

Radiofonie ♦ Web

## Crescono gli ascoltatori in Rete



MONICA LUONGO

pare che il mondo di coloro che ascoltano la radio attraverso Internet non siano più un esercito della fantasia, visto che qualcuno ha provato a contarli. Non solo: quanti ascoltano la radio sul Web sono molto più attivi online di quanti non hanno ancora sperimentato lo «streaming audio». Questo il dato centrale di un nuovo studio curato da Arbitron New Media e Edison Media Research (per avere i dati in dettaglio cercate su [www.giornale-radio.it](http://www.giornale-radio.it)). Il 43 per cento degli ascoltatori radio on line ha fatto acquisti sul Web, rispetto al 30 per cento dei non ascoltatori. I primi sono anche

soliti fare ampio uso del bookmark (70 per cento) e superano di tre volte i secondi nelle visite alle emittenti radiofoniche sul Web. Lo studio riporta anche dati sulla crescita degli ascoltatori radio sul Web: 30 per cento in più, contro un incremento del 18 per cento registrato lo scorso anno. Ma ciò non significa affatto che tale modalità d'ascolto possa già considerarsi abitudine quotidiana. Uno su tre navigatori interpellati dichiara di aver ascoltato trasmissioni via Internet almeno una volta, ma appena il 10 per cento lo ha fatto nel corso dell'ultimo mese.

E per non trascurare i radioascoltatori più tradizionali, forniamo anche gli ascolti dell'ultimo rilevamento Audiradio, relativa al perio-

do che va dal 25 settembre al 29 ottobre. Radiouno Rai si conferma in testa alle classifiche degli ascolti del giorno medio con 8 milioni e 25 mila ascoltatori, con un incremento pari a oltre il 5 per cento rispetto al precedente rilevamento (Maggio-Giugno '99) e nonostante una leggera diminuzione complessiva dell'audience radiofonica. Al secondo posto negli ascolti, si piazza Radiodue (5.584.000) insidiata da Radio Dee Jay, che nel giorno medio supera quota 5 milioni di ascoltatori (5.191.000) e rafforza il primato d'ascolto tra le private. Nella categoria degli «ascoltatori nei sette giorni» Rds si conferma al primo posto, con 13.721.000 ascoltatori contro i 13.622.000 di Radiouno. Nel «gior-



Sono di Mauro Calandi i disegni di questo numero di «Media»

no medio» l'indagine Audiradio 34 milioni 836 mila ascoltatori, che salgono a quasi 42 milioni nei «sette giorni». La classifica del «giorno medio» prosegue con Rds (4.841.000) e Rtl (4.611.000). Nei «sette giorni» al terzo posto è Rai (10.893.000), al quarto Dee Jay (10.735.000), al quinto Radiodue Rai (9.833.000). Per Radiote Rai ci sono

stati 1.743.000 ascoltatori nel giorno medio e 4.726.000 nei 7 giorni, per Isoradio (la radio Rai disponibile sulle autostrade) 1.395.000 nel giorno medio, 3.503.000 nei sette giorni. E c'è infine la radio «antica», quella che è ormai patrimonio comune della memoria e visibile negli spazi museali. Anche la ricetrasmittente usata dal Kgb durante la guerra

fredda è tra i mille cimeli della Collezione Cremona in mostra fino al 31 dicembre al Museo civico di Colferro, paesino dei Castelli Romani. La rassegna presenta la strumentazione e gli apparecchi per le telecomunicazioni raccolte in più di quarant'anni dal generale Francesco Cremona. Per varietà e numero dei cimeli, provenienti da tutto il mondo, la collezione è citata nel Guinness dei primati e offre al visitatore la visione di insieme del progresso tecnologico dell'ultimo secolo. Proprio l'evoluzione incessante delle tecnologie di comunicazioni ha permesso a Cremona, che ha iniziato a raccogliere i reperti nell'immediato dopoguerra, di mettere insieme 18 tonnellate di materiale.

