

EDITORIALE

La crisi del debito e la fiducia dei mercati

di Francesco Chiappetta

L'evolversi delle misure contenute nella manovra economica in corso di approvazione riflettono la ritrosia delle singole parti sociali e gruppi di interesse ad accettare la realtà dei conti pubblici italiani e l'enorme rischiosità della crescita dei tassi sul debito. Lo spread Btp-Bund, che ha sfiorato i 400 punti esprime non le "forze della speculazione" raffigurate come un'entità maligna che si accanisce contro il nostro Paese, ma i dubbi della comunità mondiale degli investitori, che stimano più rischioso il debito pubblico nazionale. E' impensabile, oggi, immaginare il default dell'Italia, "*too big to fail*", troppo grande per fallire senza trascinarsi dietro la moneta unica, ma anche troppo grande per potere essere salvata dall'Europa, come sta avvenendo, pur tra infinite discussioni, per la Grecia. Nubi di incertezza stanno invadendo tutte le economie occidentali: se gli Usa hanno perso il rating



"tripla A", rumors di crisi investono la Francia e persino la Germania, oltre ai già noti PIIGS (Portogallo, Irlanda, Italia, Grecia e Spagna). E' l'intero sistema economico, basato sul paradigma deficit pubblico / crescita del Pil ad andare in frantumi. Nel simposio di fine agosto a Lindau (Germania) e San Gallo (Svizzera), i diciotto premi Nobel per l'Economia che hanno discusso sulle sorti dell'attuale capitalismo hanno annunciato la necessità di piani di austerità negli Usa e in Europa, raccomandando in particolare misure draconiane (*draconian methods*) per risanare i conti pubblici della Grecia. In Europa la situazione è stata definita "*molto pericolosa*", al punto da poter "*mandare*"
(Continua a pagina 2)

INDICE

EVENTI

Ciak! Io sono: una iniziativa LTBF al
Festival delle Identità

MOTORI DI RICERCA

Google si aggiorna: più spazio ai siti di qualità

ESSERE CREATIVI

Publicizzare un dizionario nell'era di Internet

SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

La spesa con il WWF? E' virtuale e 'verde'

FORMAZIONE

Non solo Università: alla scoperta degli ITS

EDITORIALE

La crisi del debito e la fiducia dei mercati

(Continua da pagina 1)

in malora" la moneta unica, parole usate da Robert Mundell.

La globalizzazione ha deindustrializzato i Paesi ad alto costo di manodopera, generando masse di disoccupati o sotto-occupati che non sostengono più, con i loro consumi, la domanda interna. La stagnazione in cui stanno ricadendo gli Usa e alcuni paesi europei non potrà essere combattuta incrementando il credito al consumo, né attingendo alle casse pubbliche. Perché gli interessi, anche se i tassi sono molto bassi, sono un costo non più sostenibile.

L'Italia brilla per il suo debito statale al 120% del Pil, ma altri Paesi europei presentano una situazione esplosiva sul fronte dei singoli cittadini: lo stock del debito privato inglese è al 100% del Pil, valore che scende al 60% per i tedeschi, al 50% per i francesi, mentre gli italiani, finora più virtuosi, sono al 39%. Il peso degli interessi inizia a farsi sentire sul bilancio familiare, riducendo i consumi.

In uno scenario globale così preoccupante, è assai difficile affannarsi a difendere i "diritti acquisiti", organizzare "scioperi generali" ed opporsi a qualsiasi forma di riduzione della spesa pubblica. Serve responsabilità, da parte di tutti, anche perché la Bce ha chiesto espressamente il pareggio di bilancio quale contropartita per continuare a sostenere con acquisti le quotazioni dei titoli pubblici italiani.

