



multimedia

INDIRIZZO ELETTRONICO: multimedia@mlink.it

VENEZIA DIGITALE. Il cinema del futuro tra computer, set virtuali e nuovi autori

L'onda nuova è digitale

Alla 53ª Biennale del Cinema di Venezia ha fatto irruzione il digitale. Nel regno della celluloidi e computer applicati alla creazione filmica hanno destato curiosità e un po' di scandalo. Ma anche molto interesse. Il digitale nel cinema può significare l'avvento di una nuova fase creativa, dove autori ed interpreti hanno maggiore libertà e dove anche il pubblico può interagire. A condizione che fin d'ora si investa nella formazione e nella ricerca.

TONI DE MARCHI

«È la versione aggiornata della fabbrica dei sogni, in grado di superare i limiti fisici degli strumenti meccanici o analogici. Realtà e fantasia tendono a diventare una sola cosa». Maria Grazia Mattei ne è certa, la rivoluzione digitale cambierà il cinema così come un po' alla volta sta cambiando le nostre vite. Per provarcelo ha montato negli spazi della Biennale del Cinema di Venezia, assieme ad Adriano Levantesi, quello che è stato chiamato il Virtual Set, un percorso attraverso le nuove tecnologie, il loro rapporto con il cinema, quello che hanno contribuito a realizzare finora e le prospettive. Il Virtual Set veneziano si è snodato su tre sezioni principali: il Virtual Studio, realizzato in collaborazione con Rai, Enel e Infobyte; Digital Cinema; il cinema della rete, una presentazione creata con la collaborazione di Apple Computer. Nel Virtual Studio attori «reali» si sono mossi in scenografie virtuali. Un attore, solo, dentro una camera blu, assolutamente vuota, si muove mentre la scenografia viene creata al computer in tempo reale. «L'attore» spiega la Mattei «dovrà imparare a muoversi in uno spazio vuoto, guardando su dei monitor la scenografia che gli si forma istantaneamente mentre si muove». Per il Virtual Studio è stata realizzata anche una perfetta ricostruzione di alcuni ambienti del teatro La Fenice «all'interno» dei quali sono state realizzate interviste con ospiti della mostra. Un omaggio al teatro bruciato pochi mesi fa «come se» fosse vero.

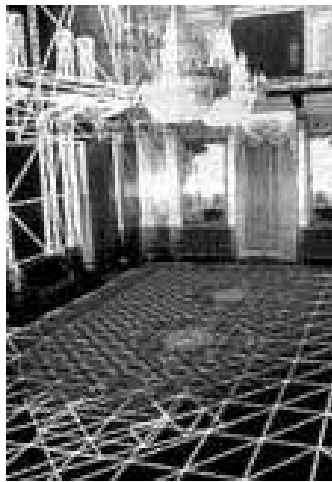
Digital Cinema è stata forse la sezione più direttamente collegata alla produzione cinematografica. Domino, un potentissimo elaboratore di immagini costruito in Inghilterra e portato a Venezia dalla milanese Interactive Group, ha mostrato con quali livelli di realismo possano essere proposti al cinema effetti speciali altrimenti impossibili da realizzare. «L'effetto speciale non è solo il tirannosauro che si muove nel parco» sottolinea la curatrice di Virtual Set «ma anche possibilità di

intervenire digitalmente su immagini realizzate in maniera tradizionale. Togliere dalle immagini un oggetto indesiderato, aggiungere un particolare, modificare una luce».

Con il cinema nella rete, sfruttando il QuickTime VR, un software della Apple che consente di ricostruire sul proprio computer ambienti tridimensionali all'interno dei quali è possibile muoversi, si è dimostrata la possibilità, ad esempio, di usare internet per fare sopralluoghi in località dove girare scene di film.

