmente e, se crede, anche stamparsela con la stampante a colori. In qualche caso può succedere che l'interessato sia così soddisfatto del risultato da decidere di non abbonarsi, in quanto il prodotto nell'internet è sufficiente a soddisfare le sue esigenze.

A questo punto è opportuno avvertire che la rivista Prisma nell'internet è arricchita di

utili hyperlink con gli indirizzi di posta elettronica e coi siti web riportati negli articoli. In un attimo il navigatore può inviare un messaggio email alla ditta di cui si parla nell'articolo, per chiedere ulteriori informazioni, o può collegarsi al suo sito per cercare quanto di suo interesse.

Non è finita qui: è stato predisposto un database per la consultazione degli articoli, il navigatore può interrogare ed inserire dei criteri di ricerca per trovare l'articolo che gli interessa. Può fare ricerche sul titolo, sottotitolo, nel testo dell'articolo o anche per edizione e autore. Una volta avviata la ricerca viene restituita una pagina coi risultati degli articoli che soddisfano i criteri inseriti; a questo punto scegliamo quello che ci interessa per visualizzarlo online. Vi chiederete: e l'editore che cosa ci guadagna da tutto

ciò? Anzi, forse non ve lo chiederete, perché la risposta la immaginate già. L'editore guadagna una maggiore audience, ed è l'audience che fa girare il mondo: vuol dire più inserzionisti, più pubblicità e meglio

pagata. Già la rivista cartacea è inviata gratuitamente a rotazione a indirizzi selezionati di particolare interesse per gli inserzionisti, il prodotto informatico non fa che estendere e potenziare tale situazione. Dall'inizio di quest'anno il sito www.expofairs.com ha avuto più di 20.000 visite, e ciò che si vede non è che

la punta dell'iceberg di quanto è in preparazione e verrà progressivamente implementato. Le migliaia di visite al giorno non

sono un traguardo molto lontano.

L.P.



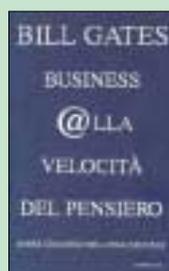
Bill Gates
Business alla velocità del pensiero
Avere successo nell'era digitale

Mondadori, Milano 1999
pp. XII-432, L. 34.000

Un'organizzazione funziona se distribuisce in tempo utile i dati a tutti coloro che ne hanno bisogno.

Ogni azienda è una sorta di sistema nervoso digitale che fa convergere un enorme flusso di informazioni e deve ridistribuirlo in modo efficace e intelligente per crescere e raggiungere sempre nuovi obiettivi.

Dopo il successo di *La strada che porta al domani*, Bill Gates rivela la sua visione del futuro, nel quale bisognerà "aspettarsi l'inaspettabile", e spiega come prepararsi ai grandi cambiamenti in arrivo. In un mondo dominato dalla velocità, ogni azienda dovrà approntare al suo interno un sistema nervoso digitale in grado di fornire un flusso ben integrato di informazioni nel luogo giusto e al momento



opportuno, che permetta di cogliere le sfide della concorrenza e di rispondere a bisogni sempre nuovi.

È verosimile che nel giro di 10 anni la diffusione dell'internet nel mondo occidentale tocchi un elevatissimo numero di utenti, che userà regolarmente il pc al lavoro e a casa e considererà la posta elettronica una consuetudine. Tutti saranno facilitati nella vita di ogni giorno, godranno di una scelta più ampia, di prezzi inferiori e di una maggior attenzione nei loro confronti da parte delle aziende. Ma non è tutto: la burocrazia verrà ridotta passando dai sistemi cartacei a quelli digitali e i servizi sociali, privatizzati, saranno disponibili a costi inferiori rispetto a quelli di oggi. Questo scenario richiede che ci si sappia aggiornare in continuazione, perché, sottolinea Gates, solo le aziende che passeranno al digitale potranno "dominare l'onda d'urto del cambiamento e restare nel mercato".