

EDITORIALE

La condanna di Google e il rispetto della privacy

di Francesco Chiappetta

Due mesi per cancellare un video in cui un disabile viene maltrattato e vessato dai compagni di scuola sono troppi. E Google è colpevole della lesione della privacy che il giovane ha subito per così lungo tempo, mentre oltre 5.500 persone lo guardavano, dopo averlo scoperto al 29° posto tra i “video divertenti” (!) pubblicati sul sito.

E' inutile ora strepitare sulla “libertà del web”, sul “rischio di censura” e su tutte le altre sciocchezze che, per puro esercizio ideologico e questione di principio, si stanno scrivendo su giornali e blog.

Chi ha sbagliato deve pagare, sia per strada che sul web: un principio chiaro e semplice che deve far capire che «il diritto d'impresa non può prevalere sulla dignità della persona. Con questa sentenza si è detta una parola chiara sul tema», come ha commentato il pm Robledo dopo la sentenza. Né violare principi fondamentali, come il diritto alla privacy che il nostro Paese difende con una ottima legge ed una efficiente Authority presieduta dal prof. Francesco Pizzetti.



Il video, inserito l'8 settembre 2006, ha subito destato scalpore, ed è stato chiesto a Google di cancellarlo. Ma lo scandalo accresceva la curiosità nei confronti di un modello di business promettente: perché privarsi di tanta pubblicità gratis? Bastava aspettare, e poi si sarebbe potuto – con calma – cancellarlo, quando non fosse stato più utile per portare visitatori al sito. E, infatti, Google lo ha cancellato solo due mesi dopo (il 7 novembre), quando non serviva più a fini pubblicitari.

La condanna penale a sei mesi di carcere per i dirigenti Google, anche se non applicata, rappresenta un precedente che, “unico al mondo”, dimostra che nel nostro Paese la Privacy va rispettata da tutti, anche se si è uno dei leader di mercato del web.

E' chiaro che la condanna non è per l'essersi verificato l'inserimento: nessuno chiede a Google un controllo sui materiali inviati dagli utenti, ma qualora si segnali un illecito, è doveroso che l'azienda proceda immediatamente alla cancellazione richiesta: come ha fatto, senza scomodare l'ambasciatore americano a Roma, il social network Facebook, oscurando nell'arco di poche ore dalla richiesta l'odioso gruppo «giochiamo al tiro al bersaglio con i bambini down», nato alcuni giorni fa.

INDICE

TURISMO L'Albergo Diffuso, un'idea per il turismo sostenibile nei borghi italiani	COMUNICAZIONE Comunicare la scienza: “Astri e Particelle”, la mostra dell'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare	WEB 2.0 “Venite a rubare a casa mia, io sono fuori” INTERNET I dati Audiweb di gennaio 2010	ISTITUZIONI Corso di formazione della Provincia di Roma “Condividiamo l'Europa”
---	---	--	--

TURISMO

Albergo diffuso: un'idea tutta italiana per il turismo sostenibile

di *Monica Polito*

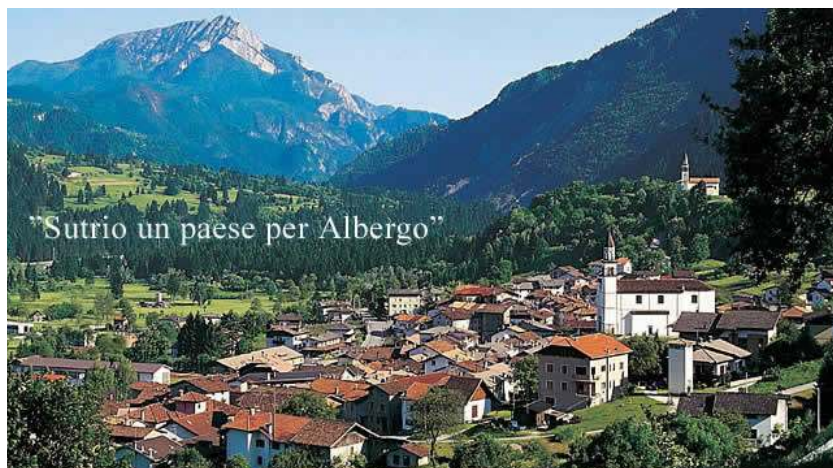
Visitare un luogo vivendo nelle abitazioni locali, invece che in un anonimo e standardizzato albergo o anche in un hotel di lusso ma estraneo al territorio: è una esperienza di grande interesse per i turisti, molto richiesta a livello internazionale da anglosassoni ed europei del nord (tedeschi, francesi, ecc), che da anni hanno mostrato di apprezzare molto i bed & breakfast che offrono una location "tradizionale".