Tutto eccitante, tutto bello, tutto utile, certo. Ma... I ma, come sempre, tendono a prevalere. Prevala la non conoscenza delle tecnologie, prevalga la paura di non saper padroneggiare il mezzo, vince l'insicurezza di chi dovrebbe abbandonare vecchie abitudini e vecchie, consolidate professionalità. Vince il timore che la tecnologia costi comunque troppo. Ce lo conferma Maria Grazia Mattei raccontandoci delle reazioni dei visitatori del Virtual Set, in pratica quasi tutti gli operatori professionali presenti al Lido di Venezia, compreso un Gillo Pontecorvo gasatissimo. E ancora lei a dirci che «uno degli obiettivi che ci eravamo posti era far vedere come queste tecnologie siano amichevoli, non siano affatto distanti, siano persino facili da usare. Pensiamo di esserci riusciti. Abbiamo dimostrato soprattutto le nuove potenzialità creative». Bernardo Bertolucci, aggirandosi tra i computer dello studio virtuale, si è spinto fino a suggerire la necessità di una *nouvelle vague* digitale. Il digitale consente molte cose finora impossibili: permette ad esempio inquadrature originali che diano al pubblico la possibilità di punti di vista inediti. Permette di superare la linearità narrativa: si potrebbe immaginare un film che segue uno svolgimento determinato entro certi limiti dalle reazioni degli spettatori. Siamo, ovviamente, nella prospettiva lontana.

Ma non in una dimensione impossibile. Mattei parla di «fotorealismo digitale» nella sua presentazione a Virtual Set per significare la quasi sovrapposibilità dell'immagine virtuale con quella reale. Che poi è la vera sfida che si trova oggi di fronte il «creatore» cinematografico. Per il cinema europeo e per quello italiano il digitale è anche una straordinaria opportunità. Le tecnologie consentono di ridurre drasticamente i costi di produzione. Se c'è, oggi, una possibilità per il cinema europeo di far fronte allo strapotere americano, questa sta nel digitale. Il problema è investire in risorse umane, in formazione, in software. Per non essere ancora una volta relegati al traino di quel magnifico ed inarrestabile rullo compressore che si chiama Hollywood. «Non serve mitizzare l'avvento delle nuove tecnologie» conclude Maria Grazia Mattei «ma la loro banalizzazione o la loro sottovalutazione significherebbe perdere un'occasione irripetibile».



Un'immagine virtuale della Piazza Stanislas di Nancy tratta dalla rivista «Virtual». In basso: «Virtual set» a Venezia, ricostruzione del teatro La Fenice

Tempo di iperfilm

■ Si chiude l'era della meccanica e della chimica. E si afferma quella della produzione di oggetti immateriali. Bit al posto di atomi, secondo la nota espressione di Nicholas Negroponte. Anche nel cinema. Così per questo prodotto tipicamente «ottocentesco» è giunto il momento del tramonto. E il festival di Venezia ne ha celebrato la morte con diffuso sentimento di preoccupazione e pochi momenti di entusiasmo per le prospettive aperte dalle nuove tecnologie.

Ma che cosa cambia veramente con l'introduzione delle tecnologie legate al computer?

Innanzitutto molto è già cambiato. La ripresa, e soprattutto la «postproduzione» (i trattamenti che subisce la pellicola fino al montaggio) sono le prime fasi ad essere investite. In *Independence day*, presentato in anteprima per l'Italia al festival, gli effetti catastrofici sono stati realizzati utilizzando solo in parte i costosissimi modelli costruiti dai maghi degli effetti speciali: molti sono stati inseriti dopo, grazie al computer. È il caso

delle navi spaziali che incombono sulla città, che attori e comparse non hanno mai visto. O di attori ripresi sullo sfondo di un blue screen, in pratica un set virtuale (come quello allestito nella mostra «Virtual set» durante il Festival) in cui l'interprete si muove in uno spazio blu quasi vuoto, spazio che viene ricoperto dal *rendering* (gestione di ambienti digitali in terza dimensione). Tecnica usata, ad esempio, per realizzare scene in cui gli attori appaiono fra spaventose esplosioni. Analogamente è possibile moltiplicare le comparse presenti sul set, o incollare ad un mare in tempesta gli attori ripresi mentre nuotano in piscina, o porli in cima ad una montagna durante una tempesta di neve digitale. E gli sviluppi futuri sono facilmente prevedibili: segmenti di produzione digitalizzati realizzati in luoghi fisicamente distanti verranno spediti attraverso Internet per essere incollati in fase di montaggio finale

