

Film interattivi, un salto nel futuro

La sala cinematografica con joystick

«I'm the man», il primo film interattivo richiede agli spettatori di non rimanere con le mani in mano. Prossimamente Via col Vento, Guerre Stellari o 9 Settimane e 1/2 con la partecipazione frenetica degli spettatori?

Si tratta ancora di film o è invece un medium nuovo che coinvolge audio, video, musica e richiede la partecipazione attiva? Scopriamo insieme che Interfilm è solo una delle possibili varianti del Multimedia Interattivo

di Gerardo Greco

Il momento della verità è arrivato. Sullo schermo Jack Beamer, intrappolato in un complotto societario, rimane isolato sul tetto di un grattacielo di Manhattan.

Si gira verso gli spettatori e chiede consiglio: deve scappare via da una porta aperta, saltare sul tetto del palazzo adiacente o rivelare che invece è un agente segreto e affrontare i pericolosi nemici? 10 secondi di tempo per decidere con una sorta di joystick con tre

tasti colorati, seduto ad una delle poltrone modificate del cinema Loewe su Broadway a Manhattan. La scaltrezza ed il livello di pericolo tipici degli ambienti di New York, pari forse a quelle di alcune periferie metropolitane italiane, vota per il «Salta, salta!» mentre i rispettivi pulsanti vengono premuti. E Jack Beamer salta dopo un attimo di esitazione, accompagnato dalla approvazione del pubblico. Situazioni del genere si ripresentano ogni 90 secondi e

la risposta è immediata, senza fermi immagine o schermo oscurato.

La storia del XX secolo è stata scritta nel linguaggio cinematografico, sin da quando nel 1927 Al Jolson suonava «Blue Skies» e pronunciava per la prima volta le parole famose «Non avete sentito ancora niente» nel film The Jazz Singer. Da allora il cinema si è completamente trasformato e la parola non ha più abbandonato la pellicola cinematografica.

Oggi ci avviciniamo al secondo secolo della cinematografia e una società di New York, la Controlled Entropy Entertainment, afferma con non poco coraggio di aver introdotto con Interfilm lo sviluppo tecnologico più rivoluzionario nella storia della cinematografia dopo l'introduzione del sonoro. Bob Bejan è il presidente di questa iniziativa che, attraverso la catena di sale cinematografiche Loewe, di proprietà della Sony, si ricollega in qualche modo al colosso orientale. Ci dice che «Fino ad oggi tutte le esperienze nel mondo dello spettacolo hanno avuto come presupposto lo starsene seduti, buoni buoni a guardare». Eccezioni



Bob Bejan e Bill Franzblau, i cervelli di Controlled Entropy Entertainment e creatori dell'Interfilm.

come quelle del Living Theatre in realtà confermano in linea di massima questa opinione. Ecco perché il motto della nuova iniziativa è: «Innanzitutto non rimanete seduti a far niente».

Secondo Bejan per la prima volta nella storia, al pubblico è offerta la possibilità di modificare e dirigere il corso degli eventi di quello che hanno davanti a loro; ciascuno può individualmente e tutti possono collettivamente modificare l'azione sullo schermo. È stato creato un triangolo tra lo schermo, il pubblico e la storia. «Senza questi tre elementi — dice ancora Bejan — non può esserci spettacolo. Il terzo elemento è una nuova direzione per un cinema radicalmente diverso, liberato dal cliché narrativo e dalla prevedibilità».

Il primo film, «I'm Your Man», è stato girato in Kodak Super 16 mm e trasferito su laser disk per un accesso ai vari segmenti praticamente istantaneo, con lo stesso sostenuto ritmo di evoluzione degli eventi che troviamo in alcuni cartoni animati più recenti. Ogni 90 secondi c'è la possibilità per il pubblico di determinare un evento o determinare una decisione da parte di uno dei protagonisti e questo ritmo continua per tutta la durata del film, circa 20 minuti. La storia può prendere diverse pieghe, a seconda del tipo e dell'umore del pub-



Ma nell'Interfilm vale la regola «una persona, un voto»?

blico ed in pratica non è possibile assistere alla stessa vicenda per più di una volta. Per meglio sottolineare il momento della scelta Controlled Entropy ha commissionato al musicista Joe Jack-

sonale dedicato a ciascun protagonista della storia.

