

Le tecnologie cosiddette "push"

Quando è l'informazione a cercare l'utente

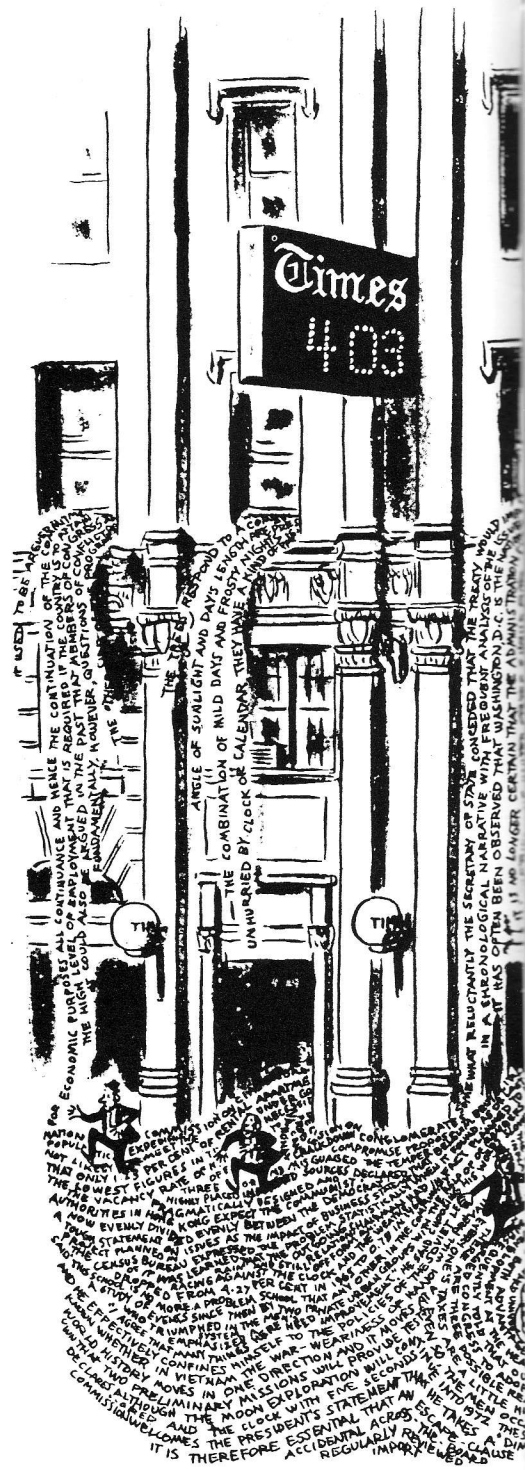
di Anna Banchieri

La chiave di volta della corretta fruizione dell'informazione, che caratterizza la nostra era, consiste nella possibilità di raccogliere e selezionare le notizie disponibili attraverso il World wide web. Infatti, lo straripante volume di dati, referenze e documenti di vario genere, ricercabili ed accessibili attraverso il web, spesso opprime l'individuo piuttosto che soddisfare il suo bisogno di informazione. Le biblioteche, d'altronde, pur essendo un luogo ideale per la ricerca, vivono anch'esse una situazione difficile e si vedono obbligate a fare delle scelte circa la selezione dell'informazione e la maniera di gestire ed archiviare l'enorme quantità di dati, oggi prodotti a livello mondiale. Tra le migliaia di siti che sorgono quotidianamente come funghi, ci si chiede come possiamo essere in grado di individuare l'indirizzo migliore per incontrare le informazioni più appropriate alla nostra ricerca, e soprattutto chi ci garantisce che esse siano le più recenti ed aggiornate. Un'altra deficienza del web risiede nella tecnologia dei programmi *browser* che permettono il recupero e la lettura dei dati. Con Netsca-

pe Navigator, Mosaic, o Internet Explorer, bisogna dapprima cercare il sito appropriato, oppure capitare casualmente su un buon collegamento offerto da una pagina esistente: ogni interrogazione di una diversa pagina richiede, però, tempo e sforzo da parte dell'utente, soprattutto qualora non si disponga di un collegamento permanente in Internet e bisogna ricomporre il numero del fornitore per ristabilire il contatto.

