

Anche «Libération» ha dedicato la prima pagina al gioco elettronico che sta spopolando

Lara Croft, quella pin up virtuale che ha conquistato le copertine

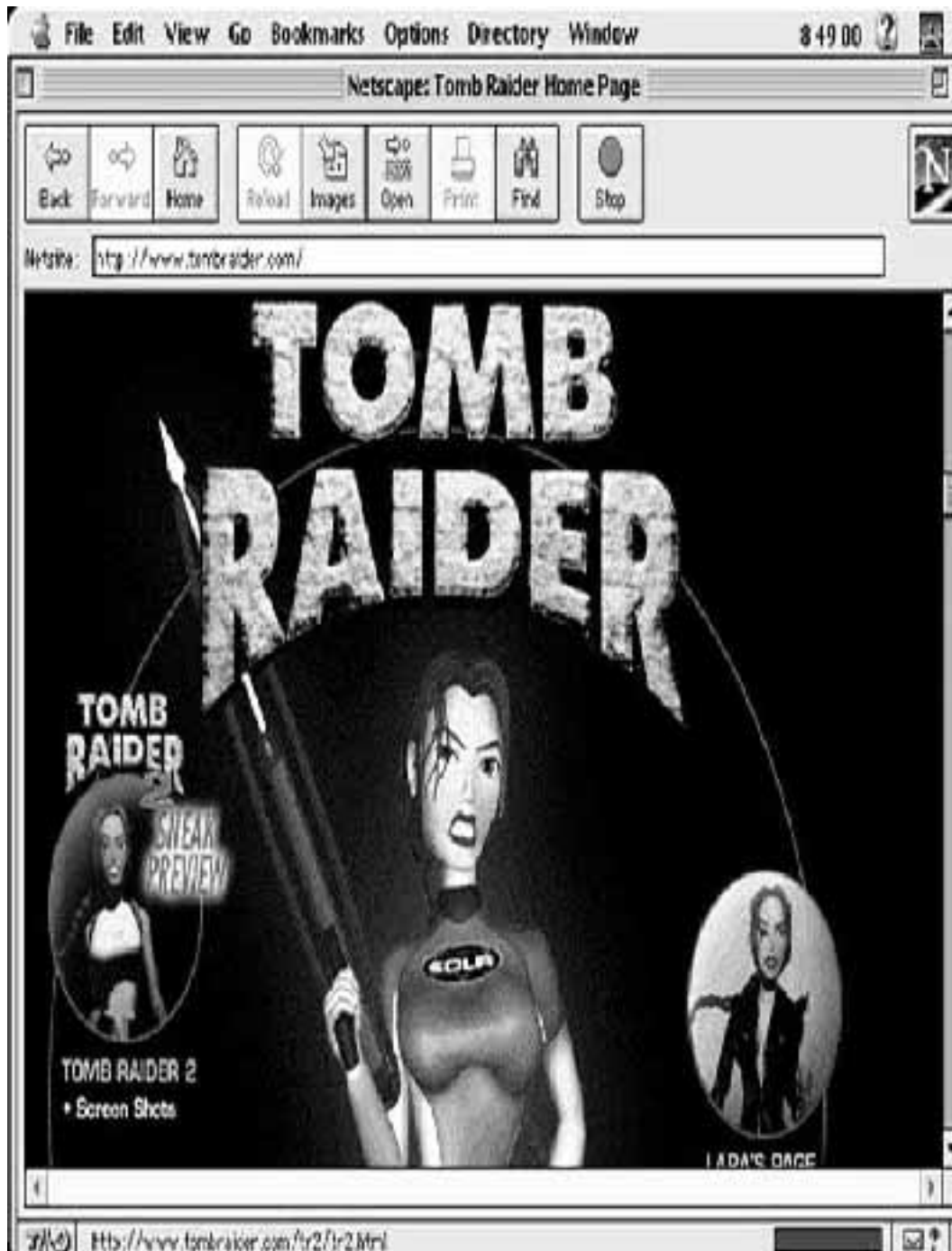
Dietro il fenomeno di costume c'è anche una guerra, combattuta a suon di milioni di dollari, per il predominio sul mercato delle piattaforme per videogiochi. Immagini tridimensionali. La «ragazza» veste sempre griffato.