Nel film esistono tre protagonisti, un dirigente d'azienda, la sua bella collaboratrice ed un involontario estraneo che si incontrano in una galleria d'arte dove

È il momento di votare.





La sala cinematografica modificata per l'Interfilm.

la donna deve incastrare il proprio capo che è sotto inchiesta per una serie di illeciti e contattare un investigatore che le risponde alla parola d'ordine «Sono il tuo uomo»; da questo punto in poi le possibili complicazioni della storia sono fornite anche dal pubblico. Il film è stato girato in 6 giorni con una spesa di circa 500 milioni. Interfilm viene anche definito come un «gioco cinematografico» piuttosto che un film. Il divertimento è assicurato principalmente nel cercare di attivare diverse variazioni in visioni successive del film il cui biglietto costa 3 dollari e dà accesso alla sala per tutta la durata della serata. Funzionale a creare l'atmosfera è anche l'invito rivolto dal vivo da una persona dell'entourage ad usare i

comandi ed accompagnare le scelte con urla e imprecazioni per creare l'effetto «gruppo».

Una sala cinematografica del genere diventa una sede di analisi comportamentale ideale. È stato determinato che in circa il 35% delle proiezioni il pubblico ha scelto il finale meno tradizionale, dove il cattivo vince.

Più che una rivoluzione, Interfilm può essere considerato certamente una evoluzione della tecnologia cinematografica. In fondo come sperimentazione ha sicuramente un notevole valore e, specialmente con nuovi mezzi di comunicazione, solo l'esperienza di una sperimentazione seria ci può indicare il loro valore.

Il film non è nato per la televisione, ma si è adattato a questa, ai suoi ritmi. I film nati per il grande schermo sono stati affiancati da altri prodotti adatti alle interruzioni pubblicitarie. Non ho intenzione di difendere la necessità del ritmo televisivo, ma possiamo dare per scontato che gli autori di film per la televisione sanno come sfruttare queste pause e controllano comunque il proprio messaggio. Il prodotto finale non è più un film tradizionalmente inteso, ma secondo alcuni un contenitore per interruzioni pubblicitarie. Se non fosse la interruzione in sé, ma la finalità commerciale dell'interruzione a danneggiare l'immagine dei telefilm rispetto al film, potremmo avanzare l'idea che un film può ben avere ritmi particolari, se questi sono funzionali al messaggio voluto dall'autore. E proprio come l'autore di telefilm riesce a comunicare comunque con gli spettatori anche attraverso le interruzioni pubblicitarie, l'autore di film interattivi può essere considerato a tutti gli effetti tale, nonostante parte della creazione venga divisa con il pubblico, e anche durante le diverse possibilità di variazione che mette a disposizione nei momenti interattivi. Poi esiste anche un precedente illustre, l'Expo '67 di Montreal dove i Cechi permisero al pubblico di esprimere un voto sul finale del loro film.

Il pubblico presente di solito alle proiezioni dell'Interfilm è composto da giovani e giovanissimi, forse per la loro esperienza ad esprimersi e divertirsi attraverso dispositivi quali joystick e console per videogiochi. E le società commerciali interessate al pubblico giovane sono tante, compresa Controlled Entropy che intende diventare la società che fornisce «sistemi di distribuzione di divertimento» alle varie sale cinematografiche, proprio come i distributori cinematografici tradizionali, con un nuovo Interfilm ogni 12 settimane. Il sogno di questa società è ben proiettato nel futuro, con poltrone con movimenti controllati fra un anno e completa realtà virtuale tra un paio d'anni. Forse questa prospettiva è un po' esagerata, ma ci mostra chiaramente che se si affronta il gioco senza snobismo, il divertimento può anche evolversi al passo con la tecnologia. Altri possono eccepire che il regista ed il produttore sono funzioni ineliminabili e se si vuole raccontare una storia e divertire, non è necessario coinvolgere gli spettatori nelle scelte.