MICHELE FABBRIO

per il trasferimento sulla pellicola. Ma c'è già chi annuncia anche la fine della pellicola, sostituita dal supporto magnetico digitalizzato, che spingerà anchor più verso nuove fruizioni al di fuori delle sale di proiezioni tradizionali.

«Nirvana X-ROM» di Salvatore è una soluzione ponte. Da una parte c'è il film, con i suoi personaggi, le avventure, il finale tradizionale. Dall'altra un CD ROM interattivo realizzato con il software di realtà virtuale Quicktime VR. «La storia che hai visto nel film» dice il CD che lo spettatore carica sul suo Pc - non è finita come pensavi. Ora sei tu Jimi. Hai a disposizione tutto quello che c'era nel film, usalo, muovilo, esplora liberamente questo spazio per un'altra avventura, verso tante differenti conclusioni».

«L'interattività immersiva è la vera novità» ha affermato al convegno J. David Bolter, uno dei massimi esperti di comunicazione

ipertestuale, analizzando soluzioni di questo tipo - Le altre tecnologie non hanno modificato sostanzialmente la narrazione cinematografica. Con la grafica digitale computerizzata il punto di vista - questo è il concetto chiave - non è più sotto controllo del regista. Lo spettatore è libero di muoversi nello spazio costruendo la propria storia. «La grafica digitale interattiva sta al film, come l'ipertesto alla letteratura». Come gli ipertesti letterari computerizzati in cui il lettore è libero di scegliere la sequenza dei vari brani narrativi, così nell'«iperfilm» il controllo si trasferisce dall'autore allo spettatore. Si compie finalmente, secondo lo studioso di new media Carlo Infante, la rivoluzione iniziata nel Novecento: la perdita di centralità del «punto di vista» dell'autore affermatasi nell'Occidente con la prospettiva rinascimentale, peccato che, come avverte Bolter, gli scrittori, come i registi, debbano fare molta strada per arrivare a opere paragonabili, per qualità a quelle tradizionali.

■ Farsi un «giro» in *Ebla* (Pc, Admedia, 29.900) alle origini della civiltà urbana è (quasi) come esserci stati. Dalla storia degli scavi fino ai trattati stretti dalla città con i potenti vicini, passando per una visita alle tombe e ai resti dei palazzi e anche per un volo virtuale seguendo cinque o sei diversi itinerari. In questo Cd - reperibile in edicola, e primo di una serie dal titolo «Explora» - la vicenda di Ebla, la favolosa città della Siria scoperta solo nel 1963, è illustrata con una dozzina di particolari che dovrebbe soddisfare anche i «visitatori» più esigenti. Se un rischio c'è, semmai, è quello di perdersi tra gli infiniti rimandi da un'area all'altra, anche se un menù abbastanza chiaro e un semplice ma pratico *help* consentono, con un minimo di pratica, di districarsi nei labirinti della città. Di quella virtuale, almeno. Non siamo, per una volta, di fronte alla pura e semplice traspo-

sizione su disco di un vecchio libro di fotografie: si vede lo sforzo per creare un prodotto nuovo, realmente multimediale. Le foto ci sono (e sono molto belle), i filmati anche, la colonna sonora è affidata a Beethoven e ad altri autori del suo calibro, i testi sono chiari, i *links* sempre di facile accesso.

