

# L'avventura multimediale di Voyager

*Voyager è stata la società determinante nel passaggio del multimedia dalla sperimentazione a New Medium. In che modo? Introducendo per la prima volta il valore artistico e la creatività in un settore ancora oggi affollato da tecnici. Ma se volete davvero esplorare Voyager, non dimenticate di portare con voi la vostra mente*

di Gerardo Greco

Sarà per suo passato consolidato nella pubblicazione di LaserDisc dedicati all'arte ed alla cinematografia (con preziosi esempi di titoli di approfondimento dedicati a questi temi); sarà per il fatto che Voyager ha conosciuto le spiagge californiane di Santa Monica prima di avere la sua nuova roccaforte nel quartiere newyorkese di Soho, patria dell'editoria cartacea, raggiungendo anche il vecchio continente con un ufficio a Parigi; Voyager è una delle pochissime società che pubblica ad un ritmo incalzante numerosi titoli multimediali in diverse lingue. Titoli che vorremmo avere nella nostra libreria per poterli conoscere subito, ma anche perché... non si sa mai, potremmo avere una pausa di lavoro da utilizzare costruttivamente continuando ad imparare. Del resto se vogliamo far andare la nostra mente «a folle» c'è già tanta TV di basso livello o i giochi della serie «Falli fuori tutti!».

Le proposte di questa società si inseriscono invece piuttosto nel filone del «buon» libro, del «buon» disco o del «buon» film, dove naturalmente per buono si intende l'opinione generica di chi valuta, studia e conosce professionalmente questi media. Ecco allora una società che si è fatta conoscere per aver pubblicato, se è possibile e con tutti gli errori concessi a chi le cose le fa invece che parlarne soltanto, titoli che sono generalmente considerati «buoni» titoli multimediali.



Quale miglior biglietto da visita per una casa editrice, in questo caso Voyager, di una scolaresca di Harlem che visita i laboratori di produzione?

## Intervista con Aleen Stein

Non potevamo rifiutare un invito a colazione da Dean & De Luca a SoHo dalla donna che, insieme a suo marito, ha dato vita a Voyager. Tra una cioccolata calda ed uno sguardo ai quotidiani abbiamo parlato della società, del multimedia e dell'evoluzione della tecnologia. Quello che segue è un resoconto di una tranquilla mattina, si dice così anche se ci troviamo al centro di Manhattan, che è iniziata con meno fretta del solito, anche per recuperare un po' dalla sera precedente e dal party che la rivista settimanale «People» aveva organizzato per festeggiare 20 anni di attività, party durante il quale Voyager ha presentato il CD multimediale celebrativo di «People».

*Una delle cose discusse con gli organizzatori di MILIA è stato il fatto che nei media digitali sta succedendo qualcosa che è già successo con il cinema e la televisione. Il mercato tende ad appiatti-*

*re le diversità e si rendono necessarie delle azioni di supporto per garantire la loro sopravvivenza, specialmente dove la partita si gioca e si vince attraverso l'uso di tecnologie avanzate. Così come nel cinema e nella televisione noi europei conosciamo azioni di sostegno per le opere «d'autore» europee, proprio per conservare le diversità che caratterizzano il vecchio continente, nel multimedia non possiamo*

*negare che i titoli più diffusi sono di provenienza statunitense. E con le autostrade elettroniche, l'evoluzione della telematica e di Internet per il mercato consumer, cioè il mondo di Mosaic, il problema si fa ancora più serio. Non credo sia il caso di parlare di barriere, ma certo si può parlare di azioni di sostegno per i contenuti e la creatività europea. Cosa ne pensa lei che da un anno vive a Parigi nella filiale europea di Voyager?*

Io credo che la cosa più importante sia di produrre titoli localmente, differenziare la fonte che genera i titoli interattivi. Certo, lasciare i titoli in lingua originale, l'inglese, può costituire una forma di colonizzazione per molti europei. Anche tradurre nelle varie lingue europee titoli statunitensi può essere percepito da qualcuno comunque come una forma di colonizzazione. Ma a tutto questo non esiste rimedio. L'unica possibilità è di produrre in Francia titoli per la Francia, da tradurre successivamente nelle altre

lingue, e fare lo stesso negli altri paesi. Lo squilibrio può essere colmato solo aumentando la produzione locale. Un modo di fare questo è di migliorare l'educazione e l'informazione perché ciascun paese possa produrre costantemente titoli di buona qualità.