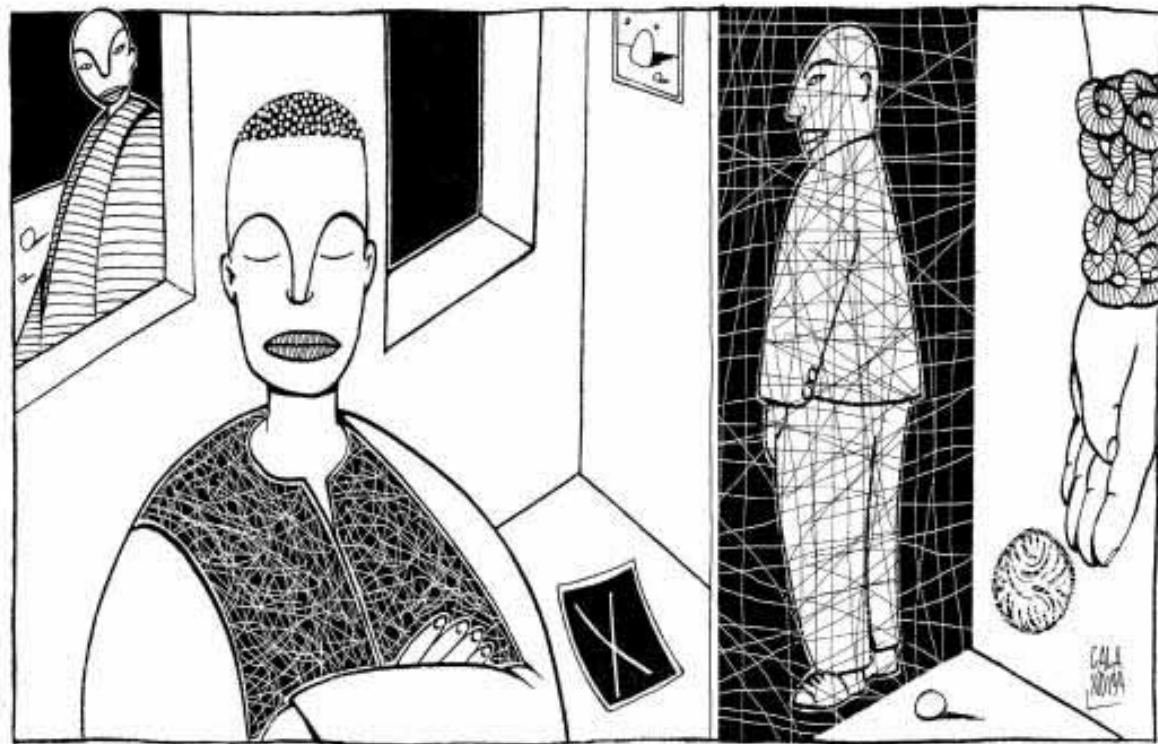
## Mediamente

di Bruno Cavagnola

## I nuovi videogame

■ È dal 1996 che la Lego è entrata nel mercato dei videogame. Mossa necessaria e inevitabile anche perché ha da sempre un'idea dell'infanzia che ha poco a che fare con la frenesia caotica e spumeggiante dei giochi elettronici. Non a caso i titoli della Lego Media International assomigliano vagamente a quelli Nintendo, dove non c'è mai né violenza né situazioni che potrebbero turbare in qualche modo la suscettibilità dei bambini ma forse ancor più quella dei genitori. Da «Lego Island», il primo videogame uscito nel 1997, ai recentissimi «Lego Racers» e «Lego Rock Raiders» la filosofia è rimasta grosso modo la stessa. Sono titoli sicuri e spesso ben realizzati, diretti ad un pubblico di bambini. Come «Lego Creator», trasposizione virtuale delle classiche costruzioni fatte con i mattoncini colorati, «Lego Loco», videogame dove ci si può divertire con un'intera rete ferroviaria, o «Lego Chess», il classico gioco degli scacchi. «Lego Racer», appena uscito per Pc, è invece un videogame di guida in tempo reale che offre numerose visuali di gara. Si progetta, si costruisce e si personalizza un'auto da corsa nel garage per poi scendere in pista e affrontare cinque altri piloti. Più originale «Lego Rock Raiders», un gioco di esplorazione e scavi minerari su un pianeta disabitato. I giocatori devono guidare la loro squadra di ingegneri in un mondo di gallerie sotterranee, raccogliendo cristalli energetici e minerali per alimentare e costruire nuove macchine. Uno dei giochi più interessanti, almeno nelle intenzioni, è «Lego Friends», il primo di una serie di programmi per Pc pensati esplicitamente per le bambine. Si fa parte di un complesso femminile di musica pop che deve suonare nella sala conferenze della scuola. Le ragazze dovranno lavorare assieme alle loro amiche per organizzare qualcosa di veramente spettacolare sia dal punto di vista musicale che coreografico.