Lawrence Ruisi, vicepresidente della Sony Entertainment che a sua volta è proprietaria della catena di sale cinematografiche Loewe dove il film interattivo era proiettato, ha dichiarato che «L'Interfilm e tutto il genere interattivo si

trova ancora agli inizi. Ci troviamo in un punto d'osservazione preferenziale; vedremo come il piacere del pubblico modellerà l'Interfilm». Sony ha già deciso che la scena iniziale nella quale si spiega al pubblico il concetto di film interattivo verrà sostituita con un'altra di più immediata comprensione. Per questo motivo vengono utilizzate alcune persone per dare una veloce spiegazione dal vivo.

Dopo New York «I'm The Man» verrà proiettato in California e successivamente la tecnologia Interfilm sbarcherà anche in Europa.

Il film interattivo a casa

È ancora fresca la notizia che Steven Spielberg ha messo da parte una serie di riprese non inserite nel film Jurassic Park di prossima uscita. Saranno utilizzate in una versione su CD multimediale interattivo del film per la console 3DO di cui ho parlato lo scorso mese, da Spielberg stesso definita «l'innovazione delle innovazioni».

Il multimedia interattivo potrà essere innovativo per le sale cinematografiche o teatrali, ma è stata vicino al mondo del videogioco per molti anni. Il presidente di Digital Pictures, Tom Zito, ha sviluppato sei anni fa una tecnologia interattiva per situazioni dal vivo per il progetto segreto Nemo della Hasbro che aveva come obiettivo un sistema hardware/software per videogiochi interattivi a basso costo con scene dal vivo che si avvantaggiassero della base installata dei comuni videoregistratori VHS. Il progetto era praticamente completato nel giro di due anni, ma la Hasbro ritenne di abbandonare comunque per motivi legati al costo delle memorie e la difficoltà di organizzare la distribuzione di un prodotto consumer.

Oggi Tom Zito, sulla scia della crescente popolarità dei CD, ha acquisito i diritti di ciò che era stato prodotto per Hasbro ed ha rimesso insieme il team del progetto Nemo per la sua nuova società Digital Pictures. Molti dei precedenti titoli Nemo sono stati riadattati, compresa la linea di video musicali interattivi Make My Video, per la quale ha anche fatto domanda di brevetto. I primi due titoli prodotti con questa tecnologia sono Night Trap e Sewer Shark, due CD con filmati interattivi per il Sega CD che, nelle prime sei settimane di vendita, dallo scorso novembre, hanno venduto la bellezza di 220.000 copie dal prezzo ciascuna di 60 dollari, per un totale di 15 miliardi di lire, contro un costo di produzione rispettivamente di 2 e 4 miliardi di lire. La sceneggiatura di Night Trap è



L'accessorio CD Drive per la console Sega Genesis.

stata scritta dal direttore della rivista «Esquire», Terry McDonell, con l'intenzione di essere un film interattivo, ma finisce per essere piuttosto una sorta caccia ai vampiri, mentre Sewer Shark è un più classico «scansa e spara» in un labirinto futuristico di fogne.

Per il prossimo titolo, Ground Zero Texas, il signor Zito ha scelto la sceneggiatura di Edward Neumeier, già famoso per Robocop. La storia è quella di un villaggio nel Texas che viene invaso da extraterrestri e che il protagonista, invitato dal consiglio degli anziani, deve salvare o «nuclearizzare». I titoli di questo genere sono ancora troppo nuovi perché possano avere una struttura ben definita; l'orientamento di massima è

per ora una via di mezzo tra un film di basso livello e delle parole incrociate di una certa difficoltà, con una discreta dose di immagini di donne «quasi» vestite e situazioni ammiccanti. L'argomento, i personaggi ed il dialogo sono quelli di un film, ma la differenza principale è che si cerca di trovare pezzi che possano legarsi tra loro in diverse combinazioni.

Da non confondere con veri film su CD, i prodotti per Sega CD hanno un'immagine video Tru Video molto inferiore a quella dei videoregistratori VHS, con animazione a 30 immagini al secondo, ma di qualità ancora bassa e solo su una porzione dello schermo.