La nascita delle cosiddette "push technologies" è una risposta alla richiesta istantanea di informazioni selezionate ed aggiornate fino all'ultimo secondo. Esse investono il modo in cui l'informazione definita "time-sensitive" è trasmessa in tempo reale all'utente, inglobando mezzi di comunicazione di massa quali quotidiani, riviste e televisione. Con tali tecnologie non si ha più bisogno di cercare in Internet le notizie necessarie, in quanto queste sono diffuse automaticamente al proprio *desktop*, mentre il collegamento web è ancora attivo. Basta che l'utente esprima le proprie preferenze, oppure, secondo il gergo, "selezioni i canali desiderati" per

ottenere sullo schermo l'informazione filtrata sulla base delle scelte da lui operate. Le tecnologie "di spinta" sono applicabili a tutti i tipi di rete: Internet per un servizio gratuito al vasto pubblico, visto



che esse si finanziano con i messaggi pubblicitari trasmessi in linea; Intranet per esclusivo uso interno di compagnie ed organizzazioni; Extranet per un nuovo tipo di servizio a pagamento che nasce dalla

totale innovazione generata dalle reti. Fornire le *news* che si desiderano, quando si vogliono, è il motto dei produttori di queste nuove tecnologie. La parola *news* solleva, però, una questione linguistica relativa al significato attribuito a questo termine all'interno di un'organizzazione: per *news*, infatti, si intende qualsiasi nuova informazione di utilità per l'organizzazione stessa o per il suo personale nello svolgimento delle proprie mansioni. Difatti, all'interno di un'istituzione questa nuova tecnologia può sostituire la carta impiegata per diffondere documenti interni, aggiornamenti di varia natura e qualunque altra informazione di interesse generale. Sorge spontaneo chiedersi se le tecnologie "di spinta" non siano già state utilizzate in precedenza, sotto spoglie differenti. In realtà, esse sono state usate in una forma o in un'altra per più di un quarto di secolo: quando un messaggio di posta elettronica è in arrivo ed il sistema avvisa il ricevente, le "push technologies" sono attivate; allorché immagini memorizzate appaiono sullo schermo di un utente di CompuServe o America Online, la tecnologia "di spinta" è al lavoro. Un altro antecedente lo si ritrova nella disseminazione selettiva dell'informazione (SDI), operazione richiedente l'esperienza di un intervento umano. Con queste nuove tecnologie, i professionisti responsabili della strategia di ricerca in linea, sono stati sostituiti da un programma, con il risultato di un effetto attraente; conseguito senza alcuna forma di mediazione: la presentazione — e forse maggiori dubbi esistono circa la sostanza — è più appariscente e gradevole all'occhio. L'arrivo sul mercato delle "push technologies" apre un nuovo dibattito su costi e validità del computer rispetto all'intervento umano: se sia più vantaggioso servirsi di un programma oppure di un essere umano resta un

tema aperto, che darà luogo ad ampie discussioni. Anche gli eventuali costi sono difficili da valutare rispetto allo stipendio di un professionista dell'informazione ed alle spese di collegamento per la ricerca in linea. Una critica mossa nei confronti di queste tecnologie concerne l'intasamento della rete provocato dalla quantità ridondante di dati. Se i primi prodotti erano abbastanza rozzi e tali da causare problemi di traffico, oggi, la sofisticazione li contraddistingue sia nella trasmissione delle informazioni maggiormente selezionata, che nei contenuti, una volta percepiti come statici ed attualmente visti in maniera attiva. In fondo, le tecnologie "di spinta", pur presentandosi come una rimanipolazione dei vecchi concetti tecnologici, offrono maggiori garanzie nel trasferimento dei dati attraverso le complesse strutture della rete.

Uno dei primi produttori e diffusori di questa nuova tecnologia è stato PointCast Network (PCN) forse il più popolare, anche perché gratuito. La rete, che si autofinanzia con il denaro ricavato dalla pubblicità trasmessa in linea, raccoglie informazioni dal web e, servendosi dello stesso collegamento Internet del *browser* installato nel computer, le ritrasmette, filtrate e personalizzate, agli interessati al servizio. L'utente, infatti, deve specificare le proprie preferenze, dette anche canali, che includono notizie, informazioni su compagnie, industrie, tempo, sport, stile di vita ed Internet. All'interno di ciascuno dei canali bisogna selezionare delle categorie specifiche. La scelta di tali canali è fondamentale per la distribuzione personalizzata delle notizie. Al momento dell'aggiornamento dei dati, PCN trasmette in forma di sommario le nuove informazioni. Se la notizia è di interesse per l'utente, la si può vedere a testo completo sem- ➤



