

Creare multimedia: una sfida possibile?

A Cologno una convention per studiare le nuove frontiere della comunicazione

Per rispondere a questo interrogativo si sono dati convegno per due giorni, alla fine di novembre, autori e imprese del settore multimediale, chiamati a raccolta dalla Provincia di Milano, dalla Biblioteca di Cologno Monzese e dall'ASNMI (Agenzia sviluppo Nord-Milano), in collaborazione con gli Studi Icet, che hanno ospi-

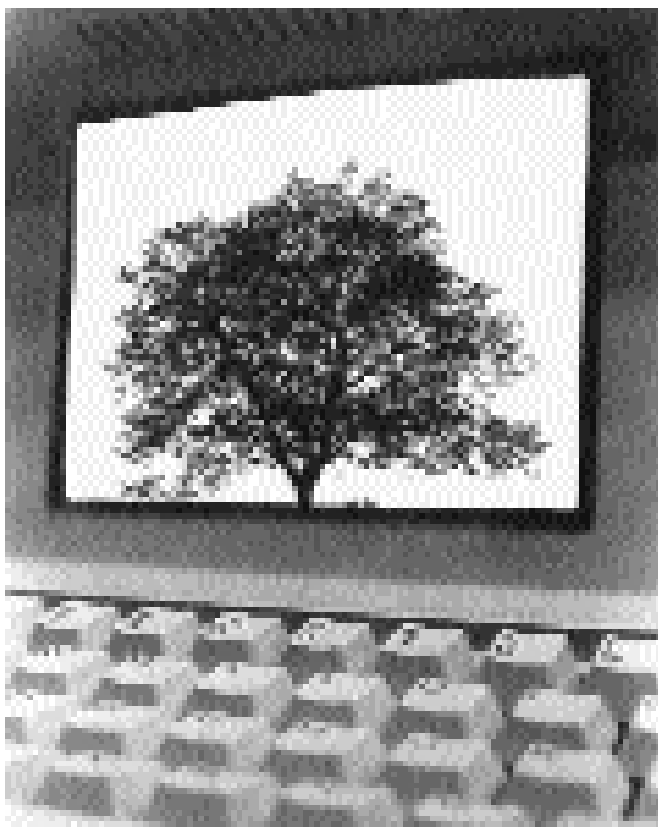
tato la manifestazione. Particolarmente ricco il quadro delle questioni affrontate dalla *convention*, che ha chiuso idealmente il lungo ciclo di incontri e seminari del progetto "Multimedia in biblioteca", a cura di TiConUno, e ha focalizzato l'indagine sul territorio milanese e lombardo, considerato un teatro interessante per quanto

concerne la formazione e la sperimentazione nell'ambito delle nuove tecnologie informatiche e digitali. Da alcuni anni, infatti, scuole d'arte, studi creativi, centri di ricerca e strutture specializzate sviluppano programmi e creano dipartimenti dedicati al settore multimediale. È un panorama di iniziative abbastanza vasto, ma disorganico. Da più parti si indica l'esigenza di creare funzioni di coordinamento e sviluppo, sia sul piano della formazione che su quello della promozione delle attività imprenditoriali: un obiettivo non solo possibile ma necessario, se si vuole dare corpo a quella tesi, potenzialmente fondata, che vede in Milano e nella Lombardia il luogo più appropriato, a livello nazionale, per la nascita di un "distretto" multimediale. Partendo da queste premesse, la *convention* di novembre ha tentato di far incontrare su un terreno neutro ma non asettico, quello degli operatori culturali che nelle strutture bibliotecarie già attuano una loro politica a favore della diffusione degli strumenti multimediali, i vari soggetti della ricerca in ambito artistico e professionale, mediata dalle nuove tecnologie digitali.

L'area di dibattito iniziale, con il seminario "Nuove tecnologie, imprese e creatività", a cura di Emilio Pucci, ha affronta-

to direttamente alcuni dei temi più controversi e critici per il settore, con particolare riferimento alla qualità dei prodotti, alla capacità di interpretare le reali potenzialità dei nuovi linguaggi e ad alcune specificità negative del panorama italiano. "Negli anni Ottanta - ha detto Pucci nell'introdurre il dibattito - si è determinata un'importante stagione di ammodernamento strutturale e creativo dell'industria della comunicazione (nascita delle televisioni commerciali, evoluzione dell'editoria e dell'audiovisivo, sviluppo dei mercati pubblicitari, ecc.). Quella stagione, interamente centrata sull'espansione dei mercati dei media "tradizionali" e analogici, stimolata dalla liberalizzazione radiotelevisiva, ha poi esaurito la sua spinta propulsiva ai primi degli anni Novanta, con la recessione economica e con il raggiungimento di una sostanziale maturità di quei media, soprattutto tv generalista, e pubblicità".