Il video memorizzato su CD viene

decompresso dal Motorola 68000 del drive Sega CD con un algoritmo proprietario di Digital Pictures e visualizzato con immagini piuttosto sgranate, comunque incredibili considerando che il Sega Genesis può visualizzare solo 32 colori alla volta.

Per la prossima linea musicale Make My Video sono praticamente pronti quattro titoli su CD sviluppati rispettivamente con Kriss Kross, Marky Mark, INXS e C&C Music Factory. L'idea sarà particolarmente interessante per le case discografiche per le quali i video musicali sono oggi solo dei centri di costo; l'investimento per i video può essere trasformato in centro di profitto riutilizzando buona parte delle riprese necessarie per la produzione di un video in un CD video musicale interattivo.

Altre società quali quelle di produzioni cinematografiche possono essere interessate al business dei film interattivi su

CD, società abituate a cifre elevate nelle produzioni e che rimangono semplicemente sbalordite davanti ai numeri di fenomeni quali Nintendo e Sega; su queste pagine ho già in passato sottolineato che PacMan ha superato i profitti di Guerre Stellari e che solo il film ET ha superato i profitti del videogioco Mario Bros... Le case cinematografiche tutte, oltre a Steven Spielberg di cui ho già accennato, sono immediatamente pronte a saltare su questo treno ormai in corsa.

Voyeur

Un famoso milionario sta per presentarsi per la presidenza degli Stati Uniti ed al giocatore è data la possibilità di scoprire nella vita privata di questo apparente gentiluomo eventuali scheletri nascosti, osservando la famiglia, gli amici, i dipendenti, le varie stanze della villa

lussuosa e, in un certo senso, aprendo tutti gli armadi. In seguito si scoprirà che davvero sta per esserci un omicidio e l'obiettivo finale sarà di scovare la verità sul ricco candidato ed evitare il delitto. Questa è in grandi linee la storia dietro Voyeur, un film/gioco interattivo che viene prodotto ai POV Studios, una divisione della Philips Interactive Media of America, PIMA. Il nome di questi studi è un vocabolo tecnico diffuso nella cinematografia e significa Punto Di Vista, la ripresa effettuata dal punto di vista di uno dei protagonisti anziché da un punto estraneo alla scena. David Riordan, a capo di POV, è un veterano delle produzioni di giochi interattivi per aver diretto la Cinemaware, una società indipendente specializzata nella produzione di CD-I con attori e trame simili a quelle cinematografiche, tra cui il titolo «It Came from the Desert»; la società ha chiuso i battenti nel '90.

Un mese di novità multimediali

Creative Labs di Sunnival, California, ormai nota per le schede audio **Sound Blaster**, ha acquisito i diritti di produzione e marketing della scheda **VideoSpigot** per Windows dalla SuperMac Technologies. Forte della propria esperienza con prodotti multimediali al di sotto del livello dei 500 dollari venduti in grosse quantità, Creative Labs venderà la scheda VideoSpigot con lo stesso software oggi disponibile dal produttore originario, compreso il modulo di compressione/decompressione Compact Video in versione Windows. La società a cui fa capo Creative Labs, Creative Technologies, ha acquistato interamente la **E-Mu**, specializzata in sintesi audio digitale e librerie sonore per prodotti futuri. Questa seconda operazione potrebbe rivelarsi ancora più significativa, anche se non necessariamente in tempi brevi.

IBM ha riunito in una nuova divisione, **Fireworks Partners**, a Somers nello stato di New York, tutte le proprie attività multimediali, specialmente quelle che coinvolgono accordi con altre società. L'attività prevalente sarà finanziaria e di marketing per nuove joint venture, oltre a seguire gli sviluppi di accordi già esistenti quali Kaleida, con Apple, ed il progetto NBC/Nu-media per la distribuzione di segmenti video via satellite; non si esclude la produzione di soluzioni anche per sistemi diversi quali addirittura i Macintosh di Apple. La

direzione della divisione va a Robert Carberry, ma progetti quali i sistemi via cavo per TV interattiva rimarranno fuori da questo gruppo, controllati direttamente dalla signora Lucie Fjelstad, vice presidente di tutte le attività multimediali di IBM.