Alcuni dei nostri prodotti sono disponibili nelle diverse lingue europee: la linea musicale con Beethoven e Mozart. Ma sfortunatamente quando tre anni fa iniziammo a Parigi, ci siamo scontrati con una profonda crisi economica che ha bloccato lo sviluppo dei progetti europei. Oggi abbiamo dei nuovi distributori che rilanceranno questi titoli e speriamo che nel futuro esistano maggiori possibilità.

**Lei crede nell'utilità di standardizzare alcuni passaggi delle produzioni multimediali in maniera tale da semplificare la localizzazione dei titoli nelle varie lingue e migliorare quindi la qualità dei prodotti disponibili?**

**S**i tratta di qualcosa che noi stiamo già cercando di fare in piccolo, organizzando le risorse nei nostri CD in maniera tale da rendere la traduzione la più semplice possibile. È qualcosa che stiamo già facendo con alcuni titoli che stiamo sviluppando in Europa per l'Europa. In realtà questo è un argomento al quale siamo stati sensibili sin dall'inizio, facendo attenzione al fatto che il nostro obiettivo è non solo tradurre i nostri titoli statunitensi per vendere più copie in Europa, ma anche essere degli editori per l'Europa lavorando su titoli locali.

Un'altra cosa interessante che stiamo cercando di fare è di andare oltre la semplice traduzione. In Francia abbiamo alcuni autori statunitensi che stanno scrivendo titoli in collaborazione con autori francesi: la particolarità è che gli autori non si preoccupano molto di tradurre ciò che il collega abbia scritto, quanto piuttosto di scrivere per il proprio pubblico. Quindi l'autore francese sta collaborando sì con l'autore americano per il titolo, ma sta scrivendo cose originali che saranno lette solo in francese e che probabilmente non saranno mai tradotte. Quindi mentre stiamo realizzando la produzione «personalizzata» per diversi paesi, allo stesso tempo, mettendo accanto autori di lingue e culture diverse, stiamo sperimentando nuove forme di produzione multiculturali.



A colazione con Aleen Stein, la direttrice di Voyager.

In una produzione multimediale dedicata ad un film francese stiamo cercando di inserire i sottotitoli relativi a sei lingue, insieme a testi per commento ai film, in maniera tale che lo stesso film commentato possa essere utilizzato in lingue diverse.

**Cosa pensa del multimedia nella stampa periodica?**

**C**i sono stati diversi tentativi, ma non si può ancora dire che le riviste su CD multimediale siano state in genere un successo. Certo alcune come «Le Vague Interactive» sono arrivate a vendere fino a 20 - 30 mila copie in Francia e

Uno degli ambienti di produzione di Voyager: un grosso loft con tante macchine multimediali e tantissimi cavi.



«Medio» negli Stati Uniti sta attirando molta attenzione, a cominciare dagli investitori privati. La rivista francese finiva per non essere veramente economica e quindi finiva per non essere veramente una rivista.

**All'ultima edizione del Comdex era chiaro che il concetto di multimedia si sta evolvendo. Accanto ai media che vengono tradizionalmente citati come componenti del multimedia insieme all'interattività trovavamo la telematica, l'uso del collegamento in rete attraverso la linea telefonica, con possibilità fino ad ora inesplorate di applicazioni per il mercato di massa. Riviste ibride basate su CD con l'uso del modem, sistemi di gioco basati su CD e Internet, ecc. Cosa ne pensa?**

**N**oi abbiamo già prodotto un titolo nella linea Expanded Book, «Internet Companion» che oltre ad essere la versione elettronica di un famoso libro di Tracey LaQuey è anche un software per collegarsi ad Internet.

**Lei pensa che il modello del World Wide Web sia la risposta globale alle esigenze di interattività o piuttosto che in questo manchi ancora qualcosa in termini di interattività? In fondo risulta che buona parte del tempo trascorso dagli utenti sulle BBS come Compuserve o la nostra MC-link viene trascorso nelle**

aree di discussione (chat) nelle quali gli utenti interagiscono tra di loro scambiandosi messaggi.

