

Lunedì 18 novembre 1996

l'Unità2 pagina 9



# Multimedia

INDIRIZZO ELETTRONICO: multimedia@mclink.it



■ **Shareware.** E' una categoria di software distribuita liberamente attraverso la Rete, da provare prima dell'acquisto. Quando si preleva un programma shareware è possibile copiarlo, distribuirlo, utilizzarlo liberamente e, dopo un periodo di prova (generalmente un paio di mesi), se si decide di impiegarlo sistematicamente si deve inviare la cifra richiesta dall'autore. Da questa registrazione si potrà accedere a funzioni aggiuntive.

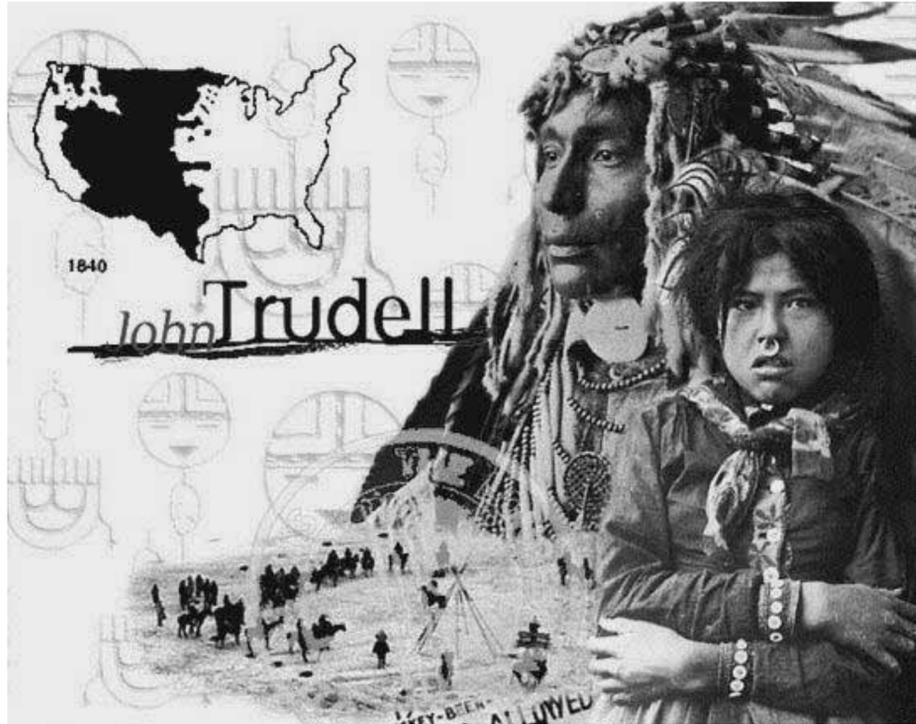
Questo sistema è molto diffuso in Internet e funziona da trampolino di lancio per i programmatori che vogliono far conoscere le proprie capacità al pubblico, offrendo una fascia di programmi utilissimi ma spesso trascurati dai grossi produttori di software. Un programma freeware è invece completamente gratuito.

■ **Mailing List.** E' l'elenco degli indirizzi elettronici dei membri di un gruppo di discussione in Internet: un messaggio e-mail inviato ad un sistema viene inoltrato automaticamente ad una lista di destinatari interessati ad un dato argomento. Una volta che ci si è iscritti ad una determinata lista, si riceveranno i messaggi di tutti gli altri e si potrà intervenire nel dibattito. Esistono liste praticamente su tutto lo scibile umano.

■ **Newsgrup.** Sono le aree o forum di discussione di Usenet (enorme bancadati collegata ad Internet che contiene e aggiorna migliaia di "conferenze") dove chiunque può inviare messaggi riguardanti un particolare argomento e leggere i messaggi inviati dagli altri.

■ **E' insomma il più potente e universale mezzo di scambio di opinioni tra persone interessate a uno specifico tema.** La differenza con le mailing list\* è che invece di ricevere in modo automatico i messaggi, dovete andare a cercarli. I newsgrup coprono una vasta serie di argomenti: da quelli di carattere prettamente tecnico, come le conferenze su tutti i tipi di computer, ad altri di carattere più culturale, come le aree di discussione scientifica, ad altri ancora riferiti allo svago e al divertimento. I newsgrup sono strutturati secondo un criterio gerarchico evidenziato dai nomi assegnati alle singole aree, che comprendono sempre un prefisso che indica l'argomento principale: rec. (ricreazione, culturale) soc. (società), alt. (alternativi), ...