plicemente richiamandola sullo schermo. Per esempio, se si seleziona il canale metereologico, si possono specificare le città alle quali si è interessati e ricevere le previsioni del tempo di tre giorni, nonché una serie di immagini satellitari. Il canale delle *news*, che offre le ultime notizie raccolte da Reateurs Online ventiquattro ore al giorno per sette giorni alla settimana, è organizzato in titoli da prima pagina, eventi internazionali, politica ed affari. Recentemente Point Cast ha aggiunto oltre alla CNN, "Money", "People e Time Magazine", tutta una serie di quotidiani regionali del tipo di "Los Angeles Time", "Star Tribune", "Boston Globe", "Miami Herald", "Philadelphia Online" e "Chicago Tribune". L'interfaccia di PCN è composta da finestre elencanti i canali sul lato sinistro. Una volta selezionato il canale, i titoli di testa corrispondenti appaiono in una finestra sul lato superiore dello schermo, mentre il testo completo si può leggere nella finestra principale. Per coloro che hanno un accesso diretto ad Internet e senza limiti temporali, PointCast aggiorna automaticamente le notizie non appena esse sono diffuse attraverso il web. Coloro che invece utilizzano un collegamento telefonico a tempo, e quindi non vogliono restare a lungo in linea, possono richiedere un aggiornamento delle notizie selezionando l'opzione "Update", terminare il collegamento in Internet e leggere *offline* le informazioni nel proprio pc. Anche lo *screen saver* offerto da PCN, detto SmartScreen, è composto dai titoli di testa delle notizie più recenti, estratte dai vari canali prescelti dall'utente. Selezionando uno dei titoli, il testo completo della storia viene visualizzato immediatamente sullo schermo.

PointCast ha messo a punto tempo fa l'I-Server, specialmente concepito per le grandi aziende e società che vogliono assicurare a tutti i lo-

ro dipendenti un'ampia disseminazione elettronica di informazioni aggiornate, riducendo al minimo il traffico della comunicazione filtrata dal *firewall*, giacché viene utilizzato uno speciale canale privato offerto da PointCast e collegato a Intranet. Tramite tale canale privato, le compagnie sono in grado di diffondere comunicazioni interne oltre a consentire l'accesso personalizzato, secondo profili creati dagli utenti, alle notizie raccolte attraverso i sette canali offerti dalla rete. Con l'I-Server, PointCast ha decisamente incrementato la rapidità di comunicazione all'interno di una compagnia, assicurando un'ampia diffusione di importanti informazioni e garantendone la maggiore efficienza.

Durante l'ultimo anno più di una dozzina di nuovi prodotti, simili a PointCast Network, hanno invaso il mercato: After Dark On-line, per esempio, è una collezione di *screen savers*, che propongono sullo schermo notizie ed informazioni correnti tratte da fonti come "USA Today", "DBC Financial News", "Sport Illustrated Online" ed il "Wall Street Journal Interactive Edition". L'utente può personalizzare le informazioni desiderate, attraverso la scelta di una serie di canali, e determinare la frequenza degli aggiornamenti. Pur offrendo una più alta risoluzione grafica rispetto a PCN, manca però il testo completo degli articoli: infatti per recuperarlo è necessario ricollegarsi al sistema via Internet. Tra gli altri prodotti competitivi sono da menzionare BackWeb, Castanet ed Incisa.

BackWeb si presenta sotto la forma di un'icona che raccoglie dati dai vari canali. Tramite l'icona, si richiama sullo schermo una lista di informazioni, dette *InfoPaks*, selezionabili individualmente oppure, su richiesta, in maniera automatica in modo che al momento del loro arrivo nel sistema, quest'ultimo mette

in guardia l'utente con messaggi audio o tramite le *InfoFlashes*, sorta di icone che si riproducono sullo schermo. Ogni *InfoPak* contiene testo, suoni, grafici, codici HTML, indirizzi Internet ed anche *softwares*: è grazie a questa sua caratteristica di trasferire qualsiasi tipo di archivio, che BackWeb viene utilizzato come sistema di distribuzione di programmi.

Castanet, realizzato da Marimba, si differenzia dagli altri prodotti focalizzati alla distribuzione di messaggi e pagine web, proprio per la sua caratteristica di essere utilizzato per la diffusione di applicazioni in Java, pur visualizzando pagine HTML. La vera innovazione apportata da Marimba consiste nel modo intelligente di aggiornamento dei canali: usando un collegamento TCP (Transmission Control Protocol) per l'invio delle informazioni, solo le parti modificate degli archivi sono trasmesse attraverso la rete. Si tratta di una soluzione efficiente per la distribuzione di documentazione e dati, automaticamente aggiornati, anche se ad un'attenta valutazione dei costi e della manutenzione richiesta, Castanet non può essere considerato un sistema particolarmente adatto per la diffusione di file.