La "domanda" di una forma di ospitalità più rappresentativa del luogo e della cultura locale è oggetto di interesse per coloro che studiano modalità di sviluppo sostenibile e responsabile del territorio, ovvero che non implicino la costruzione di nuovi edifici da adibire ad alberghi. Nasce così il concetto di albergo diffuso: un insieme di abitazioni che sono messe a disposizione dei turisti, in modo che essi possano vivere la loro permanenza nel luogo come un'esperienza completa, che li immerge nelle tradizioni e negli usi locali.

Cos'è un albergo diffuso

L'albergo diffuso è un albergo orizzontale, un albergo che non si costruisce e che permette agli ospiti di vivere lo stile di vita di un luogo. I cittadini che ne vogliono fare parte mettono a disposizione le abitazioni che diventano le "camere" di una struttura che è in grado di offrire tutti i servizi alberghieri in un contesto di autenticità.

Il modello prevede una gestione in forma imprenditoriale ed unitaria dell'insieme delle abitazioni, fornendo servizi alberghieri (lavanderia, accoglienza, ristorazione) nell'ambito di un centro storico abitato, dove sono dislocate, in più edifici separati e preesistenti, le camere o unità abitative. Sono previsti locali adibiti a spazi comuni per gli ospiti



(ricevimento, sale comuni, bar, punto ristoro) e nell'insieme i diversi luoghi non distano tra loro più di 200 metri circa.

Per il turista, l'esperienza è costituita dalla presenza di una comunità ospitante viva, e dalla possibilità di integrarsi nel territorio inteso come realtà sociale e cultura locale, in un ambiente autentico ben riconoscibile e rappresentativo dell'identità locale.

La gestione di un albergo diffuso si basa sulla professionalità e le competenze del gestore, ed esprime la cultura dell'ospitalità del luogo. Ne sono linee guida l'attenzione alla sostenibilità, ai prodotti locali e alla valorizzazione del territorio.

Il modello dell'Albergo diffuso è stato ideato dal docente dell'Università di Perugia, Prof. Giancarlo Dall'Ara e sviluppato dalla Associazione Nazionale degli Alberghi Diffusi, fondata a Rimini nel 2006. Un'idea italiana al 100%, che poteva nascere solo in un paese in cui ogni borgo è ricco di cultura e di "identità locale".

Esso nasce dal termine "albergo diffuso", concetto sviluppato in Carnia, nel 1982 all'interno di un gruppo di lavoro che aveva l'obiettivo di recuperare a fini turistici case e borghi ristrutturati a seguito del terremoto del maggio 1976.

E' un'azione di turismo sostenibile e responsabile, che incrementa le ricettività di un luogo non con la costruzione di nuovi alberghi, ma utilizzando le abitazioni esistenti. Come tale, ha ricevuto il Pre-

(Continua a pagina 3)

TURISMO

Albergo diffuso: un'idea tutta italiana per il turismo sostenibile

(Continua da pagina 2)

mio “Turismo Sostenibile 2010” al Bit di Milano, la più grande fiera nazionale dedicata al turismo.

Il turismo è un'importante fonte di reddito per il nostro Paese ed è di particolare rilevanza per le aree dove l'industria manifatturiera ed i servizi non riescono ad assorbire l'offerta di lavoro. In queste zone l'ambiente naturale si è mantenuto maggiormente integro, risultando quindi interessante per uno sviluppo basato sul turismo, che tuttavia si scontra con i veti degli ambientalisti e le remore degli abitanti.