Alcune voci nel mercato multimediale danno per scontato che nei prossimi mesi la **Apple** introdurrà alcuni Macintosh con **DSP** dedicati al multimedia. Apple non commenta in proposito. In realtà l'idea non è nuova; già qualche anno fa la prima disponibilità di DSP per JPEG prodotti da C-Cube aveva attivato l'entourage Apple che, alle domande sulle intenzioni della società nei confronti del multimedia, mostrava con una dose di segretezza la scheda tecnica di uno dei DSP per JPEG, lo stesso chip che sarebbe stato utilizzato nella scheda Dimension del (defunto?) NeXT. Oggi le idee sul multimedia sono molto più chiare e le speculazioni sui Macintosh per il multimedia descrivono sistemi con ben due integrati DSP, l'implementazione di SCSI 2 in modalità Fast e con opzione Wide, Motorola 68040 da 25 MHz, HD di grosse dimensioni e drive CD-ROM integrale. I DSP dovrebbero migliorare l'efficacia delle funzioni audio e video di QuickTime ed aggiungere audio stereo a 16 bit. Uno dei chip dovrebbe essere fornito da Storm Technology, mentre l'altro dovrebbe essere un AT&T DSP 3201.

Mentre osserviamo una evoluzione delle caratteristiche video tendenti alla qualità televisiva per numero di fotogrammi al secondo, per risoluzione e per numero di colore, sembrava che per l'audio la parola «qualità CD» avesse determinato un limite invalicabile. Invece ecco che, dopo le schede per PC con sintesi wavetable e interfaccia MIDI, la prossima frontiera è il **suono 3D**, attraverso sistemi che attraverso un trattamento in tempo reale del segnale riescono a riprodurre non solo un'immagine sonora frontale ma anche tridimensionale, con possibilità di ricostruzione di effetti quali «suono proveniente da dietro di noi» oltre che dei più semplici effetti di stereofonia. **UltraSound 3D** è una scheda della Advanced Gravis che utilizza la tecnologia FocalPoint per ricreare un effetto avvolgente che migliorerà la qualità dei giochi e della musica creata al computer, simile alla tecnologia utilizzata per la nuova consolle multimediale 3DO.

AT&T Paradyne e **Compression Labs** Inc. hanno mostrato un **decodificatore TV MPEG** capace di utilizzare le comuni linee telefoniche per la distribuzione di segnali video, disponibile entro fine anno.

Sarà una spina nel fianco di Intel l'accordo tra **C-Cube** e **AMD** per lo sviluppo congiunto di combinazioni tra le tecnologie di compressione JPEG, MPEG e Px64 della prima società con i microprocessori della seconda.

La console CD-I 220 di Philips.



Negli ultimi anni le industrie dell'elettronica di consumo, dell'informatica e dello spettacolo hanno cercato di identificare cosa avrebbe convinto i consumatori di media digitali ad acquistare nuove apparecchiature e nuovi servizi. Ormai da tempo è stata abbandonata l'idea dell'applicazione «killer» che avrebbe convinto masse di consumatori a formare code davanti ai negozi per cedere i propri risparmi in cambio del sogno elettronico. Ha più senso invece cercare di considerare i media digitali ed il multimedia interattivo come un contenitore destinato a diventare neutrale dopo la prima fase di infatuazione tecnologica nella quale «il medium è il messaggio». Quindi l'attenzione è adesso rivolta a cercare di capire come «riempire» questo contenitore e quale è l'utilizzo più appropriato.

Abbiamo visto che l'idea del film interattivo non è affatto nuova per questa industria, anche se ad Hollywood alcuni sono ancora scettici che la variazione dell'idea cinematografica originaria possa camminare sulle sue gambe. In particolare l'idea del film interattivo non rispetterebbe la separazione che è sempre esistita tra chi racconta le storie (con libri, film, ecc.) e chi invece gioca (con 5 pietre, pallone e oggi Nintendo). Chi è a favore di questa tecnica invece si ricollega a regole di psicopercezione per indicare un maggiore coinvolgimento del pubblico non solo spettatore nelle pieghe della storia. È chiaro che la storia deve essere adattata a questo meccanismo narrativo, ma questo è un passo già naturale quando si passa dal libro al grande schermo, quindi al piccolo schermo.