Gli europei, i tedeschi in particolare, non hanno alcuna intenzione di impiegare risorse per mantenere gli sprechi italiani e nella prossima riunione della Bce, il prossimo 8 settembre, la situazione di Spagna ed Italia saranno analizzate con severità. La Spagna, con misure bipartisan, ha dato prova di impegno, sia inserendo il pareggio di bilancio come vincolo costituzionale, sia accettando addirittura di trarre risorse dagli stipendi dei dipendenti pubblici, pur di onorare i debiti.

In Italia, invece, le proteste di ogni categoria che è



stata anche solo sfiorata da ipotesi di tagli sono state forti ed hanno avuto soddisfazione: nessun accorpamento delle province più piccole, né dei comuni con poche centinaia di abitanti. No a tagli lineari, perché bisogna distinguere le singole spese: e quando lo si fa, di andare ad individuare le voci di bilancio fuori controllo, si grida alla distruzione della cultura, o della scuola, o dei servizi sociali. Solo un generico (perché non supportato da adeguate misure) impegno a contrastare l'evasione fiscale. Troppo poco per la Bce e per i paesi Europei più virtuosi, che dovrebbero pagare il conto dei nostri sperperi.

L'Italia deve cambiare: la responsabilità deve ispirare le azioni dei nostri politici, come fecero in tempi ben più difficili i governi del dopoguerra; Ora invece emergono troppo frequenti episodi di arricchimento personale e gestione clientelare della *res publica*. E devono rendersi conto che il mondo è cambiato anche i cittadini, che pretendono dallo Stato ciò che esso non può più dare: uno stipendio fisso, anche sotto forma di assegno per invalidità "presunta", la pensione prima dei 60 anni, scuola e sanità gratuite al 100%.

E ipotesi quali la richiesta che venga cancellato il debito dell'Italia e dell'Europa, avanzata da militanti sindacali Usb e rappresentanti dei "collettivi dei precari" dovrebbero essere illustrate dai media per ciò che sono realmente: azzeramento del valore dei BOT e CCT, con conseguente truffa ai danni dei piccoli risparmiatori (ridotti in miseria) e banche (portate al fallimento).

EVENTI

Ciak! Io sono: una iniziativa LTBF al Festival delle Identità

La globalizzazione, la multiculturalità, la contaminazione tra diverse culture, sono elementi che disorientano i cittadini che vivono la propria comunità in modo esclusivo, e che si sentono minacciati dalla possibilità di perdere la propria identità. L'iniziativa Festival delle Identità, di cui si tiene quest'anno la seconda edizione, ha lo scopo di dare voce e forza al "valore" dell'identità, quale elemento caratterizzante di una comunità, dalle più piccole (il borgo, i rioni) alle più grandi (la nazione, l'Europa).

L'identità viene espressa come un concetto che non rende estranei dalla globalizzazione, ma che rafforza il senso di appartenenza ad una comunità consentendo un più maturo e sereno approccio e confronto con le altre culture e trasformando tale confronto in una chiave di sviluppo per tutti. Infatti una cultura locale può essere l'asse portante di un modello di sviluppo economico sostenibile, fonte di occupazione specialmente per i giovani: le tradi-

zioni, la storia, la cultura, l'artigianato, i prodotti tipici locali.

In questo ambito, l'associazione LTBF (Learn to be free) promuove il concorso cinematografico "Ciak Io sono", poiché il cinema è una forma di arte, che veicola in modo efficace un messaggio di identità, sia essa del territorio, a livello locale o di intera nazione, o di una cultura. Un'identità antropologica che difende dalla massificazione del mondo globalizzato, che consente dialoghi interculturali in cui viene narrata l'identità di ogni comunità. (M.G.)