Incrementare il turismo, nella visione tradizionale degli amministratori locali, significa in primo luogo aumentare la capacità ricettiva: ovvero costruire alberghi, residence e “secondo case”. La cementificazione dei territori è spesso una scorciatoia per dimostrare alla popolazione locale che l'economia ricomincia a crescere, grazie all'edilizia e al suo indotto. Tuttavia, come la crisi spagnola ha ampiamente dimostrato, evidenziando la debolezza di un modello di sviluppo basato pressoché esclusivamente sul “consumo” del territorio, puntare sull'edilizia non è una strategia vincente.

Il concetto di turismo responsabile nasce da queste considerazioni: è possibile utilizzare a fini turistici un territorio senza depauperarlo delle sue bellezze naturali. Ovviamente serve impegno e creatività, ma i risultati nel lungo periodo ripagano in modo considerevole degli sforzi.

Dove sono gli Alberghi Diffusi

L'albergo diffuso è appena stato presentato anche in Corsica e si prevede che, oltre a Croazia e Svizzera, in futuro si possano aprire Ad anche nell'isola francese. Gli Ad che hanno dato vita all'Associazione nazionale oggi sono 40. Per l'elenco completo di tutti gli alberghi diffusi attual-



mente costituiti, si consiglia di fare riferimento alla Guida pubblicata sul sito www.alberghidiffusi.it.

La normativa regionale

Ad oggi le regioni che hanno fatto proprio con una normativa l'Albergo Diffuso sono 13: Regione Sardegna (legge 12 agosto 1998, n. 27), Regione Friuli-veneziana Giulia (legge 16 gennaio 2002, n. 2), Regione Marche (legge 11 luglio 2006, n. 9), Regione Umbria (legge regionale 27 dicembre 2006, n. 18), Regione Emilia-romagna (delibera della Giunta 4 maggio 2007), Regione Liguria (Regolamento regionale n. 5 del 25 ottobre 2007), Provincia di Trento (legge 15 novembre 2007, n. 20), Regione Toscana (Bollettino Ufficiale della Regione Toscana n. 34, 20 agosto 2008), Regione Calabria (deliberazione n. 242, Legge regionale), Regione Lazio (norma del 2009), Regione Molise (norma del 2009), Regione Basilicata (norma del 2009), Regione Lombardia (febbraio 2010).



**Associazione Nazionale
Alberghi Diffusi**

COMUNICAZIONE

Comunicare la scienza: Astri e particelle - le parole dell'universo

di Annalisa Mancini

‘C'era una volta... l'inizio di tutto’. Così comincia quel viaggio emozionante tra i misteri del cosmo che si chiama ‘Astri e particelle - Le parole dell'universo’, mostra realizzata dall'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare, l'Istituto Nazionale di Astrofisica e l'Agenzia Spaziale Italiana per celebrare l'anno internazionale dell'astronomia e i 400 anni dall'invenzione del telescopio galileiano.

Chi l'ha persa (era al Palazzo delle Esposizioni di Roma dal 27 ottobre 2009 al 14 febbraio 2010) avrà una seconda opportunità a Napoli e una terza su Internet, visitando il sito www.astrieparticelle.it, che offre un tour interattivo a portata di clic. ‘Astri e particelle’ è in effetti un esempio perfettamente riuscito di museo itinerante, quel museo scientifico che la città di Roma ancora non ha, e di comunicazione tecnica. Lo dimostrano i 140.000 visitatori che hanno varcato la soglia del Palazzo delle Esposizioni, con un picco straordinario nel giorno della chiusura, e ne sono usciti con l'Abbecedario dell'universo in tasca e una visione nuova del cosmo.

L'infinitamente grande (gli astri) e l'infinitamente piccolo (le particelle) sono l'abc dell'universo, come le lettere che compongono il nostro alfabeto. E alfabeto e parole che costituiscono il leit-motiv della mostra, dove formule e nozioni si trasformano in versi e confluiscono in un pregevole mini dizionario di astronomia, l'‘abbecedario dell'universo’, firmato da Roberto Battiston, coordinatore scientifico dell'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare, ordinario di fisica all'università di Perugia e curatore della mostra. Dalla A (acceleratori di particelle) alla V (Via Lattea), passando per fotoni, galassie e relatività, gli elementi che compongono il nostro universo sono descritti con vocaboli semplici e immagini intuitive: così il tempo è ‘fratello’ dello



spazio, le onde gravitazionali sono paragonate a quelle prodotte nell'acqua da un sasso e i quark sono i ‘mattoni fondamentali della materia’.