Voyeur fa quindi uso delle caratteristiche di questo medium ed in particolare del dispositivo per il quale viene sviluppato, il CD-I della Philips. POV utilizza la

possibilità di gestire due piani video indipendenti per realizzare tutta la scenografia sullo sfondo con grafica elettronica e gli attori veri sul primo piano, un po' come avviene nei cartoni animati tradizionali: solo gli elementi che si muovono in primo piano devono essere ridisegnati in ogni fotogramma. Per questo film interattivo sono stati creati mobili sintetici, scrivanie, la bellezza di 13 stanze differenti, tutto attraverso 3D Studio di Autodesk con il quale sono stati assemblati gli scenari, l'illuminazione, le riprese e gli obiettivi «virtuali».

Sostanzialmente sono state utilizzate delle tecniche di cinematografia tradizionale, solo che questa volta si è lavorato in una realtà virtuale. Il sistema CD-I ha dei limiti che in questo caso sono stati aggirati intelligentemente; in particolare l'animazione vera e propria può avvenire solo su una porzione dello schermo, fino a quando l'MPEG non diventerà una realtà di mercato, e quindi sono stati sfruttati elementi scenografici quali la visione attraverso una finestra o altre situazioni simili per rendere più naturale la riduzione delle aree animate. Per il resto la tecnica di ripresa è la stessa di produzioni quali Tron e Lawnmower Man, con attori che si aggirano in una scenografia spoglia, con elementi architettonici abbozzati e dallo stesso colore, per la rimozione in chromakey, e una serie di monitor tutti intorno per controllare in tempo reale il risultato finale della ripresa.

Per scrivere Voyeur si è abbandonata completamente la tecnica della scenografia tradizionale; si è trattato piuttosto di una sorta di descrizione di una partita di scacchi, forse ancora più complessa. Le varianti, le «mosse», devono rispondere a criteri che permettono di utilizzare le riprese in scenari differenti, a collegare le riprese in ordine differente, a

costruire un albero tridimensionale di diverse possibilità. L'obiettivo è di ottimizzare le riprese e offrire la possibilità di un gioco che non è ripetitivo. In questo caso Voyeur ogni volta parte con uno scenario diverso, scelto a caso dal CD-I tra quattro diversi.

A luci rosse

Il rischio ed il desiderio di sperimentazione del nuovo medium interattivo costringono spesso a non escludere nessuna possibilità di azione. Infatti per Voyeur esistono già due versioni, di cui una «a valore aggiunto». Nel linguaggio di Hollywood ciò significa una produzione con scene piccanti o situazioni sensuali e, di conseguenza, classificata «R», una sorta del nostro «Vietato ai minori», in una società puritana come quella statunitense dove allattare un bebè dal seno in pubblico può essere reato e nelle toilette non c'è traccia di bidet, per non parlare del divieto di topless sulle spiagge, accanto al frequente divieto di giocare, mangiare, bere, fare il bagno lontano dal bagnino... Nella stessa versione troviamo indumenti sexy, un guinzaglio (senza cane); spetterà a Philips la scelta tra questa ed una seconda versione più casta.

Secondo molti il successo del videoregistratore è dipeso dalla disponibilità di nastri piccanti o a luce rossa, senza l'imbarazzo di un degradante cinema specializzato, ed allo stesso tempo la disponibilità del sacro alibi della registrazione delle partite di calcio o di altri sport. Il successo del Minitel francese dipende anche da questo genere di applicazioni. Più di una persona suggerisce a viva voce che la prossima e più interessante applicazione dei film interattivi è l'erotismo e la pornografia, in tutte le rispettive variazioni. Cosa