Incisa, generato dalla Wayfarer Communications, a prima vista assomiglia molto a PointCast: entrambi i prodotti forniscono lo stesso tipo di informazioni agli utenti, con la differenza che PCN si indirizza ad un vasto pubblico, mentre Incisa si propone l'obiettivo di affermarsi all'interno di un ambiente più ristretto di società ed organizzazioni. Attraverso i suoi sofisticati filtri, che consentono un totale controllo ed un'accurata scelta dei messaggi che appaiono sullo schermo, Incisa offre la possibilità di trasmettere via Intranet informazioni spurgate da qualsiasi forma di pubblicità ed accuratamente prescelte da amministratori, direttori e caposezioni. Il

concetto dei canali è sostituito dagli *HeadLinks* — titoli di testo accompagnati da collegamenti web necessari al recupero del testo completo degli articoli — che si avviano per pochi secondi sullo schermo. Con l'ausilio di una interfaccia, più complicata di quella di PointCast e BackWeb, è possibile scorrere l'intera lista di titoli per reperire le notizie desiderate. Pur presentando interessanti caratteristiche di gestione e cernita delle informazioni, che hanno fatto di Incisa un prodotto attrattivo per molte compagnie che lo stanno sperimentando sulle loro Intranet, quest'applicazione, in fondo, non supera di molto le caratteristiche offerte da un buon sistema di posta elettronica.

Microsoft e Netscape, pur partendo da basi differenti, stanno introducendo nei loro *browser* questa nuova tecnologia, che permetterà ad Internet Explorer ed a Netcaster di cambiare il modo in cui l'informazione è ricevuta ed utilizzata in Internet. La Microsoft ha trasferito il *desktop* Windows al web, incastonando parti del web *browser* nel sistema operativo e nell'interfaccia utente. Netscape, invece, ha portato il *desktop* nell'interfaccia web: Netcaster non solo consentirà l'accesso al web, all'e-mail ed eseguirà altre operazioni in Internet, ma servirà anche da interfaccia alle applicazioni ed agli archivi del disco duro. Microsoft sembra che abbia stipulato un accordo con PointCast per diffondere i contenuti di PCN attraverso Internet Explorer 4.0, eliminando così la necessità di un'applicazione separata. Le informazioni saranno diffuse all'interno di un "Active Desktop", nuova creazione della Microsoft per la prossima generazione di interfaccia utente, che sostituirà lo sfondo del Windows '95 che attualmente decora lo schermo dei moderni pc. Netscape Communicator, d'altro canto, progetta ➤

Indirizzi utili

La seguente lista offre un elenco di indirizzi web di ditte impegnate nella realizzazione di tecnologie "di spinta". L'elenco, che include anche i nomi dei produttori dei quali si è già discusso nel corso dell'articolo, propone una combinazione di fornitori sia di programmi che di servizi.

Affinicast: <http://www.affinicast.com/>
Servizio di recupero di informazioni personalizzate.

After Dark On-line: <http://www.afterdark.com/>

WebCast, creazione della compagnia, consente agli utenti di selezionare i canali desiderati direttamente dai siti web esistenti.

BackWeb: <http://www.backweb.com/>

Caravelle: <http://www.caravelle.com/>

La società ha sviluppato un avanzato sistema di controllo della rete ed ha definito una serie di strumenti per facilitare la pubblicazione via Internet/Intranet, inclusa la possibilità di rapida diffusione di informazioni agli utenti.

Cognisoft: <http://www.cognisoft.com/>

Cognisoft ha prodotto Intelliserv, server che basandosi su applicazioni in Internet, integra, controlla e distribuisce informazioni reperite dalle più disparate fonti interne ed esterne. Gli utenti possono ricevere i dati selezionati secondo le loro preferenze, attraverso una pagina personalizzata, posta elettronica, pager o notifica.

DataChannel: <http://www.datachannel.com/>

Offre la possibilità agli amministratori di società e compagnie di gestire siti web e fonti interne per una diffusione selezionata di dati direttamente al computer dei loro dipendenti.

Diffusion: <http://www.diffusion.com/>

IntraExpress, programma concepito per le necessità aziendali, permette di generare informazione in differenti formati (spreadsheet, prezzi ecc.) in Windows o Macintosh distribuendola per posta

elettronica, fax o altro mezzo di comunicazione.