Oggi viviamo una nuova stagione di ammodernamento dell'industria della comunicazione, basata sull'espansione del settore digitale: dalle telecomunicazioni a Internet, dall'editoria su cd-rom alle televisioni digitali. "Proprio come è avvenuto nel decennio scorso, una nuova generazione di intelligenze produttive e creative si va affermando, in molti casi a partire da esperienze marginali e di nicchia, cercando un contesto dove le sensibilità editoriali-creative si possono connettere alle competenze tecnologico-imprenditoriali. Lo sviluppo dell'industria dei nuovi media non può prescindere da un rinnovamento del suo tessuto creativo e dalla valorizzazione di nuove esperienze di sperimentazione". Ma il sistema italiano della comunicazione, al contrario di quello di tanti altri paesi, è sembrato in questi anni meno sensibile e propenso a un ricambio cultu-



Ravio: foto DANIELE DALMONIX



rale e alla ricerca di nuove tensioni sperimentali. Ed ecco la necessità di un confronto, che ha coinvolto tra gli altri Paola Rosa di Studio Azzurro, Federico De Nardis di Alchera Strategic Vision, Marco Susani di Domus Academy, Rudolph Frieling dello ZKM di Karlsruhe (Germania) e Luigi Bertolo di "Mediamente".

Altro obiettivo della *convention* era quello di attivare uno scambio di esperienze tra quanti operano come autori e sperimentatori nell'ambito di varie realtà produttive. Le sessioni successive sono servite perciò a esplorare i problemi materiali e culturali, tecnici e sperimentali di chi è autore, editore o produttore attraverso la presentazione di numerose *case-histories*. Le comunicazioni, che prevedevano tutte una parte visiva, di dimostrazione o documentazione del proprio lavoro, sono state inframmezzate da una serie di contributi volti a chiarire i molteplici aspetti della produzione multimediale: da quelli legali a quelli finanziari, ideativi e organizzativi. Vi hanno preso parte, a vario titolo, AIER Avventure in elicottero Prodotti, Ugo Guidolin, www.undo.net, Sara Pagnoni, Federico Tanzi-Mira, Marco Gasperetti, Fabio Fiacchi, Jens Schmidt, Bruno Tognolini, Michelangelo Frammartino, Pier Giacomo Sola, Giancarlo Norese, lo Studio Gimi Gimpro.

A fare da cerniera tra le due giornate, una serata multitema, animata da Giacomo Verde, con due momenti "spettacolari", la presentazione del cd realizzato dalla Biblioteca di

"Scusate, ma non è la solita biblioteca?"

Per presentare i propri servizi telematici e multimediali al pubblico della *convention*, la biblioteca di Cologno Monzese ha preferito evitare esposizioni orali o scritte, per far parlare invece direttamente lo strumento multimediale per eccellenza, il cd-rom. In meno di un mese, una piccola *task-force* si è messa all'opera per realizzare un prodotto che doveva avere tra le sue caratteristiche essenziali la vivacità, il colore e la presenza di linguaggi narrativi diversi: voilà *Multi-Face*!

Perché proprio *Multi-Face*? Perché la biblioteca di facce ne ha molte, tante quanti sono i servizi che essa offre; sta a chi la utilizza scegliere il lato più congeniale!

All'utente che pone timidamente la domanda di apertura del cd-rom ("scusate, ma non è la solita biblioteca?") viene data la possibilità di selezionare una delle tre storie, rappresentate da altrettanti fotogrammi sulla pagina di un libro aperto. Le storie altro non sono che espedienti per raccontare con strumenti narrativi diversi di che razza di biblioteca si tratta: c'è il video sull'imprenditoria femminile che narra di una quarantenne alla ricerca di un'occupazione e dei consigli – più o meno azzeccati – delle sue amiche al di fuori di una palestra,

c'è una fotostoria in cui due creativi sono alla ricerca disperata di suoni d'altri tempi ed infine c'è "La Bella Vita", un "quasi-thriller", realizzato prevalentemente con disegni animati, che vede il suo protagonista assillato dall'arrivo di una *mail*, dal contenuto piuttosto inquietante "se non leggi questo libro non potrai più dormire la notte. Se lo leggerai ecco come passerai le tue notti...".