INVITO

L'Associazione di Promozione Sociale LTBF - Learn To Be Free Onlus
è lieta di annunciare il prossimo appuntamento in programma
nell'ambito del Festival delle Identità

Identità Film Festival - 2^a edizione
CIAK! IO SONO

Giovedì 15 settembre 2011
dalle ore 19.00
Piazza della Pace, Parma

MASSIMO VOLTOLINA : L'UOMO E IL MARE
Presenta: **Barbara Barbieri**

19.00 – 21.00 : Musica dei **VelodiMaya**
21.00 – 22.00 : **Irene Pivetti** intervista **Massimo Voltolina**
22.00 – 24.00 : Proiezione dei film in concorso a **Identità Film Festival – 2^a edizione**

MOTORI DI RICERCA

Google si aggiorna: più spazio ai siti di qualità

di Federica Chiappetta

Google il più utilizzato tra i motori di ricerca, al punto che in Italia sono svolte su esso il 93% delle ricerche, ha cambiato le "regole" di indicizzazione dei siti. La finalità di questa grande trasformazione è l'intenzione di rispondere meglio alle esigenze degli utenti, valorizzando i siti di qualità.

Ovviamente, non significa che il motore di ricerca attribuisce una valutazione soggettiva ed analitica sui contenuti del sito, ma è una correzione che mira ad eliminare le distorsioni dovute al comportamento dei webmaster. Con l'obiettivo di risultare "primi nei motori di ricerca", gli esperti di SEO (*Search Engine Optimization*) tendevano a ripetere con alta frequenza le parole chiave presumibilmente richieste dagli utenti all'interno delle loro pagine. Ne risultavano testi ripetitivi, banali, costruiti apposta per essere indicizzati, ma poco utili o piacevoli da leggere. Per assurdo, più erano frequenti le parole chiave, e peggiori di conseguenza i contenuti per l'utente, più un sito otteneva una migliore indicizzazione.

Gli utenti ormai lamentavano che ai primi posti si trovavano i siti peggiori, costruiti solo come elenchi su cui distribuire pubblicità, di scarsa utilità. Solo più in là nell'elenco, spesso nelle pagine successive alla prima, si potevano ottenere siti validi ed interessanti.

Da metà dell'agosto scorso, il nuovo criterio di indicizzazione **Google Panda** in onore del suo creatore, l'ingegnere Navneet Panda), è stato adottato per i siti italiani, premiando finalmente i siti di qualità. Per i web master, Google ha messo a disposizione **Google Engage**, un programma di formazione per gli operatori del web marketing.

Oltre ad un nuovo criterio di analisi dei contenuti delle singole pagine, gli ingegneri di Mountain View hanno anche intervistato, ponendo domande



sul blog ufficiale di Google, gli utenti del web, al fine di comprendere e studiare quali sono i criteri utilizzati dagli utenti nelle loro ricerche. Questa indagine ha consentito di tracciare il profilo di ciò che l'utente considera un "contenuto di bassa qualità", che un apposito algoritmo matematico è in grado di individuare e decifrare, penalizzandolo nella indicizzazione.

Inoltre, l'algoritmo si basa anche sul comportamento degli utenti: se un navigatore consulta il primo risultato di una ricerca, e subito dopo torna indietro e richiede il secondo, è un sintomo di insoddisfazione che riduce la valutazione futura del primo sito per l'algoritmo.

Finalmente, viene premiato lo sforzo dei gestori di siti che producono contenuti originali, di alta qualità e scritti in un linguaggio ricco e corretto. Penalizzati invece i "furbetti" che abusavano della ripetizione di parole chiave, producendo testi inutili, poco leggibili e di scarsa qualità.

Al fine di evitare che ora i siti di peggiore qualità vadano alla ricerca di una improbabile ottimizzazione basata sull'algoritmo Panda, Google ha comunicato che esso è solo uno di oltre 500 aggiornamenti del funzionamento del motore di ricerca e inoltre che :

"La ricerca è un'arte e una scienza complessa in costante evoluzione, quindi vi invitiamo a

(Continua a pagina 5)

MOTORI DI RICERCA

Google si aggiorna: più spazio ai siti di qualità

(Continua da pagina 4)

preoccuparvi di offrire agli utenti la migliore esperienza possibile evitando di pensare a specifici cambiamenti degli algoritmi".