Jaime d'Alessandro



## Lego Mindstorm E le guerre stellari arrivano a casa

Affascinanti «robotine» sfilano flessuosamente lungo una passerella segnata da una linea nera, un'orchestra di piccoli automi percuote con delle bacchette marimba, carillon e tamburi proponendoci alcuni brani di *Sul bel Danubio blu* di Strauss, mentre due altri robot (uno rosso e uno blu) si stanno sfidando nella scalata di una parete alta più di 2 metri (vincerà quello blu). Sono i primi figli di un matrimonio che ora, dopo il successo ottenuto negli Stati Uniti, sta per sbarcare in Europa:

il matrimonio tra gli ormai storici mattoncini della Lego dalle mille performances e le nuove tecnologie robotiche.

Obiettivo: dare ai nostri ragazzi (dai 9 anni in su, ma strizzando l'occhio anche ai padri) un'opportunità di gioco che sviluppi creatività, curiosità e immaginazione. In contrapposizione, almeno implicita, a quel mondo dei videogiochi (dominato, per altro, dai giapponesi) che vive solo di virtualità e di ripetitività. E per vincere le tigrì dell'Asia, sotto lo slogan del «Crea-

re e programmare» è stato chiesto l'intervento delle teste d'uovo del Media Laboratory del Massachusetts Institute of Technology di Boston, con cui la Lego ha avviato da più di dieci anni un programma di ricerca e sviluppo.

Creare innanzitutto. I robot della Lego Mindstorms (questo il nome della nuova linea di prodotti) sono infatti innanzitutto delle tradizionali costruzioni: mattoncini su mattoncini, il ragazzo è chiamato a costruire il suo robot, con braccia, gambe, testa, ruote o cingoli: in tutto simili o ispirati agli eroi di *Guerre stellari*. A questo punto interviene il «mattoncino intelligente» RCX, un microcomputer che funge da cervello per il robot: utilizza sensori di contatto ed ottici per ricevere informazioni dall'ambiente con cui viene in contatto, elabora i dati raccolti e agisce di conseguenza. Se sbatte contro un muro, ad esempio,

non se ne sta lì testardo a spingere come le macchinine telecomandate di una volta, ma si gira e cerca un altro percorso.

E poi animare. Una volta costruito il robot con il suo RCX montato e incorporato, non resta che dargli il soffio vitale che viene, inevitabilmente, dal computer di casa. Grazie ai suggerimenti (la «Missione di addestramento») e al linguaggio di programmazione RCX contenuti in un cd-rom, si può determinare il comportamento del robot. Quindi un'interfaccia a raggi infrarossi (in dotazione) permette di trasferire il programma dal Pc al robot, che inizia a muoversi interagendo con l'ambiente circostante.

Il risultato, sconsigliato per chi vive in una casa con spazi ristretti, potrebbero essere i *Painting Robot* (ispirata alle famose tartarughe Ninja): c'è Michelangelo che, armato di sei bombole, spruzza vernice muovendosi lentamente su sei ruote; c'è Raffaello (forse il più pericoloso) che dipinge lanciando vernice in ogni direzione; c'è Leonardo, il più tranquillo, che si limita a vagare sulla tela con due pennelli, uno piccolo e sottile e l'altro grande e largo.