Anno 2000 In arrivo i primi guai per i computer

«Il problema dell'anno 2000» sta già creando guai, con molto anticipo rispetto anche alle più pessimistiche previsioni. Una società statunitense, la Produce Palace International, ha infatti citato in giudizio per danni la Tec Corporation, costruttore dei registratori di cassa da lei usati. Ogni volta che viene effettuato un pagamento con una carta di credito il cui anno di scadenza è il 2000 o successivo, il computer si blocca, i modem devono essere resettati e i commessi devono chiamare al telefono la società della carta di credito per avere l'autorizzazione. Comperati appena due anni fa, i registratori di cassa della Produce Palace sarebbero entrati incrisi oltre cento volte solo negli ultimi dodici mesi, ogni volta che una carta di credito con scadenza al prossimo millennio veniva «strisciata» nel lettore magnetico. I proprietari della ditta sostengono di aver più volte richiesto l'intervento dei tecnici della Tec, senza che questi venissero a capo del problema. L'episodio è piccolo ma, come tutte le proverbiali punte di iceberg, segnala con un certo anticipo la quantità di problemi che l'avvicinarsi del 2000 comporterà non solo per i gestori dei grandi sistemi informatici, ma anche per la nostra vita quotidiana. Eppure gli allarmi ci sono già stati, e numerosi. In Italia, poi, sono stati quasi sempre presentati dai mass media più come occasioni quasi folcloristiche che come avvertimenti da prendere sul serio. Chissà, forse qualcuno spera che, appena scatterà il nuovo secolo, dai computer dell'INPS spariranno come per magia tutti gli ultrasensantenni. [T.D.M.]

Sono molti gli sguardi che si posano sulla copertina del giornale tenuto sotto il braccio che ostenta in prima pagina l'immagine di una bella ragazza «en déshabillé». In metropolitana sfogliando le pagine interne e tenendo il quotidiano ben aperto, si rende la copertina più appetibile agli occhi dei presenti, maschi. Il giornale è serio, straniero e per giunta autorevole, comesi dice.

Si scorge una donna, una lunga treccia castana, munita di un mitra griffato Gucci, voltata di spalle ma che «guarda in macchina», e quindi rivolge lo sguardo a chiunque indugi sulle sue forme. E sono in molti a farlo. Ma chissà se qualcuno che a lungo ha osservato questa pin up si è reso conto che lei, Lara Croft, questo è il suo nome, nella realtà non esiste. È un «insieme sensuale di pixel» suggerisce con tono enfatico un ammiratore statunitense. Molto più prosaicamente è il frutto delle fantasie, con evidenza azzeccate, di un creatore di giochi elettronici inglesi. Si chiama Toby Gard, è un ventiquattrenne, ex campione mondiale di videogiochi ma anche genicaccio scaltro che ha aspettato poco per vendere, a molto, la sua creatura digitale e per rendersi poi completamente irripetibile. Lara Croft è la protagonista di Tomb Raider, un video gioco prodotto dall'inglese Eidos Interactive (per Play Station e Pc), che sta spopolando in mezza Europa, Stati Uniti e Giappone e cui sono fatalmente dedicati migliaia di siti Internet. Non si tratta, però, solo della mania di migliaia di video giocatori adolescenti sparsi sulla faccia del pianeta, la battaglia virtuale di Lara Croft in Tomb Raider è il simbolo di un'aspra guerra commerciale combattuta a suon di milioni di copie vendute e milioni di dollari fatturati. È la battaglia tutt'altro che virtuale tra la Play-station della Sony e le console rivali di Sega e Nintendo per il dominio del mercato mondiale dei videogiochi. Il successo di Lara, due milioni e mezzo di copie vendute nel mondo, sta fornendo un vantaggio formidabile per le casse della Sony. Non solo, ci guadagneranno anche «i sogni digitali dei nostri bambini», sostiene Noboyuki Idei, presidente della compagnia giapponese e novello «cittizen Kane telematico». Il grande successo di pubblico di Tomb Raider ha ragioni squisitamente tecniche per le quali i ragazzini clienti sono sempre più sensibili ed esigenti. Lara Croft, infatti, si muove tra scenari alla Indiana Jones, combatte contro gangster, lupi, pantere, serpenti e anche un Tyrannosaurus Rex, per la conquista dello «Scion»: oggetto demigurgico appartenuto alla civiltà di Atlantide. Il tutto, però, realizzato in ambiente «full 3D». Cosa significa? Significa che non esiste



Il sito Web di Lara Croft

uno sfondo piatto dove si realizza l'azione, come nei giochi elettronici tradizionali. I personaggi sono completamente tridimensionali e Tomb Raider si svolge sotto gli occhi di una serie di «telecamere» in movimento pronte a riprendere dalle più diverse angolature ogni momento della partita. La sindrome da Tetris, chiudigli occhi e continui a vedere figure geometriche che s'incastano, ha una variabile Tomb Raider: spenta la Play Station, le evoluzioni di Lara Croft, per il piacere di molti, rimangono a lungo nei nostri occhi. L'inglese Toby Gard, ha talmente colpito nel segno da rendere Lara Croft un personaggio che è sempre meno virtuale. Per il numero di siti Internet, anzitutto, una miriade con informazioni, sfondi, immagini e trucchi per giocare al meglio. Spiccano alcuni ricchi di immagini osé