Ottime indicazioni, che consentono al web di "crescere" non solo in quantità, ma soprattutto in

qualità. E i risultati sono già visibili: crollo di meri "aggregatori di notizie", finalizzati solo alla raccolta pubblicitaria, e miglioramento di siti di qualità: ad esempio, *liquida.it* ha perduto oltre il 50% di *page views*, circa 600mila unità, mentre il *Corriere della Sera* ne ha acquisite 100mila (+11%) e *IlSole24Ore* 95mila (+35%)

APPROFONDIMENTO

Queste domande, tratte dal sito ufficiale di Google, descrivono l'approccio seguito dal colosso di Mountain View per creare algoritmi in grado di valutare la qualità di un sito.

- Ritenete attendibili le informazioni presentate nell'articolo?
- L'articolo è stato scritto da un esperto o un appassionato che conosce bene l'argomento o è più superficiale?
- Il sito contiene articoli duplicati, che si accavallano o sono ridondanti in merito ad argomenti uguali o simili, solo con parole chiave leggermente diverse? Fornireste tranquillamente i dati della vostra carta di credito su questo sito?
- L'articolo contiene errori ortografici, stilistici o false informazioni? Gli argomenti sono basati sui reali interessi dei lettori del sito oppure il sito genera i contenuti in base ai presunti argomenti che potrebbero ottenere un buon posizionamento nei motori di ricerca?
- L'articolo fornisce contenuti o informazioni, rapporti, ricerche o analisi originali?
- La pagina in questione è molto più utile rispetto alle altre pagine visualizzate nei risultati di ricerca?
- In che misura viene controllata la qualità dei contenuti?
- L'articolo tratta entrambi i punti di vista in merito a una notizia?
- Il sito è considerato un'autorità riconosciuta in merito all'argomento che tratta?
- I contenuti sono generati in serie o assegnati a molti autori diversi, oppure distribuiti su una vasta rete di siti cosicché singole pagine o siti non ricevano molta attenzione o cura?
- L'articolo è stato scritto bene o sembra essere stato redatto senza alcuna cura o in modo sbrigativo? Relativamente a una query sulla salute, vi fidereste delle informazioni fornite dal sito?
- Considerereste il sito una fonte autorevole nel momento in cui viene nominato?
- L'articolo fornisce una descrizione completa dell'argomento?
- L'articolo contiene un'analisi dettagliata o informazioni interessanti che non siano ovvie?
- Si tratta del tipo di pagina che aggiungerei ai segnalibri, condividerei con un amico o consigliereste?
- Nell'articolo ci sono troppi annunci che distolgono l'attenzione dai contenuti principali o interferiscono con essi?
- Vi aspettereste di trovare l'articolo in una rivista, un'enciclopedia o un libro cartacei?
- Gli articoli sono corti, inconsistenti o comunque privi di informazioni specifiche utili?
- Le pagine sono realizzate con estrema cura e attenzione per i dettagli o non lo sono affatto?
- Gli utenti si lamenterebbero trovando pagine provenienti da questo sito?

ESSERE CREATIVI

Publicizzare un dizionario nell'era di Internet

di Annalisa Mancini

Nell'era di Internet, delle chat, degli sms e di Facebook, fare pubblicità ad un vocabolario di lingua italiana è un'impresa ardua: il più classico, quasi antico, degli strumenti per imparare ad usare correttamente la propria lingua è molto lontano dallo stile di vita del target dei giovani studenti (prime classi della scuola media e degli istituti superiori) a cui gli editori si rivolgono.

Il modello di comunicazione pubblicitaria deve essere innovato, per evidenziare la qualità del prodotto e la sua aderenza al linguaggio di oggi e per attirare l'attenzione dei giovani e dei loro genitori.