succederebbe se Madonna decidesse di realizzare un titolo di «Spettacolo Interattivo» vietato ai minori, se Rod Stewart producesse una versione di «Are You Sexy» per il mercato interattivo, o se il protagonista degli incubi cinematografici Freddie Krueger resuscitasse ancora una volta in una versione interattiva a luci rosse. Sarebbe inevitabile che, se è vero che Virtual Valerie è uno dei CD-ROM più venduti al mondo, l'industria legata all'erotismo troverà occhi spalancati e consenzienti tra gli adulti, e non solo, utenti del multimedia interattivo. Se scavo indietro negli anni, mi sembra di ricordare che, tra i programmi che mi «passavano tra le mani» quando ho cominciato a giocare con l'informatica, alcuni dischetti erano chiaramente vietati ai minori e erano considerati tra i più interessanti dai miei amici. Oggi le edicole vendono, accanto alle riviste specializzate, anche le videocassette. Domani vedremo anche «Playboy» e «Playgirl» su CD multimediale interattivo?

Sand Box

Se dovessimo attrezzare la produzione di un film interattivo su CD, gli elementi ineliminabili sono costituiti dalla possibilità di creare scenografie virtuali realistiche, una limitata capacità di riprese dal vero, un film vero alla cui fama ricollegarsi ed un formato CD abbastanza diffuso per la distribuzione. Se una casa cinematografica decidesse poi di partecipare ad una tale produzione, abbiamo visto che i possibili guadagni sono certamente allettanti, una buona parte delle riprese di un film che vengono escluse dal montaggio finale potrebbero risultare utili nella versione interattiva dello stesso.

Mentre una produzione interattiva nasce con questi presupposti, il contatto tra una casa cinematografica e società capaci di manipolare il video in maniera digitale nasce invece per esigenze di effetti speciali. Successivamente, se ben stimolate, possono accorgersi che c'è un mercato diverso pronto per loro. Da questa ricetta stanno nascendo numerose società quali Sand Box, creata di recente dal genio di Scott Billups, giovane e allo stesso tempo veterano dell'industria dello spettacolo, con 200 spot pubblicitari, effetti speciali per 75 film, compreso l'ultimo film di Spielberg Jurassic Park. Molti di questi lavori sono stati realizzati da Billups Communications, la società di cui Scott è praticamente l'unico dipendente, circondato completamente da sistemi all'avanguardia. Con l'esperienza accumulata in questi anni, Scott ha creato Sand Box insie-

me a Kenneth e Lawrence Littleton, gli autori degli effetti speciali di Dracula di Coppola, Toys e Robocop 2 ed una esperienza nella pianificazione di produzioni cinematografiche. Intorno a questo gruppo centrale esistono specialisti di multimedia, grafica e video ed una serie di free-lance multimediali con alle spalle progetti di un certo valore.

Oggi la tecnologia digitale sta trasformando radicalmente Hollywood e tutta l'industria cinematografica; quelli che non si aggiorneranno tecnologicamente rimarranno indietro. Il MIDI ha spiazzato negli anni '80 molti musicisti e produzioni musicali. Oggi lo stesso sta succedendo nelle sale di posa: i grafici, gli scenografi e gli addetti alla postproduzione che non aggiorneranno le proprie specializzazioni metteranno a rischio il proprio lavoro con la invasione del digitale visto che le produzioni digitali offrono tempi di produzione e quindi costi ridotti con immagini ad alta risoluzione. Scott Billups addirittura parla di una possibile riduzione dei costi dell'80%, un valore quasi incredibile che, però, vista la sua indubbia esperienza, dobbiamo considerare seriamente. La ricetta tecnologica è simile a quella già utilizzata per la precedente società, Billups Communications: una serie di workstation Silicon Graphics, ideali per i lavori impegnativi e ad alta qualità, una serie di più modesti Macintosh come terminali grafici di controllo per la gestione delle apparecchiature che comprendono sistemi per il trasferimento su pellicola cinematografica allo stato dell'arte, per un totale di 6 miliardi di lire.

Queste costose apparecchiature servono per permettere ad una troupe cinematografica di girare un film in un'unica stanza in una manciata di settimane. Le scenografie possono essere realizzate sia in computer grafica che filmate dal vero, con riprese digitali. Quindi le riprese degli attori vengono assemblate digitalmente sulle scenografie così ottenute, senza sprechi di riprese per via delle cattive condizioni atmosferiche o dell'aereo che passa in quel momento.