Noi stiamo sviluppando una home page su World Wide Web nella quale una parte importante è proprio quella della messaggistica per mettere la nostra casa editrice in contatto con i lettori. In questo modo Internet finisce per essere un posto virtuale nel quale tutti possono incontrarsi. È vero che alcune persone si collegano per semplice curiosità, ma questo da solo non giustificerebbe l'enorme quantità di persone che si collega ogni giorno ad Internet. La maggior parte cerca informazioni specifiche, vuole comunicare, vogliono viaggiare in una specie di mondo virtuale. La stessa interfaccia utente diventerà più naturale e meno «computer», lasciando alle spalle le metafore di Windows e dei sistemi simili.

**C**osa pensa del fatto che esiste una specie di maggioranza silenziosa che sembra non partecipare attivamente o non essere interessata all'evoluzione di cui parliamo, mi riferisco alle donne.

Non è il caso della nostra casa editrice. Il fatto è che se si continua a parlare di cose nelle quali le donne non sono interessate, ebbene le donne non parteciperanno. Se le donne stesse non partecipano alla realizzazione dei contenuti, questi finiranno per essere, in un modo o nell'altro, più interessanti per gli uomini che per le donne. Gli argomenti affrontati, specialmente gli aspetti puramente tecnici, finiscono per essere in-

teressanti prevalentemente per gli uomini.

Il motore più potente, il processore più veloce sono argomenti che da soli attirano l'attenzione di molti uomini. Gli argomenti che invece Voyager cerca di affrontare sono argomenti più neutri che interessano tutte le persone. Non è una sorpresa scoprire poi che se vengono assunte donne, queste contribuiranno a scrivere su argomenti che interessano sicuramente alle donne.

È strano accorgersi che non molte società affrontano gli argomenti che noi affrontiamo.

Le altre società multimediali pubblicano prevalentemente enciclopedie, raccolte di informazioni a tema, giochi di spartorie.

Abbiamo pubblicato alcuni CD dedicati all'arte, ma crediamo che esista ancora molto da scoprire. L'arte di cui si parla nel multimedia è un'arte già consolidata e famosa; non esiste ancora uno spazio per l'arte sperimentale. Ad esempio la poesia è praticamente assente dal nostro mondo, anche se conosciamo molti poeti che stanno sperimentando, ad esempio, il video come estensione della carta.

## La multimedialità nelle librerie

Oggi esiste chiaramente un nuovo medium, ma quale è il canale di distribuzione adatto allo stesso? Voyager ha fatto una scelta ben precisa quando un paio di anni fa ha deciso di spostare la sede principale dalle spiagge della California a New York. L'idea era di voler seguire più da vicino il mondo dell'editoria tradizionale, che ha sede naturale appunto a New York, per accompagnarne la transizione verso il multimedia. E la collezione di titoli di questa società si avvicina di più a quella di una società editrice tradizionale che a quella di una software house di videogiochi o di una società cinematografica. È naturale quindi la scelta di Voyager di entrare nelle principali librerie statunitensi per distribuire i propri prodotti, una famiglia di CD-ROM multimediali ed una di dischetti indicata come Expanded Book. Ed ecco allora un contenitore dall'aspetto di quelli dei libri in libreria che è invece pieno di CD-ROM, confezionati appunto come libri.



Ecco la scrivania che controlla la home page per World Wide Web di Voyager, dove, Internet o no, arriva anche una copia di MC.

«Dazzeleoids» i personaggi stile fumetto per far giocare in maniera istruttiva i più piccoli.

In uno dei numeri più recenti di Wired l'articolo mensile di Nicholas Negroponte faceva riferimento al concetto stesso di arte, suggerendo che esistono alcune forme di programmazione o di «hacking» che possono essere assimilate alla creazione artistica. Nuove forme di espressione che accompagnano lo slittamento dell'intero mondo informatico dal calcolo verso la comunicazione.

Certo, sono pienamente d'accordo.

Per finire, lei ha un consiglio per gruppi di giovani creativi italiani che vogliono intraprendere un'attività nel mondo della multimedialità?

Cominciate, fate qualcosa, smettete di parlarne. Ci sono tante persone che iniziano un lavoro, hanno un'idea e investono molto tempo ad andare da un edi-

tore all'altro alla ricerca di un interessamento.

Se solo completassero questi lavori prima di venire da noi, se solo noi potessimo dare eventualmente un tocco finale senza dover accompagnare buona parte della produzione.