e abiti disegnati da Gucci, Colonna e Mc Queen. Altri informativi tra cui «The Croft Times», una rivista telematica portoghese interamente dedicata alla Nostra. E navigando si scopre anche la «vera storia» di Lara Croft, una dettagliata biografia costruita ad arte dai produttori di Tomb Raider. Viste le uovate d'oro anche a Hollywood, non hanno aspettato molto per prendere le misure a Lara e trasportarla sullo schermo, quello grande stavolta. È già in lavorazione un film con una protagonista, in pelle ossa, rispondente al nome di Rhona Mitra, illustre sconosciuta della celluloid, ingaggiata unicamente per la «forte somiglianza» con la protagonista di Tomb Raider. Anche la musica non è rimasta a guardare: nella tournée degli U2, alcune sequenze su un maxi schermo sono affidate alle movenze di Lara

Croft, quella «finta» quella digitale. In autunno, invece, è previsto il lancio di un Cd composto da Dave Stewart, ex Eurythmics, con il primo singolo di Miss Croft. A tutto questo non può mancare un intenso commercio di oggetti con l'effigie di Lara Croft: orologi, magliette, felpe e quant'altro l'industria del consumo è pronta a smerciare all'apparire di un vip nuovo di zecca. Molti attribuiscono la grande popolarità della protagonista di Tomb Raider al fatto che sia una donna in un mondo da sempre fatto di eroi digitali uomini. In effetti, protagoniste femminili nei videogiochi non se ne ricordano, al massimo venivano attribuiti alle donne ruoli comprimari, come levarie Nina, Michelle e Jun di Tekken, altro videogioco di successo. Con la sua femminilità Lara avrebbe portato qualche milione di gio-

catrici alla causa di Tomb Raider, incrementandone le vendite. Insomma non siamo solo di fronte ad un video gioco dalle caratteristiche tecnologiche avanzate e di grande successo commerciale. Il fatto che giornali prestigiosi e non specializzati in elettronica di consumo si stiano occupando di Lara Croft ne è la conferma. Il francese «Libération» sostiene, in un lungo servizio, che «Tomb Raider sarà l'Intolerance dei video giochi». L'Economist, in un articolo del febbraio di quest'anno, invece si chiede «quale uomo può resistere a una creatura come Lara Croft? Il fatto che la ragazza sia digitale non le fa assolutamente perdere nulla del suo fascino». Gli innumerevoli ammiratori telematici sottoscrivono.

Nicola Zamperini

NetMeeting

Arriva (gratis) la versione 2.0

Micorsoft ha annunciato che da alcuni giorni è possibile scaricare gratuitamente il programma NetMeeting 2.0, all'indirizzo: <http://www.microsoft.com/netmeeting/>. Si tratta di un software, destinato ad Internet e alle Intranet aziendali che consente di realizzare conferenze (parlandosi ma anche guardandosi) in rete. sessanta aziende, dal canto loro, hanno già annunciato che stanno per arrivare sul mercato prodotti e servizi compatibili con NetMeeting 2.0.

Mediaset

In arrivo una soap italiana

Mediaset sta lavorando ad una soap opera che dovrebbe essere trasmessa «n line» entro il 1997. Il titolo provvisorio è «Quartet», e secondo le agenzie di stampa sarà molto simile agli analoghi racconta puntate per Internet che da tempo si vedono negli Usa. La «soap» sarà ambientata a Milano. A decidere il comportamento dei protagonisti sarà un gruppo di autori, ma anche i navigatori-utenti potranno dire la loro, mediante suggerimenti via e-mail agli autori.

Rai

«L'approdo» su Internet

È disponibile in rete, all'indirizzo <http://www.rai.it/teche>, la versione telematica de «L'approdo», la rivista che nelle sue versioni radiofonica e su carta ha per trent'anni rappresentato il meglio del dibattito culturale italiano. L'edizione su web fa seguito a quella sperimentale su Cd-rom presentata qualche mese fa al salone dell'editoria di Torino. Si rendono in tal modo disponibili a tutti centinaia di documenti fondamentali per la nostra storia recente che possono essere anche scaricati sul proprio computer. L'accesso è gratuito, ma subordinato al rilascio di una password.

India

Internet si apre ai provider privati

Il governo indiano, che fino a ieri deteneva il monopolio degli accessi alla rete telematica, ha deciso che consentirà l'arrivo di provider privati. Il tutto, però, dietro concessione di una speciale «licenza» governativa. Il ministro delle comunicazioni ha spiegato che la parziale liberalizzazione dovrebbe consentire una maggiore diffusione della rete telematica.

MACWORLD EXPO In due settimane vendute oltre un milione di copie del nuovo MacOS 8

È Apple il personal computer più veloce del mondo

L'annuncio-choc dell'alleanza con Microsoft ha messo la sordina alle molte novità presentate al salone tutto dedicato al Macintosh.