[Camillo De Marco]



Un'immagine tratta dal secondo numero della rivista su CD ROM i-wave

## FILM DIGITALI Un'opera «aperta» della Giunti Multimedia

# Missione interattiva

Blackfire, un'arma micidiale, un aereo da combattimento futuristico. Un film dalla struttura aperta su CD ROM realizzato dalla società europea Triwest Pictures (gruppo Giunti Multimedia). Gli «spettatori» partecipano attivamente alla trama scegliendo una delle possibili soluzioni di volta in volta presentate nel succedersi degli eventi. Può diventare pilota, parlare con il comandante e via simulando. La visione può durare anche quattro mesi.

ISABELLA FAVA

■ Jack Taylor è un colonnello dell'aeronautica militare. Il suo compito è quello di ostacolare i piani di Ethan Kurtz, un trafficante di armi che, in una base segreta del deserto arabo, sta ultimando la costruzione di un aereo da combattimento futuristico, un'arma micidiale che ricorda l'F-117, l'aereo invisibile che debuttò in Desert Storm, e che porta il nome minaccioso di Blackfire.

Riuscirà Taylor a portare a termine la sua missione? La verità è che non lo sappiamo neanche noi perché l'esile trama che vi abbiamo raccontato è la struttura aperta di un film interattivo presentato al Mifed (Cinema and Television International Multimedia Market), la fiera che si tiene annualmente a Milano per gli

operatori del settore a caccia di novità. Blackfire, questo il titolo, è il primo film interattivo su Cd-Rom realizzato da una società europea, la Triwest Pictures, che fa parte del gruppo Giunti Multimedia ed è stato girato da Renato Longi, regista pubblicitario per anni al servizio di Ridley e Tony Scott.

Nel film lo spettatore è un personaggio. A lui si rivolgono gli attori chiamandolo per nome (un accorgimento che viene realizzato in fase di avvio scegliendo tra 12 nomi disponibili), a muovere la storia e a lui sono demandate le scelte più importanti che possono portare alla soluzione o al fallimento dell'impresa. I canali di scelta a ogni nodo della storia sono addirittura tre che

fanno quindi crescere potenzialmente le possibilità di sviluppo. L'interazione non riguarda però solo le decisioni ma anche la partecipazione attiva dentro le scene del film. Come pilota lo spettatore può lanciarsi col suo aereo da caccia fra le strette gole di un canyon, può rivolgersi al comandante per ottenere ordini sulla missione e, infine, indossando un casco può navigare fra diagrammi e rappresentazioni grafiche.

Filmato con attori in carne e ossa e su set reali, il film sarà pronto in marzo e, a giudicare dalle sequenze dimostrative, avrà una qualità d'immagine e un coinvolgimento emotivo pari a quello del cinema su grande schermo. L'interattività, sostiene Longi, autore anche del progetto e della sceneggiatura, è superiore a quella dei videogiochi presenti attualmente sul mercato grazie a una storia avvincente e a una sceneggiatura ben costruita che si snoda attraverso quattro livelli di interattività, una rete narrativa fatta di incroci e strade diverse che lo spettatore-giocatore può percorrere.

Le riprese in realtà virtuale e la verosomiglianza della storia - filmata con una tecnica utilizzata in

pubblicità, la Direct Visual Effects, che consiste nell'assemblare, mentre si gira, effetti ottici e grafica computerizzata - rendono l'esperienza molto soggettiva. Con 50 minuti di materiale filmato Longi assicura che si può stare incollati allo schermo del computer anche per quattro mesi, con uno sforzo fisico e psicologico pari a quello di una partita a schacchi di livello medio-alto. Ciò è possibile grazie a una sceneggiatura costruita con la tecnica del looping. Un sistema mutuato dall'informatica che consiste, secondo la logica del «if...then», nel prevedere tutte le situazioni possibili e nel mettere quindi lo spettatore sempre davanti a una scelta. È un po' come trovarsi dentro a una stanza con due porte. Qualsiasi decisione si possa prendere fa parte delle uniche possibili. L'abilità dello sceneggiatore sta appunto nel mettere lo spettatore di fronte a una scelta obbligata, una delle tante possibili in una situazione reale. Blackfire coniuga l'arte cinematografica, la grande arte dell'identificazione, con l'ultima generazione dei videogiochi, sempre più sofisticati. Cinema più gioco un'accoppiata che regala belle immagini e una storia ricca di colpi di scena.

## Mib e Mibtel informazioni su «Borsa on web»

Nasce «Borsa on Web», un servizio di Borsa su Internet che permette di consultare quasi in tempo reale informazioni economico-finanziarie aggiornate ogni minuto tra le 9.30 e le 18.30. Il servizio comprende informazioni sui titoli azionari con il dettaglio di tutte le transazioni, titoli obbligazionari, premi, indici Mib e Mibtel, la possibilità di esportare i dati verso i più diffusi software di analisi tecnica un notiziario di Borsa e un notiziario politico-economico in collaborazione con l'agenzia Asca. «Borsa on Web» sta raccogliendo in questi giorni i primi abbonamenti: costa poco più di 20.000 lire al mese ed è all'indirizzo: <http://www.telematica.it/>.