La curva del momento iniziale nell'attività multimediale è fondamentale. All'inizio ci sono così tante cose da imparare, errori da commettere; conviene cominciare e superare al più presto la fase iniziale.

Più persone ci saranno a produrre titoli multimediali e più il multimedia sarà interessante. Bisogna evitare di portare nel multimedia esclusivamente titoli preesistenti ed invece cercare di produrre per il multimedia, concepire pensando sin dall'inizio al multimedia.

Lei ha un consiglio da dare per quanto

riguarda le tecnologie da utilizzare per produrre il multimedia?

In realtà il Macintosh ha ancora un vantaggio in questo settore ed Apple ha messo a disposizione gli strumenti per pubblicare su più di una piattaforma alla volta, anche se non sempre in maniera perfetta. Le persone che hanno utilizzato il Macintosh si sono rivelate più creative, quindi i prodotti realizzati da queste sono risultati migliori di quelli realizzati su altre piattaforme. Esistono alcune caratteristiche di determinate piattaforme che limitano la creatività.

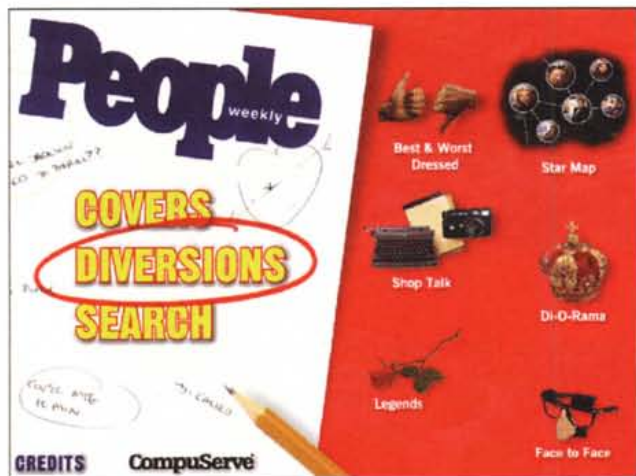
Come vede lei un team che produce multimedia?

C'è bisogno di persone che possono comprendere concettualmente quali sono le possibilità del medium e riescono

## «People» festeggia 20 anni con la multimedialità

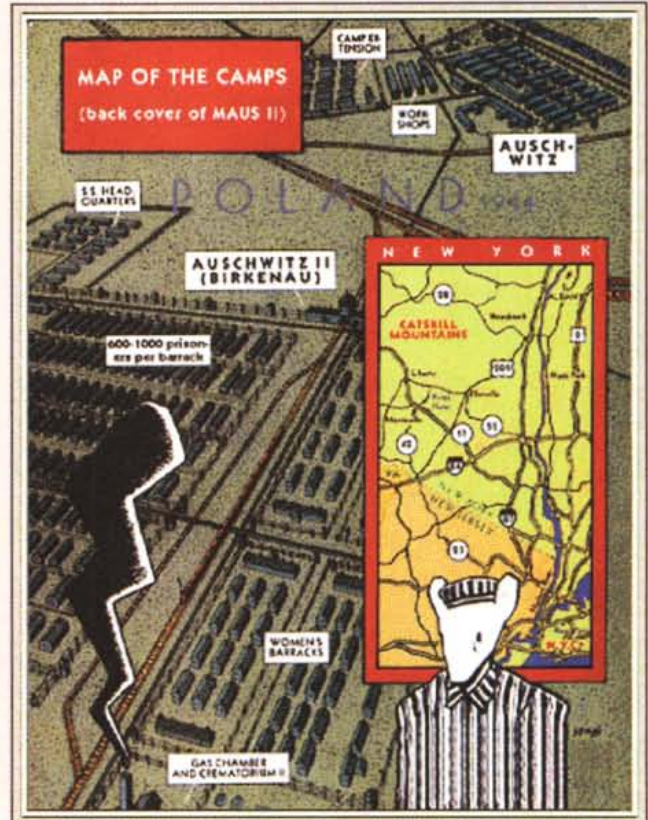
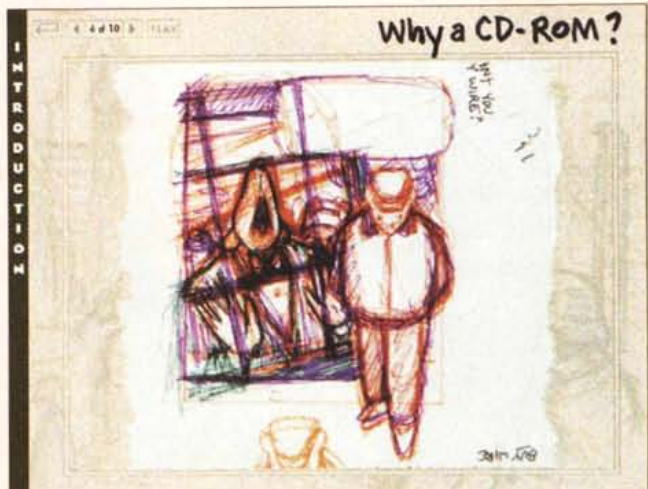
Il festeggiamento dei 20 anni di vita della rivista settimanale «People» è avvenuto all'insegna della multimedialità. Infatti Voyager ha pubblicato un CD per Macintosh e Windows che presenta la storia delle due decadi fatte di copertine, articoli e fotografie del popolarissimo settimanale statunitense. L'iniziativa rientra in una serie di attività celebrative che hanno compreso un numero speciale in edicola, una raccolta di copertine ed una serie di programmi televisivi.