Per ognuno di questi racconti, la biblioteca avrà qualcosa da dare, da dire: sono coloratissimi acquerelli ad introdurre alla descrizione dei vari servizi che questa biblioteca offre per soddisfare i bisogni di tutti (lo spirito che anima i tre *bappy-ending*, lo sottolineiamo, è comunque quello di una manifesta autoironia!). Ogni servizio è presentato con una scheda illustrativa di approfondimento, corredata da qualche nota storica e alcune immagini; tre personaggi caricaturati (il direttore, la donna esperta, l'utente anziano) accompagnano con brio l'esplorazione di ogni scheda. Cliccando infatti sulla "faccina" corrispondente ai personaggi, è possibile ascoltare le battute sagaci del direttore o dell'esperta piuttosto che i commenti pepati del pensionato, che con la sua voce roca dice quello che ha capito e che non ha capito e soprat-

tutto quello che proprio non gli va.

Inoltre, da ogni videata è possibile attivare una mappa, che permette di accedere direttamente alle singole tappe del percorso di navigazione.

Il cd-rom è stato realizzato grazie alla collaborazione della Provincia di Milano. Lo story-board delle singole storie, i testi e il progetto complessivo sono stati curati da Luca Ferrieri, Cristina Giavoni e Franco Perini; Carmen Carlotta si è occupata della parte grafica. Ma *Multi-Face* non sarebbe potuto nascere in tempi così brevi senza la preziosa collaborazione di un folto gruppo di persone che hanno dato il loro contributo – quasi sempre volontario – in orari spesso impossibili. Oltre all'aiuto di amici diventati magicamente proietti attori-doppiatori, essenziale è stato il supporto tecnico di Monica Onore (riprese in video), Alice Barrese ("Studio Metaverse" - montaggio) e Guido Giarrusso ("Gems"), che ha coordinato e sviluppato il progetto software del cd-rom. A Giulia Leone ("Idee e Parole") si devono alcuni preziosi suggerimenti realizzativi.

Multi-Face sarà presto disponibile per tutti coloro che ne faranno richiesta (Biblioteca Civica, P.za Mentana 1 - 20093 Cologno Monzese, tel. 02.25.30.83.17, fax 02.27.30.08.90, e-mail: <bibcolm@tel-network.it>).

Cristina Giavoni

Cologno Monzese e la dimostrazione di lavoro di Murielle Lefevre di Dada Media, Parigi, e due momenti di parola, uno dedicato alla WebTv, a cura di Mark Perna, e l'altro centrato sul progetto Mediapolis, a cura di Fabio Terragni presidente ASNM. Partendo da quest'ulti-

mo, vale la pena di ricordare che "il distretto multimediale di Sesto San Giovanni rappresenta la punta dell'iceberg di quella realtà poliedrica, fortemente orientata alle nuove tecnologie legate alla comunicazione, che caratterizzerà la riqualificazione dell'area Nord-

Milano. Per comodità abbiamo finora chiamato il distretto con il nome provvisorio di "Mediapolis" e la più vasta area dei nuovi insediamenti "Città della Comunicazione". Il distretto multimediale, così come gli altri insediamenti, non sarà operativo prima di un anno, ➤



ma il meccanismo che renderà possibile questa operazione è già in moto".
Le potenzialità e i servizi del distretto sono prefigurati in particolare da un sito web na-

to in anticipo proprio per essere punto di raccolta degli interessi di coloro che del distretto faranno parte o che ne utilizzeranno i servizi. In rete saranno disponibili quanto pri-

ma un osservatorio, che offrirà un costante aggiornamento sulle maggiori novità della produzione multimediale, selezionate secondo criteri di qualità e innovazione, un'area newsgroup, con il compito di ospitare il dibattito sullo sviluppo del multimedia in Italia, e una vetrina dove i primi abitanti del distretto potranno esporre i propri lavori e la propria offerta professionale. In questo modo chi fosse interessato alle professionalità del distretto potrà essere informato su chi vi abita e su cosa produce.
Di grande interesse, per la sua rilevanza strategica, anche la presentazione, in collaborazione con Philips e Microsoft, della nascente WebTv, "uno strumento che permette di vedere la televisione e al tempo stesso di navigare in Internet". La scommessa su cui si basa la WebTv ha due conseguenze

importanti. La prima riguarda la possibilità di avvicinare a Internet un maggior numero di utenti, solitamente restii a utilizzare le tecnologie informatiche.
La seconda conseguenza, di più vasta portata, è legata a un nuovo modo di fare televisione. "La rivoluzione digitale – ha spiegato Perna nella sua relazione – non può prescindere dal matrimonio con il Web, perché questa fusione è funzionale, non solo alla creazione di nuovi format per la tv, quindi nuovi prodotti da vedere, ma anche al rinnovamento del modo di porsi di fronte a questi media. L'interazione e la capacità di approfondimento sono due aspetti rilevanti di quello che presto diventerà un strumento di comunicazione, informazione e intrattenimento a trecentosessanta gradi".
Paolo Crespi