InCommon: <http://www.incommon.com/>

Creatore di Downtown che offre all'utente una vasta scelta di canali personalizzabili per soddisfare le più diverse esigenze di informazione.

Intercast: <http://www.intercast.com/>

Una tecnologia sviluppata da Intel per consentire la diffusione di dati estratti da pagine web o da trasmissioni televisive. Anche se elencati tra le tecnologie "di spinta", i prodotti di Intercast non rispettano, però, in senso pieno la definizione del termine.

Lanacom: <http://www.headliner.com/>

Creatore di Headliner che distribuisce in Windows '95 e Windows NT notizie ed informazioni attraverso i suoi 500 canali contenenti titoli di testa senza alcuna forma di pubblicità.

Marimba: <http://www.marimba.com/>

Mercury Mail: <http://www.merk.com/>

Le informazioni selezionate dagli utenti sono diffuse via e-mail, caratterizzando questo sistema solo marginalmente nell'ambito delle tecnologie "di spinta".

Microsoft: <http://www.microsoft.com/>

NetDelivery: <http://www.netdelivery.com/>

CyberSeniors è il sistema che presenta l'opportunità di collegare persone aventi interessi comuni ed affinità elettive alle organizzazioni che offrono informazioni qualitative, prodotti e servizi via Internet.

Netscape: <http://www.netscape.com/>

PointCast: <http://www.pointcast.com/>

Tierra Communications: <http://www.tierra.com/>

Tierra Highlights è un prodotto che identifica, recupera e distribuisce notizie attraverso Internet/Intranet. Esso segnala nuovi siti, evidenziandone i cambi e permette all'utente di filtrare parole e frasi.

Wayfarer: <http://www.wayfarer.com/>

di includere nella futura versione di Netscape l'accesso diretto a Marimba. Il *desktop* di entrambi i programmi si baserà su un raggruppamento logico delle informazioni contenenti un titolo oppure un sommario che, se selezionato, fornirà la versione completa dell'articolo. La Microsoft ha creato il Channel Definition Format (CDF), uno standard per definire i contenuti forniti dalle tecnologie "push" ed il loro modo di distribuzione. I file CDF facilitano la trasmissione dell'informazione attraverso la descrizione degli argomenti trattati in ogni canale, le eventuali variazioni ed il momento in cui l'utente dovrebbe controllare le informazioni aggiornate. Netscape, invece, non credendo in uno standard come il CDF, propone i *LiveSites* — alternativa ai canali creati dalla Microsoft — nei quali le informazioni personalizzate sono distribuite automaticamente agli utenti. Inoltre, in Netcaster un'area dello schermo, chiamata *Infostream*, sarà dedicata alla diffu-

sione in tempo reale di brevi notizie ed aggiornamenti.

In relazione con i canali è la "notifica": un *browser* Internet intelligente comunica all'utente i cambi di indirizzo delle pagine web, suggerisce dove incontrare le informazioni più recenti, controlla i siti preselezionati dall'utente,¹ e memorizza le notizie aggiornate, in modo tale da consentirne la lettura anche se si è scollegati dalla rete. Anche se tecnicamente parlando si tratta più di un processo di estrazione che di spinta, il risultato per l'utente non cambia visto che le informazioni gli giungono direttamente evitando la lunga fase di ricerca.

Il tradizionale e statico HyperText Markup Language sarà sostituito da un dinamico HTML, in grado di aggiornare il contenuto di qualsiasi pagina con un'alimentazione continua a prodotti multimediali e remote banche dati, attraverso una grafica altamente qualitativa e ricca di componenti interattive, che porte-

ranno lo sviluppo del web allo stesso livello di sofisticazione dei cd-rom o delle applicazioni del *desktop*. Anche se le tecnologie "push" ed i contenuti cosiddetti attivi costituiscono dei grandi cambiamenti, essi sono tuttavia una piccola parte del puzzle: l'universo del web ed i file del pc presto si fonderanno. Le tecnologie "push" contribuiscono a questo sviluppo, in quanto il web, diventando l'estensione naturale del *desktop*, sta acquistando una sempre più attiva personalità. ■

Note

¹ La Microsoft ha introdotto nella nuova versione di Internet Explorer, il concetto di abbonamento, ovviamente gratuito, ai siti web. Una volta abbonato, l'utente riceverà automaticamente le notizie prodotte dal sito. Internet Explorer cattura, a mano a mano che li riceve, i contenuti dei siti per i quali è stato sottoscritto un abbonamento, notificando immediatamente all'utente l'arrivo di nuove informazioni.