BOSTON. Resterà nella storia di Apple questa Macworld Expo appena conclusa a Boston. Il ritorno da leader di fatto, anche se privo di qualsiasi investitura aziendale formale, di Steve Jobs proprio nel ventesimo anniversario della società che creò assieme a Steve Wozniak; l'accordo con Microsoft e la comparsa in videoconferenza del «diavolo» Bill Gates nel bel mezzo del discorso inaugurale; la nomina nel consiglio di amministrazione di un personaggio come Larry Ellison, patron di Oracle, e profeta del Network Computer: ognuno di questi fatti, da solo, rappresenta un evento capace di cambiare radicalmente la storia della società di Cupertino. Strano destino quello di Steve Jobs. Richiamato lo scorso gennaio in Apple, dopo un esilio di qualche anno, dall'amministratore delegato Gilbert Amelio che lo presentò con grande pompa e clamore proprio al Macworld Expo del gennaio scorso, appena sei mesi più tardi ha mandato a casa Amelio e sta di fatto ridis-

gnando le sorti della Mela per i prossimi anni.

Tutto ciò ha fatto presa nell'immaginario di fans e detrattori della Apple. E non poteva essere altrimenti. Ma nel fondo, per lo più lontani dal clamore delle prime pagine, questo salone estivo è stata l'occasione per una serie di annunci forse ancora più importanti per capire lo stato di salute dei computer con la mela.

A cominciare dalla notizia che in due settimane negli Stati Uniti sono state vendute oltre 1,2 milioni di copie del MacOS 8, la nuova versione del sistema operativo Macintosh. Un successo inaspettato, tanto che la Apple parla di vendite superiori del 400 per cento rispetto alle previsioni.

Sono tante le ragioni perché il mondo Apple sia soddisfatto per questo MacOS 8. La prima è che, dopo tanti ritardi e scadenze non rispettate, questa volta il prodotto è arrivato puntuale, esattamente come era stato annunciato sei mesi fa.



Un'immagine del Macworld di Boston

Il nuovo sistema, ed è la seconda ragione di soddisfazione, appare inoltre molto stabile e con una tale quantità di miglioramenti nelle funzionalità e nell'interfaccia da distanziare di molto il suo diretto concorrente, Windows 95. La terza, e forse più importante, è la conferma dell'impegno della società californiana a portare avanti il programma di aggiornamento del suo sistema operativo. È vero che Steve Jobs nel suo discorso inaugurale non ha parlato di Rhapsody (questo il nome in codice dato al prossimo sistema) forse per non oscurare le prospettive di MacOS 8, ma il mantenimento della promessa di consegnare quest'ultimo entro luglio fa ben sperare per il rispetto della tabella di marcia che prevede la prima versione di Rhapsody il prossimo gennaio.

A Boston è stato presentato anche quello che viene definito il personal computer più veloce del mondo, il Mac 9600/350, un desktop con un processore funzionante a 350 Mhz,

molto più del più veloce Pentium oggi disponibile. Dotati del nuovo processore Mach-5, una evoluzione del PowerPC utilizzato attualmente, i computer Apple appena presentati stanno però già per perdere il loro primato. A favore di un altro Macintosh. O meglio di due suoi «cloni», il Motorola Star Max Pro 6000 e il Power Computing Power Tower Pro G3 275 che utilizzano il MacOS e montano una ancor più nuova versione del chip PowerPC, la cosiddetta G3 che dovrebbe servire da base per la nuova generazione di processori capaci di arrivare ai 1000 Mhz entro l'anno 2000.

La competizione tra Apple e i costruttori di cloni (da noi quasi inavvertita, ma negli Usa i computer non Apple che usano il MacOS costituiscono ormai il 30 per cento delle vendite) è proprio in questi giorni al centro di una controversia a proposito dei diritti di licenza. La Apple, probabilmente sotto la spinta di Jobs che è sempre stato nemico dell'idea stessa di licenza, starebbe

cercando di rivedere gli accordi già sottoscritti. Qualcuno addirittura sostiene che la società californiana vorrebbe del tutto annullare il sistema delle licenze. La sola prospettiva ha creato una vera e propria rivolta tra gli utilizzatori del Mac e dei suoi cloni. Ma le conclusioni della vicenda sono ancora molto incerte.

Il grande clamore degli annunci strategici fatti da Jobs ha messo in secondo piano le altre numerose novità che hanno fatto il loro debutto a Boston. Come il VirtualPC della Connectix, un software commercializzato da un mese circa ma alla sua prima apparizione pubblica, che consente di utilizzare sui Mac qualsiasi programma scritto per Windows. Veloce (emula un Pentium di gamma media). Affidabile, economico ha spedito in poche settimane l'unico software di emulazione sinora disponibile, il SoftWindows, troppo costoso, lento e complesso.

Toni De Marchi