‘Astri e particelle’ traduce in linguaggio, filmati, modelli ed esperienze tattili e visive le leggi e l'architettura dell'universo, gli esperimenti e i progetti italiani, o a partecipazione italiana, di esplorazione del cosmo: è possibile osservare i colori delle stelle, percepire i raggi cosmici, toccare la curva spazio-tempo, osservare il tradizionale pendolo di Foucault o l'avveniristico *alpha magnetic spectrometer*, che studia le fonti di raggi cosmici. Un simulatore emette il suono delle pulsar, un altro riproduce i primi istanti del Big Bang.

La prossima tappa della mostra è il Museo della Scienza di Napoli, dove sarà possibile visitarla dal 18 marzo all'11 luglio 2010. La sua destinazione finale è il Museo di fisica e astrofisica di Teramo.

WEB 2.0

“Venite a rubare a casa mia, io sono fuori”: i rischi dei social network

di Viviana Lucca

Lo scorso autunno, le ville di alcune celebrità statunitensi quali Paris Hilton, Orlando Bloom e Lindsay Lohan, sono state derubate da un gruppo di adolescenti (la gang Bling Ring) che aveva seguito i loro spostamenti attraverso i social network, realizzando un vero e proprio “pedinamento virtuale”. Frasi come “Sto andando al cinema” o “A casa di Lisa”, leggibili da chiunque perché inseriti sul profilo reso pubblico per tutti, per avvisare gli amici o per descrivere il proprio stato, possono far gola a dei potenziali ladri, i quali sanno esattamente quando entrare in casa potendo agire indisturbati.

Frank Groeneveld, uno studente olandese di informatica, ha realizzato il sito “Please Rob Me” (“Prego, derubami”) per evidenziare la rischiosità di descrivere così minuziosamente i propri spostamenti in un’area aperta a tutti gli utenti Internet. Il sito utilizza istantaneamente le indicazioni che sono state inserite su Twitter o FourSquare (sito su cui gli utenti comunicano in tempo reale



tramite un cellulare gps i luoghi in cui si trovano) per stilare un elenco delle persone che sono “fuori casa”.

Ciò a dimostrazione di quanto sia facile scoprire quali sono le case vuote da derubare. Infatti Frank ha dichiarato: “Il nostro intento non è che le persone vengano svaligate, ma che siano consapevoli di cosa fanno quando usano servizi come FourSquare, Brightkite, Google Buzz, e così via”

Google Buzz, in particolare, ha sollevato non poche questioni sulla violazione o meno della privacy, tanto da subire una class action per la gestione discutibile dei dati personali. La sua versione mobile, ad esempio, trascrive sul profilo dell’utente gli spostamenti da un luogo a un altro, in tempo reale. Google ha dovuto rivedere le caratteristiche di Buzz, ma sembra che la localizzazione delle persone non sia stata cambiata.

(Continua a pagina 6)

Recent Empty Homes

185 new opportunities



@styves83 left home and checked in 6 minutes ago:

I'm at Long Reach Village Center (8775 Cloudleap Ct., Columbia).

<http://4sq.com/aSND Ae>



@KoenG left home and checked in 6 minutes ago:

Damn, het begint pas om 12.00u. #stukatilburg (@ Studio Tilburg)

<http://4sq.com/876n4e>



@lapideo left home and checked in 6 minutes ago:

I'm at Bad Homburg (9 Miles North of Frankfurt, Bad Homburg).

<http://4sq.com/58n6fu>

ANALISI

Il sito riporta che è fuori e dove si trova in questo momento: ci sarà tempo per andare a rubare a casa sua?

I ladri possono scegliere - in questo istante della giornata che riportiamo come esempio - tra le molteplici occasioni (nell’istante riportato, ben 185), aggiornate in tempo reale.

Chiunque racconta i suoi spostamenti può essere potenzialmente derubato!