Se ne parla tanto, soprattutto da quando se l'è comprato, per una cifra astronomica, Bill Gates. Ma di possibilità di vedere davvero il Codice Hammer, le tavole d'anatomia scritte e disegnate da Leonardo, non è che ce ne siano poi così tante. Ecco dunque *Leonardo da Vinci e il Codice Hammer* (Pc, Basili, 29.900). La grafica di questo Cd è semplice, accattivante. Sia chiaro: non è un'opera che cerca di stupirci con gli effetti speciali. Al contrario, la presentazione è spartana quanto basta: niente musica, niente videoclip. Solo una sobria schermata cui si accede do-

po un'installazione semplice che - neanche questo guasta - richiede poco spazio sul disco rigido. Certo, il livello d'interattività è veramente basso. In pratica, l'opera sembra più che altro la trasposizione su Cd Rom di un normale testo su carta, o poco più. Ma si fanno apprezzare l'introduzione, l'apparato critico, i compendi e la ricca bibliografia. I testi, tutti in italiano, sono facilmente accessibili. Oltre a un'ampia biografia di Leonardo, accompagnata da miniapprofondimenti sugli avvenimenti salienti dell'epoca, per ogni tavola sono disponibili un compendio e - utilissima - la trascrizione del testo. E per chi vuole provare a «tradurre» da solo gli scritti di Leonardo c'è una piccola chicca: cliccando sulla riproduzione della tavola, è possibile rifletterla in modo da poter leggere normalmente la sua (pessima) grafia.

[Roberto Giovannini]

La pubblicità è l'anima di Internet Nel 2000 quasi 5 miliardi di investimenti solo negli Usa

La pubblicità non è ancora, forse, l'anima di Internet, ma certo è iniziata la sua ascesa inarrestabile, tra le correnti di bit in circolazione per il mondo telematico.

La società Jupiter communications di New York, ha condotto uno studio sulla pubblicità in rete (uno dei tanti per la verità commissionati quotidianamente dalle varie aziende). I risultati sono ovvi, per certi aspetti, curiosi, per altri. Ovvio il fatto che nell'ultimo trimestre il fatturato sia salito, rispetto a quello precedente (+83%). Per il 1996 si prevede che gli investimenti pubblicitari su Internet, in Usa, arrivino a 312 milioni di dollari, mentre nel 2000 sfioreranno i 5 miliardi.

Qual è il sito che ha ottenuto maggiori incassi pubblicitari? Netscape, con 9 milioni di dollari. Seguono a ruota i siti dei maggiori motori di ricerca: Infoseek, Yahoo, Lycos, Excite, Altavista, che hanno incassato tra i 3,6 e i 5,7 milioni, forti dell'uso pressoché necessario per chi naviga.

Curioso invece che la società che ha speso di più in pubblicità è la Microsoft (2,9 milioni) che, d'altro canto ha incassato, sul suo sito, meno di un milione di dollari. Netscape che, come abbiamo visto, ha incassato più di tutti, ha però speso meno per farsi pubblicità: solo 2,1 milioni.

Altre società che non hanno lesinato sugli investimenti pubblicitari in rete sono la AT&T e la Nymex, società dei telefoni newyorkese.

Per i naviganti le «bugie» di David Bowie

Si chiama «Telling Lies», ed è il nuovo singolo di David Bowie. La pubblicazione è fissata per le 4 del pomeriggio, ora italiana, del prossimo 11 settembre. Ma il brano non potrà né essere acquistato nei negozi di dischi, né trasmesso via radio: l'unica possibilità di ascoltarlo sarà quella di collegarsi, attraverso la rete internet, al sito ufficiale del «duca bianco», all'indirizzo <http://www.davidbowie.com>.

La trovata, piuttosto originale, è della Virgin, che offrirà al popolo della rete la possibilità di ascoltare il brano attraverso i sistemi RealAudio e Shockwave o di «scaricarlo» sul proprio computer nel formato .wav, gratuitamente. È la fine dell'era del CD?



Con «Explora» in giro per Ebla