[Roberto Giovannini]

L'informazione orizzontale/2

## «i-wave», rivista senza carta

Il panorama dell'editoria «oltre la carta» si è arricchito negli ultimi mesi di un quadrimestrale edito dalla francese LVI e distribuito dall'inglese Future Publishing. Si chiama i-wave, onda interattiva ed è un ottimo esempio di come si può sviluppare un prodotto multimediale nel campo delle pubblicazioni. Non si tratta di una rivista specializzata in nuove tecnologie, né indirizzata ai fanatici del computer. i-wave è per tutti coloro che sono interessati al domani.

ANTONELLA MARRONE

■ «Non leggetela: guardatela, ascoltatela, vivetela». La rivista si chiama i-wave dove i sta per interactive ed è un quadrimestrale su CD Rom. Salomonicamente concepita per piattaforme Mac e PC la guarda, la ascolti e pensi che si, questo è un pezzetto di futuro, di editoria del futuro. E senza sentirsi invaso dalla fantascienza, senza patemi d'animo per la perdita del supporto cartaceo, senza ansie da integralismo.

Quattro ore (questa la durata della visione in un'unica ipotetica «irata») in cui i sensi sollecitati si ammonizzano tra loro e scatta quel qualcosa che favorisce l'interesse, la curiosità, la voglia di leggere. Dimentichi di sedere di fronte al computer, si «sfogliano» le pagine da cui emergono immagini bellissime, parole, suoni. Una rivista che non sarebbe giusto definire di «tendenza» o specialistica. Non si occupa, infatti, di argomenti specifici, non è tecnologica, non si rivolge ai fanatici del computer. Per capire meglio vediamo come sono concepiti i numeri usciti (due: uno in primavera e uno in questi giorni).

Il sommario presenta cinque sezioni poi suddivise in articoli:

*Labirinto Digitale* (grafica in 3D, arte audiovisiva, ultime uscite di CD Rom), *Lo Stato delle Arti* (interviste ad artisti come Peter Gabriel, Terry Gilliam, Moeblus, Peter Greenaway, Laurie Anderson), *Terre straniere* (itinerari storico-culturali in Vietnam, Mongolia, tra i nativi americani e gli Amish), *Giochi* e il *Pianeta Bambini*.

i-wave è bilingue, inglese e francese, distribuita in Francia, Inghilterra, Belgio, Svizzera e Australia e nasce come diretta emanazione de *La vague Interactive*, la prima rivista francese diffusa su CD Rom tre anni fa. Prodotta da LVI Presse, Les Editions Numérique,

**l'onda interattiva** è distribuita dall'inglese Future Publishing (che edita il mensile.net). Un prodotto editoriale che apre strade nuove in un settore che sembra da tempo sull'orlo della crisi. Ma quanto costa produrre una rivista di questo tipo? «Tra i 600.000 e gli 800.000 franchi a numero (un franco corrisponde a circa 300 lire n.d.r.) - risponde Michel Besnier, responsabile della LVI - Tra corpo redazionale, amministrativo e organizzativo siamo 12 persone. Poi bisogna considerare i tanti freelance che lavorano per noi. Insomma in tutto una trentina». Le vendite del primo numero sono incoraggianti. Anche se non è ancora completo il bilancio per tutti i paesi in cui viene venduto, si parla di oltre 15.000 copie in Gran Bretagna e 8000 in Francia. Il costo della rivista è di 9,99 sterline (poco meno di 25.000 lire) e si può facilmente ordinare via e-mail e via fax. Il sito in cui trovare tutte le informazioni e dare anche un'occhiata al CD ROM è [www.lvi-press.com/iwave](http://www.lvi-press.com/iwave).

## Scuola: un forum per la telematica

Multimedialità vuol dire semplicemente consumo, acquistare processori sempre più potenti o modem più veloci o lettori a 20 velocità? No. Siamo convinti che la società «multimediale» non sia fatta solo di «consumatori» ma che, al contrario, sia necessario formare «utilizzatori» intelligenti. Perché ciò riesca una delle carte vincenti è la scuola. La telematica modificherà la scuola italiana? Sono sempre più numerosi gli istituti di istruzione che sfruttano Internet come strumento di documentazione e di sperimentazione didattica. Manca ancora, però, un progetto unitario e spesso le iniziative sorgono spontaneamente - dal basso. Insegnanti volenterosi, amministrazioni locali impegnate a costruire «agorà telematiche» e università sono gli attori di questa silenziosa rivoluzione. Galileo, la rivista di scienza e problemi globali (<http://www.galileo.webzone.it>), dedica uno spazio fisso a questi temi.