WEB 2.0

“Venite a rubare a casa mia, io sono fuori”: i rischi dei social network



(Continua da pagina 5)

L'uso dei social network, sempre più diffuso, sta permeando la vita quotidiana, e in molti sentono sempre più l'esigenza di comunicare cosa stanno facendo (e dove). Un desiderio di restare in contatto continuativo con i propri amici che fa perdere ogni attenzione alla privacy, e ai rischi che ciò comporta.

I social network sono uno strumento efficace di

condivisione e di unione. Twitter, FourSquare e Google Buzz sono solo alcuni dei network che fanno della vita privata una vetrina: è giusto che ognuno possa allestirla nel modo in cui preferisce, ma l'importante è selezionare gli “accessori” e chiudere sempre a chiave, ricordando le parole di Ginger McCall, dell'Electronic privacy information center (Epic): *"Quando si pubblicano informazioni online, non si sa mai chi le legge e per quale motivo"*.

Hey there! **Susan_Tabak** is using Twitter.

Twitter is a free service that lets you keep in touch with people through the exchange of quick, frequent answers to one simple question: What's happening? **Join today** to start receiving **Susan_Tabak's** tweets.

Join today!

Already using Twitter from your phone? [Click here...](#)



Susan_Tabak

Name Susan Tabak
Location New York + Paris
Web <http://www.susant...>
Bio Fashion Writer and Luxury Expert

99 following 2,518 followers 153 listed

Tweets 1,765

Favorites

Need new shoes for spring (@Christian Louboutin)
<http://4sq.com/9OfnU6>

4 minutes ago via foursquare

I am at Hermes (@Hermes Man) <http://4sq.com/d7fHFy>

9 minutes ago via foursquare

I just unlocked the "Newbie" badge on @foursquare!

<http://4sq.com/bbkFKj>

9 minutes ago via foursquare

Checking out new Hermes Mens boutique

19 minutes ago via foursquare

OSSERVAZIONE

Questo è quanto pubblica la redattrice di moda Susan Tabak via Twitter: finché lei è impegnata nello shopping da Hermes, i ladri possono agire indisturbati! Sarà lei stessa ad “avvertire” che sta tornando a casa!!!

INTERNET

Gennaio 2010: Nielsen registra 24,4 milioni di italiani sul web

di Andrea Chiappetta

A gennaio 2010 gli internauti italiani sono aumentati del 12% rispetto allo stesso mese del 2009, evidenziando un "consumo" consistente: 37 sessioni mensili, oltre 2.200 pagine viste e 31 ore di tempo speso online per persona, in media circa un'ora al giorno.

Come tutti gli anni, il mese di gennaio si caratterizza per essere dedicato ai "buoni propositi" dichiarati la notte di Capodanno: circa 3 milioni di italiani si dedicano alla ricerca di una nuova casa o di un nuovo lavoro (rispettivamente il 32% e il 17% in più rispetto a dicembre 2009), 6,7 milioni di individui (il 18% in più) progettano di rimettersi in forma dopo gli stravizi alimentari delle festività, visi-

tando siti dedicati alla salute e al benessere; infine, quasi 6 milioni di navigatori si dedicano alla propria cultura e professionalità, consultando siti di istruzione e risorse educative o universitari (+19% rispetto a dicembre). Crescono ad inizio anno anche le categorie dedicate agli investimenti e al risparmio, con incrementi significativi sui siti di strumenti finanziari e delle assicurazioni (+25% e +14% rispettivamente), ad indicare che il bilancio familiare di fine anno ha riservato sorprese positive: denaro in più da investire per il proprio futuro. Il 2010 inizia anche sotto l'insegna della solidarietà e del non profit: oltre a siti legati ad associazioni di consumatori come Altroconsumo e Aduc (Associazione per i Diritti degli Utenti e Consumatori), anche quelli di associazioni a scopo umanitario, come Actionaid, Associazione Cerco Un Bimbo, Save The Children, Medici Senza Frontiere e Unicef aumentano sensibilmente il traffico. Un incremento del 20% rispetto allo scorso anno, da imputarsi ai tragici eventi accaduti nel 2009, come il terremoto in Abruzzo e, in modo ancora più evidente, il disastroso terremoto ad Haiti, che fa registrare un vero e proprio picco della categoria nel mese di gennaio, con una crescita del 19% rispetto a dicembre 2009.