Riuscirà un investimento del genere a dare i frutti desiderati? Non dobbiamo dimenticare che esiste un mondo cinematografico fatto di persone, di tante specializzazioni che non possono essere facilmente spazzate via. La reazione a queste tecnologie può essere tanto di snobbismo che di fanatismo, ed il giusto apparirà con un po' di esperienza pratica. Nel frattempo sembra che l'industria cinematografica consideri le tecnologie digitali «sorvegliate speciali» ed è particolarmente attratta dalle persone capaci di esprimersi creativamente con queste, piuttosto che essere interessa-

ta ai computer Silicon Graphics in sé.

Sand Box nel frattempo ha già ordini di lavoro per un totale di 30 miliardi di lire, ha tre grosse produzioni sotto mano ed ha acquistato i diritti per utilizzo digitale di spezzoni da questi film per poter realizzare, sorpresa, versioni interattive su CD degli stessi. Nel film *Twilight of the Gods* (Il crepuscolo degli dei) di Philippe Mora, la storia di come alcuni capitani d'industria quali Henry Ford avrebbero aiutato Adolf Hitler a salire al potere, Sand Box sta producendo effetti digitali virtuali per riprodurre sullo schermo scene di folla del Terzo Reich, o una riproduzione digitale dello studio di Hitler con tanto di digitalizzazione del marmo utilizzato sulla scrivania vera, con l'utilizzazione di un ridotto numero di comparse, oltre ad aver ridotto di circa il 30% il numero delle persone impegnate nella produzione. *Twilight of the Gods* sarà successivamente anche un CD didattico che sarà disponibile nel 1994 per Macintosh e, successivamente, per PC. Electric Forest sarà la successiva produzione, una versione anni '90 del Mago di Oz per il quale Sand Box creerà tutte le scenografie, tranne la scena di apertura a Central Park a New York. *Robocop 3* è un esempio tipico di come i mercati accessori a quello cinematografico a volte hanno maggiore successo del film vero e proprio. Il videogioco nei bar è un successo, addirittura con due versioni diverse, mentre il film non è mai uscito perché necessita di alcuni «ritocchi» che costerebbero da soli quanto il resto del film già pronto. Ma in seguito al successo nei bar la casa di produzione ha deciso di completare comunque il film, cercando di contenere le spese.

Questa tecnologia ha comunque bisogno di artisti, senza dei quali rimane solo un virtuosismo tecnologico. Sarà con gli artisti che i limiti tecnologici, che pure esistono, passeranno in secondo luogo rispetto al divertimento. Il film interattivo non è una scommessa certamente vincente, ma necessita sicuramente di un approfondimento. Oggi solo con il Sega CD e con Interfilm possiamo valutare la risposta del pubblico ed è troppo poco per cantare vittoria. In fondo il film interattivo è ancora una novità tecnologica ed è interessante proprio perché è nuova; solo con il tempo potremo capire se è nato un nuovo medium. Di sicuro la fantasia e la creatività di tanti piccoli e grandi produttori multimediali oggi sta viaggiando velocemente sorretta dalla visione dei film interattivi. Sarebbe senz'altro un peccato che tanta energia e tante speranze non riuscissero a trovare una risposta di mercato.

MS

In tutto il mondo Greenwich è il riferimento unico per misurare il tempo. Ma da noi c'è qualcos'altro. Un riferimento per conoscere e scegliere gli strumenti che lo misurano: Orologi. Una rivista pensata con passione; nelle sue pagine il mondo del tempo, in tutte le sue forme: tecnica, storia, curiosità e futuro. Splendide immagini di orologi moderni e antichi accompagnano informazioni precise e articoli attenti e puntuali sulla tecnica, la cultura del tempo e sulle rarità. Insomma una guida sicura che non ha paralleli: proprio come il meridiano di Greenwich.

technimedia

Pagina dopo pagina, le nostre passioni.

Il riferimento più autorevole dopo il meridiano di Greenwich.

Orologi[®]

LE MISURE DEL TEMPO technimedia

Ulysse Nardin:
la tecnica del Tellurium

I segreti di
Alain Silberstein

Orologi. I primi sui secondi.