Tutte le iniziative attualmente funzionanti e i progetti in corso sono analizzati in funzione degli obiettivi che si prefiggono e delle effettive opportunità che offrono. Il Forum, aperto alle scuole e agli esperti, è lo spazio per discutere dei problemi della costruzione della rete della formazione e - soprattutto - dell'impatto nella didattica dei nuovi linguaggi multimediali e della telematica.

## Next generation la famiglia e il digitale

In occasione di Hobbytronica, il Salone del multimedia per la famiglia, (Lingotto Fiere di Torino dal 20 al 24 novembre) sarà presente un progetto sul multimedia educativo a cura di Poliedra Gruppo Entasis. Verrà allestito il MEDIALAB, un laboratorio ludico-didattico che oltre alla navigazione guidata in ipertesti realizzati nelle scuole, in edutainment CD-Rom e web didattici, attiverà delle teleconferenze con vari istituti scolastici e la trasmissione Rai Media/Mente. Mercoledì 20 novembre si svolgerà un convegno su «Next Generation. La rivoluzione digitale, la scuola, la famiglia e la nuova generazione». Coordina Carlo Infante. Per informazioni: Gruppo Entasis 0115623565 entasis@alpc.com.it

## Agrigento l'uomo, la vita e la tecnologia

L'Accademia degli Studi Mediterranei organizza ad Agrigento (19-23 novembre) un convegno internazionale dedicato all'«Universalità dei media, diversità di culture e di valori, unità dell'uomo». È la multimedialità ad essere esplorata, nelle relazioni dei tanti interventi (Agostino Lombardo, Domenico Parisi, Stefano Rolando, mons. Marcello Sanchez, Sarondo, ecc...) da diversi punti di vista. Obiettivo principale è quello di instaurare un rapporto non di soggezione, né ottusamente conflittuale, ma di intelligente dialettica con il mondo in continuo cambiamento dell'informazione tecnologica.



Un ricettario interattivo per dolci e torte

■ *Che dolce sei?*, ovvero quando la multimedialità va integrata: in questo caso con l'attività culinaria. Siamo parlando di un Cd-Rom della Sacis (Pc e Mac, Sacis, 92.800) piuttosto atipico. Non è un gioco, non ha dichiarati scopi educativi, si rivolge ad un pubblico ultraselezionato: quello dei «golosi-curiosi». Golosi, perché qui, nel dischetto si possono leggere (e stampare) qualcosa come 450 ricette da tutto il mondo: Europa, certo, ma anche Africa, Asia (che, a giudicare dagli ingredienti, dovrebbero essere squisiti), America Latina. E la parte interattiva? C'è, naturalmente. Consiste in una sorta di grande quiz (con domande anche a carattere personale) condotte da un pasticcere-psicologo che alla fine emette la sua «sentenza». E dice qual è il dolce che più si adatta alla vostra personalità. Nel caso di chi scrive, la risposta è stata una sorta di maxi-bigné, pie-

no di creme e cioccolato. Un Cd da visitare, dunque. Anche - e si ritorna alle cose dette prima - non si sfugge alla sensazione che in questo caso, l'attività multimediale va per forza di cose integrata: con la più antica attività del gustare.

Assassini alieni sono sbarcati nella Los Angeles del futuro, e gli umani si sono ritrovati improvvisamente in cima alla lista delle specie in pericolo. Sta tutta qua la trama di *Duke Nukem 3D* (Pc, 99.000) videogioco tridimensionale che spara e fugge dall'ultima generazione, pieno di effetti speciali, scenari da capogiro, armi letali, colori e suoni da stordimento. Sulla scia di *Doom*, ecco insomma un gioco che non richiede molta intelligenza, ma per lo più destrezza e coordinamento. Non c'è dubbio: il gioco è ironico e divertente, ma molto violento, tanto è vero che si consente di bloccare l'accesso al gioco con una *password* di acces-

so. Una volta esauriti i livelli disponibili sul Cd, è possibile rifornirsi di nuovi scenari e di programmi per crearli sia su Cd che su Internet; inoltre, fino ad otto giocatori possono giocare collegati via modem. Attenzione all'assuefazione!

E concludiamo con il *Grande Dizionario Multimediale* della Peruzzo Informatica (Pc, 89.000). Il Cd, distribuito anche nelle edicole, ha un prezzo sufficientemente contenuto rispetto alla concorrenza del settore «enciclopedie multimediali». Naturalmente lo scarto di prezzo - sia in termini di qualità dell'interfaccia grafica di navigazione che dal punto di vista dei contenuti delle 29.000 voci comprese nell'opera - si fa sentire. In ogni caso si tratta di un prodotto valido che si rivolge in particolare ai ragazzi impegnati negli studi, con 1.000 immagini, 90 videoclip, suoni e brani musicali.

[Roberto Giovannini]