Il CD-ROM raccoglie le copertine, con la primissima, il personaggio apparso più di frequente, il più famoso, il personaggio della settimana in cui Elvis è morto. E poi le persone famose alle prese con la salute e le droghe, la bulimia, con la famiglia ed i divorzi, con i crimini famosi, ecc. Il disco comprende un gioco a quiz dedicato alla cultura pop che è anche un test del quoziente di intelligenza.



«People» un CD per Mac e Windows che presenta la storia delle due decadi fatte di copertine, articoli e fotografie del popolarissimo settimanale «People».





«Maus», il classico di Spiegelman si accende nel formato multimediale. Si tratta del famoso racconto vincitore del premio Pulitzer edito già sotto forma di fumetto che racconta la storia dell'olocausto nel quale gli ebrei vengono rappresentati con le sembianze di topolini inseguiti dall'aggressore.

a metterle insieme editorialmente, quelli che chiamiamo «produttori», quelli che mettono insieme le diverse parti. C'è bisogno di persone che capiscono sufficientemente i programmi da portare a termine un prodotto, quelli che chiamiamo «programmatori». C'è bisogno di progettisti di interfacce, a volte i produttori possono fare questo lavoro, e/o disegnatori grafici che si preoccupa-

no di come appare lo schermo e di come tutte le cose si incastrano tra di loro. Questi sono i tre personaggi fondamentali di una produzione multimediale. Naturalmente ci sono anche altre professioni che di volta in volta possono essere utili. Ad esempio quelle persone che comprendono la relazione tra video e computer, gli esperti di audio, ecc. Il mondo multimediale si è differenziato al

punto da aver bisogno di competenze specifiche, come i registi per la cinematografia e gli scrittori per la letteratura. I professionisti che provengono da altri settori spesso non comprendono queste problematiche. *MS*

Gerardo Greco è raggiungibile tramite MC-link alla casella MC4720 e tramite Internet agli indirizzi mc4720@mclink.it e 71562.516@compuserve.com.

# The Visual Way



**Un incontro,  
ad alta tecnologia  
su Borland C++ 4.5  
e Delphi 95**

**13 febbraio  
e 14 marzo 1995**

**Milano,  
Centro congressi  
Milanofiori**

**Borland e Mondadori  
Informatica Education  
vi invitano a una full  
immersion sui nuovi  
linguaggi visuali.  
13 febbraio: anteprima  
con approfondimento  
su Borland C++ 4.5 e  
seminario gratuito  
EEP su Delphi 95.  
14 marzo: seminario  
a pagamento (con  
pacchetto incluso)  
su Delphi 95.  
Due giorni da non  
perdere per  
programmatori e  
aziende che vedono  
lontano.**

**MONDADORI  
INFORMATICA  
Education**

**Borland**

Vorrei sapere tutto su "The Visual Way" del 13 febbraio e 14 marzo 1995.

Nome e cognome .....

Azienda .....

Indirizzo .....

Cap e città .....

Tel. .... / ..... Fax .....

Inviare via fax allo 02.76001633 o telefonare allo 02.795431.