Naturalmente per i nostri giovani creatori di robot è già stato approntato un sito Internet. All'indirizzo [www.legomindstorms.com](http://www.legomindstorms.com) ognuno può creare la propria homepage, caricare dati e mostrare le proprie creazioni robotizzate, oltre a scambiarsi programmi e idee. Uno dei frutti di questa rete di informazioni è stato il «bombardiere anti-genitori», ideato da un ragazzo americano. Il robot, situato nella camera del giovane, tiene lontani gli intrusi indesiderati lanciando, per ora, una bomba di mattoncini Lego quando si accendono le luci: per non mancare il bersaglio sono stati programmati due lanci.

Si attendono contromisure da parte dei genitori: le guerre stellari domestiche possono cominciare.

Home video

## Spaesati nella metropoli Da Totò a Villaggio il meglio del cinema

BRUNO VECCHI

Senza benzina. In fila per sei col resto di due. Con la benzina che aumenta, sempre in fila per sei. Stesso discorso ogni volta che si affaccia all'orizzonte un inconveniente. A prescindere dal genere di consumo o dalla reale necessità. Capaci pure di telefonare per un giorno intero, se il giorno dopo aumentano le tariffe della Telecom. Noi italiani siamo fatti così, incapaci di metabolizzare e razionalizzare gli intoppi della vita. E per questo nostro essere, geniali in certi giorni, arruffoni e scombinati il resto dell'anno, riempiamo le pagine dei giornali. Sempre uguali e sempre usciti pari pari da un film di Alberto Sordi. Oppure di Totò.

All'Albertone nazionale e al principe De Curtis bisognerebbe fare un monumento. Basta svoltare l'angolo della frontiera e trovare un connazionale trapiantato all'estero, per capire quanto sono stati grandi. E quanto non abbiamo capito della lezione che ci hanno impartito dallo schermo. Videoregistratore alla mano, si può sempre sperare in un esame di riparazione. Gli italiani e gli inconvenienti, è pur sempre un bell'argomento di studio. Anche cinematografico. Alla voce Totò, senza andare oltre nella ricerca (ma ne varrebbe la pena), è sufficiente consultare «Totò e Peppino divisi a Berlino» (Mondadori Video) e l'arrivo a Milano, con salumeria e pollaio al seguito, dei fratelli Capone che siamo noi in «Totò, Peppino e la malafemmina» per portarsi avanti con lo studio. Per un ripasso più sofisticato, vedere la reazione di Manfredi e Silvano Mangano quando aprono la valigia in «Crimen» di Mario Camerini (Vivivideo). Il minestrone di «I soliti ignoti» (l'U) può servire per la ricreazione.

Il piano di studi, necessariamente, deve proseguire con Fantozzi. I primi tragici capitoli, nessun titolo escluso. Per restare nell'attualità automobilistica, «L'ingorgo» (Mgm Home Entertainment), torna utile. Mentre ad Alberto Sordi, vale invece la pena di consacrare il ripasso generale, partendo da «Il vigile» (l'U). Per concedersi un'ultima rinfrescata può tornare utile «Anni ruggenti» di Zampa (Mondadori Video), con Manfredi e, soprattutto, i personaggi di contorno: Gianfranco in testa. Ma se alla fine del ripasso ci si accorgesse che in fondo, seppure un pò cialtroni e arruffoni, non siamo poi tanto male, anzi? In quel caso vale la pena ricordarsi di Nanni Moretti e del suo «E continueremo così: facciamo del male». Il film è «Bianca» (l'U). Il resto è vita.

l'Unità

Un quotidiano utile di Politica, Economia e Cultura

ABBONARSI ...È COMODO

...È CONVIENE

Perché ogni giorno ti sarà consegnato il giornale a domicilio e se vorrai anche in vacanza.

...È FACILE

Perché basta telefonare al numero verde 167.254188 o spedire la scheda di adesione pubblicata tutti i giorni sul giornale.

## ABBONAMENTO ANNUALE

7 numeri	510.000	(Euro 263,4)
6 numeri	460.000	(Euro 237,6)
5 numeri	410.000	(Euro 211,7)
1 numero	85.000	(Euro 43,9)

## ABBONAMENTO SEMESTRALE

7 numeri	280.000	(Euro 144,6)
6 numeri	260.000	(Euro 134,3)
5 numeri	215.000	(Euro 111,1)
1 numero	45.000	(Euro 23,2)