Impresa non facile, che però è riuscita all'editore Le Monnier, che promuove il vocabolario il Devoto-Oli Le Monnier mettendo in luce la sua ricchezza di contenuti, che abbraccia il più classico e desueto italiano di Dante e il linguaggio dei "nativi digitali".

In esso si potranno consultare i termini tecnici dell'economia e della scienza, i neologismi conati dai giornalisti e dai media, le espressioni dialettali, il gergo giovanile, i forestierismi assorbiti da altre lingue e le parole in via di estinzione che si leggono nella tradizione letteraria: da papello a green



economy, da lungi a pescetariano, nel dizionario qualsiasi termine usato nella vita quotidiana affianca la lingua aulica del passato letterario.

La campagna promozionale si basa su un claim di sicuro effetto, "Devoto-Oli 2012: chi lo usa si vede", declinato su tre situazioni della vita quotidiana, dove il messaggio utilizza un linguaggio curato che "fa la differenza". Così chi ha danneggiato un'auto in sosta lascia il messaggio "Chiedo venia per aver urtato la sua macchina", l'innamorato scrive sul muro "I tuoi occhi mi mandano in sollucero" e l'avvertimento sull'Ipod degli amici recita: "qui si va alle calende greche... niente calcetto stasera. Tre episodi di vita corrente, a significare che la buona conoscenza della lingua consente di "fare bella figura" non solo a scuola o nel lavoro, ma anche nei contatti quotidiani.



SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

La spesa con il WWF? E' virtuale e 'verde'

di Annalisa Mancini

Quanta acqua nascosta mettiamo nel piatto? E quanta anidride carbonica hanno emesso i cibi che mangiamo? Per saperlo, basta fare la spesa con l'applicazione web inaugurata dal WWF alla vigilia delle vacanze. *'La natura ti presenta il conto'* è lo slogan coniato dall'associazione del panda per la nuova versione del portale www.improntawwf.it, un carrello della spesa virtuale che accompagna il consumatore tra i banchi di un supermercato on line e lo guida nella scelta di prodotti a basso impatto ambientale. Dopo aver riempito il carrello con la propria spesa settimanale, si ottiene dalla cassa uno scontrino che indica il prezzo 'ambientale' degli acquisti, vale a dire l'acqua e le emissioni di CO2 necessarie per produrli: una sorta di pagella della sostenibilità ambientale dei consumi, abbinato a un manuale di 'economia domestica' verde.

Il calcolo dell'impronta idrica si aggiunge a quello dell'impronta di carbonio, disponibile sul sito dall'anno scorso. La riduzione dei consumi di acqua, infatti, comincia proprio dalla spesa. Secondo i dati della FAO, l'agricoltura assorbe il 70% dell'acqua del pianeta.

Stando al maggiore esperto mondiale di impronta idrica, Arjem Hoekstra, la filiera agroalimentare nel complesso è responsabile dell'85% dei consumi mondiali di acqua, il 10% va alla produzione industriale e il 5% è impiegato per uso domestico. Ma non tutti gli alimenti consumano la stessa quantità d'acqua e tra varietà diverse di frutta o verdura, notoriamente più economici, i consumi variano sensibilmente.

Per il WWF il menu ideale delle vacanze, a basso impatto idrico, potrebbe essere rosso come il pomodoro. Il dato emerge da una ricerca commissionata da Mutti S.p.A., produttore parmense di con-



serve e prodotti a base di pomodori nostrani, all'Università della Tuscia (Viterbo), in collaborazione con il WWF.

Mutti è la prima azienda agroalimentare italiana a rendere noto l'impatto ambientale della propria produzione: lo studio condotto dall'Università della Tuscia rivela che un kg di pomodoro fresco contiene 156 litri d'acqua, l'equivalente di una vasca da bagno, una bottiglia di passata da 720 gr. (compresi contenitore ed etichetta) ne 'consuma' 172, fino ai 223 necessari per confezionare un barattolo di polpa da 400 gr. Ancora meno, secondo uno studio pubblicato dal quotidiano inglese *The Independent*, per produrre una mela (70 litri).