Come ha dichiarato Ombretta Capodaglio, marketing manager della divisione Online di Nielsen: *"Immediatamente dopo il terremoto che ha devastato Haiti sono stati lanciati numerosi appelli alla solidarietà da organizzazioni umanitarie italiane ed internazionali. Gli italiani hanno risposto tempestivamente a questi appelli, per sostenere con donazioni e adozioni a distanza la popolazione di Haiti colpita così duramente: questa mobilitazione ha portato ben 5,6 milioni di individui, ovvero un navigatore su quattro, a visitare i siti delle associazioni a scopo umanitario a gennaio, circa un milione in più rispetto al mese precedente"*

Classifica dei maggiori tassi di crescita, categorie con almeno 2 milioni di utenti unici

Categorie di siti	Utenti Unici gen10	Utenti Unici dic09	variazione gen10 vs dic 09
Ricerca immobiliare	2.959	2.244	32%
Instant Messaging	4.380	3.341	31%
Tool finanziari	2.682	2.149	25%
Non-profit	5.596	4.689	19%
Università	5.309	4.469	19%
Risorse educative	5.961	5.024	19%
Salute, Fitness e Nutrizione	6.719	5.690	18%
Recruitment	3.018	2.575	17%
Assicurazioni	2.398	2.096	14%
Sport	9.039	7.914	14%

Fonte: Audiweb powered by Nielsen, accessi da casa e ufficio (in migliaia), gennaio 2010



ISTITUZIONI

Corso di formazione gratuito “Condividiamo l’Europa” Iscrizioni fino a sabato 27 febbraio

Il 3 marzo 2010, inizia il corso di formazione “Condividiamo L’Europa – Corso Avanzato”, inerente la progettazione europea, per il quale la Provincia di Roma, Servizio 1 Ambiente ha ottenuto il riconoscimento dal Miur-ufficio Scolastico Regionale per il Lazio. La Sede del corso è presso la Biblioteca “Gianni Rodari”, Municipio Roma VII, Via Francesco Tovaglieri 237/A – 00169 Roma.

Le iscrizioni scadono sabato 27 febbraio.

Il corso è rivolto ad insegnanti delle scuole di ogni ordine e grado, personale A.t.a. (Amministrativo, Tecnico ed Ausiliario) operatori di educazione ambientale, per un massimo di 25 partecipanti. Esso ha come tema generale l’utilizzo di pratiche partecipative, la conoscenza e l’orientamento circa i programmi comunitari in materia di educazione alla sostenibilità, ponendosi la finalità di:

a) rafforzare la progettualità educativa attraverso la formulazione di un progetto;

- b) individuare gli elementi, requisiti e strumenti per la progettazione europea;
- c) apprendere a gestire ed implementare un progetto europeo.

Il corso è strutturato in due fasi: la prima articolata in n. 5 incontri pomeridiani di 3 ore ciascuno; la seconda, al fine di poter lavorare con continuità, si svolgerà sotto forma di “modulo residenziale” presso un’azienda agrituristica di Tivoli, nelle immediate vicinanze della Riserva Naturale di Monte Catillo, gestita dalla Provincia di Roma, con possibilità per i corsisti di effettuare una breve escursione nell’area.

I relatori del corso sono professionisti del settore dell’europrogettazione (Euc Group di Bruxelles) ed operatori del Lea (laboratorio di Educazione Ambientale).

La partecipazione è interamente gratuita ed il materiale didattico utile alle attività sarà fornito direttamente dal Lea di Roma.

(comunicato stampa)



PROVINCIA
DI ROMA

SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 - Roma
Tel. 06 5195 6778
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma
n. 538 del 4 dicembre 2007

Direttore responsabile

Francesco Chiappetta
f.chiappetta@sentieridigitali.it

Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano
m.giordano@sentieridigitali.it

Redazione

Andrea Chiappetta
a.chiappetta@sentieridigitali.it
Andrea La Mesa
a.lamesa@sentieridigitali.it

Hanno collaborato a questo numero:

Viviana Lucca
Annalisa Mancini
Monica Polito

Per la pubblicità su questo periodico scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

SI-IES
Istituto Europeo Servizi Srl
Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 Roma