Nel complesso, il succoso pomo d'oro, il *pomme d'amour* francese, è più ecologico dell'uovo (200 litri d'acqua), delle patate (900 litri per un kg), del riso (3.400 litri per un kg), cifre molto lontane dai 2.400 litri necessari per produrre un hamburger da 150 gr., che è già un buon motivo per diventare vegetariani.

FORMAZIONE

Non solo Università: alla scoperta degli ITS

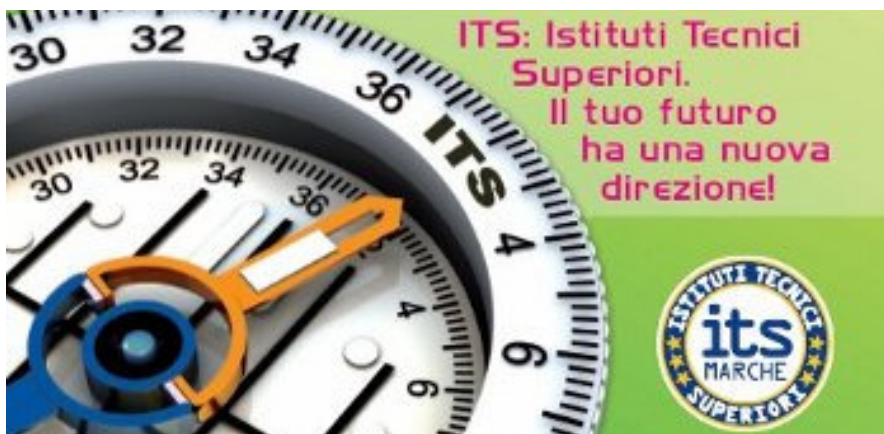
di Federica Chiappetta

Gli Its, acronimo di Istituto Tecnico Superiore, sono corsi post-diploma che consentono di acquisire in due anni una qualifica interessante per entrare nel mondo del lavoro. Istituiti da quest'anno scolastico, non sono stati adeguatamente pubblicizzati, ricevendo quindi l'adesione di solo duemila studenti nei circa 60 corsi attivati. Giovani che cercano una specializzazione in settori produttivi quali la mobilità sostenibile, la comunicazione, i beni culturali o il "made in Italy", ricevono negli Its una formazione essenzialmente operativa piuttosto che teorica, direttamente spendibile nel mercato del lavoro.

Le qualifiche, riconosciute a livello europeo, sono di tecnico specializzato e rappresentano l'ideale continuazione per coloro che hanno un diploma tecnico, oltre che per chi ha terminato un tradizionale liceo senza averne tratto soddisfazione e/o profitto.

Non tutti i giovani amano studiare sui libri: molti hanno una predisposizione alla manualità che la scuola trascura, mentre il condizionamento sociale spinge le famiglie a consigliare, quando non impone, ai propri figli studi universitari, con il miraggio di diventare "dottore". Molti dei quali, avendo studiato di mala voglia e aver ottenuto una laurea faticosamente e senza entusiasmo, non trovano lavoro, subendo la concorrenza di laureati più brillanti ed appassionati, che convincono di più i responsabili delle risorse umane.

Per tutti i giovani "allergici" ai libri e ai banchi, l'ideale sono gli Its: la formazione è tenuta da esperti del settore e si dipana tra stage in azienda ed esercitazioni in laboratorio, utilizzando le più avanzate tecnologie. Non ci sono esami, compiti da svolgere: solo apprendere praticamente una professione, richiesta dal mercato e quindi una certezza di futuro inserimento nel mondo del lavoro.



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

Collaboratori in questo numero:

Federica Chiappetta
Annalisa Mancini

Per la pubblicità, scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

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



Associato
All'Unione Stampa Periodica Italiana
(USPI)