

Magazine su CD

Doveva accadere, è accaduto: qualcuno è riuscito a fare un "magazine" d'attualità degno di tale nome su CD-ROM, sfruttando tutte le possibilità offerte dal mezzo multimediale con gran maestria. E la pubblicità, come la mettiamo con la pubblicità? La soluzione (soft) adottata... la descrivo in queste pagine.

di Dino Joris

Sembra proprio che in Italia vada tutto magnificamente bene: mutui al cinque per cento, tasso di sconto in ribasso, possibilità di rivedere i soldi della tassa per l'Europa a Natale... In questo clima, basta occuparsi di cose serie, non c'è più bisogno, possiamo finalmente permetterci qualche momento di relax, immergendoci nelle frivolezze di CyberMax!

Certo, si tratta di frivolezze, ma talmente ben confezionate che il piacere è assicurato, per

almeno un paio d'ore. Visto che CyberMax, almeno per il momento, è trimestrale, non c'è fretta di "consumarlo" rapidamente, si può anche progettare di vederlo un po' per volta. Già, perché, come tutte le riviste, può essere sfogliato anche con casualità, cominciando dal fondo, dalla metà, dall'inizio, a piacere, non c'è bisogno della lettura ordinata dalla prima all'ultima pagina, s'incappa sempre e in ogni modo in belle ragazze, in

notizie di cinema e d'attualità, e molto altro. Sempre per gente matura, beninteso (dai tredici anni in su...).

L'approssimarsi del Natale suggerisce però che ci si occupi anche d'altri argomenti, adatti ad un pubblico più vasto ed ai più piccoli. Così farò.

Cominciamo ad occuparci della sorpresa del mese, CyberMax.



CyberMax

Editore:
RCS Periodici - Rizzoli New Media

Prezzo: lire 24.900

Reperibile in edicola

L'editore scrive in terza di copertina: "Il primo magazine interattivo su CD-ROM". Prendo per buona questa affermazione, anche se qualcuno potrebbe obiettare, prodotto alla mano (Microsoft Magazine, per esempio), che davvero è il primo in assoluto, ma potrebbe esserlo nel suo settore.

La mia sola certezza assoluta (ma è una questione d'opinione): questo è il primo "magazine" su CD-ROM che trovo interessante.

Le opere prime ben riuscite, in genere, non si dimenticano. Ricordo molto bene l'impressione suscitata dalla visione delle prime opere su CD-ROM di Dream Works: filmati di qualità TV sul mio PC, per la prima volta.

Posso affermare che ricorderò anche il primo impatto con CyberMax, una rivista interattiva tutta italiana, tecnicamente e graficamente valida, frutto evidente di uno sforzo di squadra di notevole livello.

Sospetto che il costo di preparazione della rivista sia stato notevole e che l'editore sia in qualche modo co-



stretto a volumi di vendita molto alti, per potersi permettere di continuare con i numeri successivi.

CyberMax può interessare un pubblico piuttosto vasto, questo è indiscutibile, ma mentre l'acquisto della rivista tradizionale o del famoso calendario di Max non ha requisiti pregiudiziali di sorta (forse solo un chiodo e il martello per appendere il calendario sul letto...), la rivista interattiva dipende fortemente dal numero di lettori CD-ROM installati.

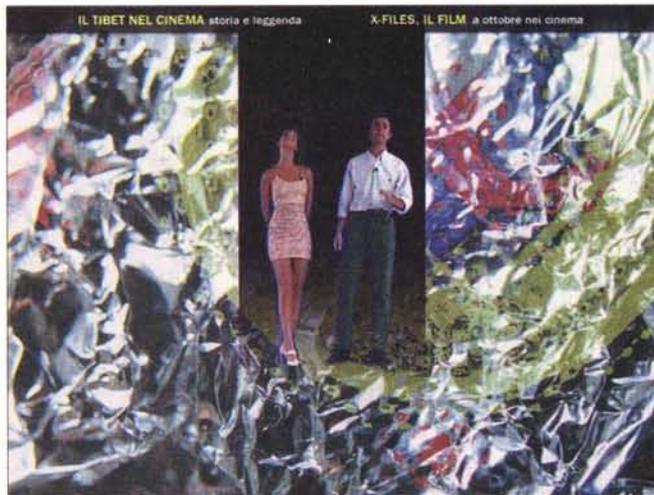
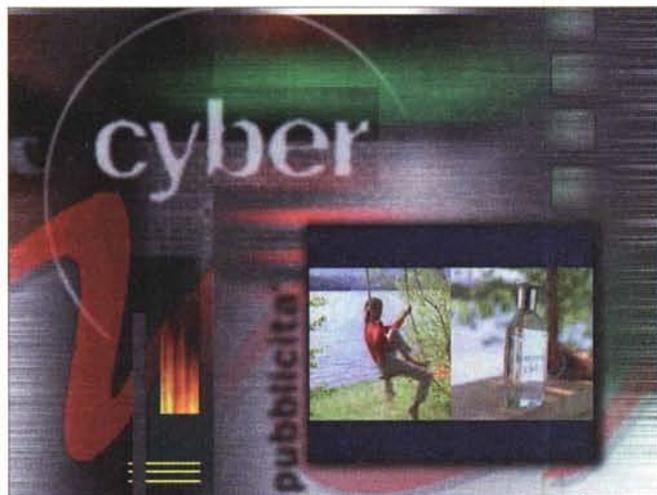
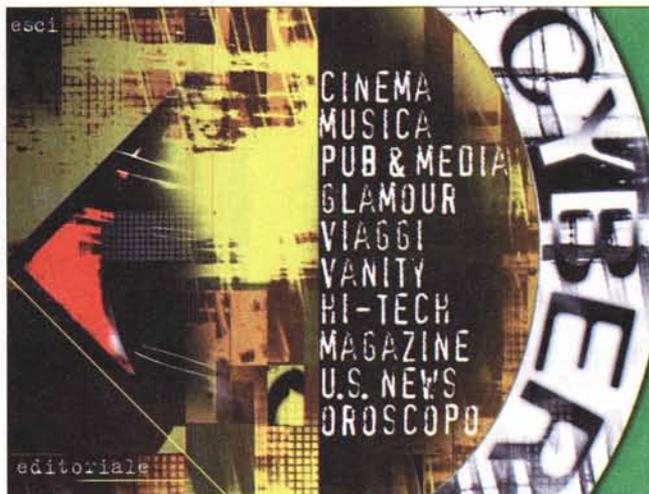
Ce ne sono a sufficienza? Mi auguro di sì, perché questo consentirebbe il proseguimento della pubblicazione e la nascita di nuove iniziative (anche meno frivole, d'accordo!).

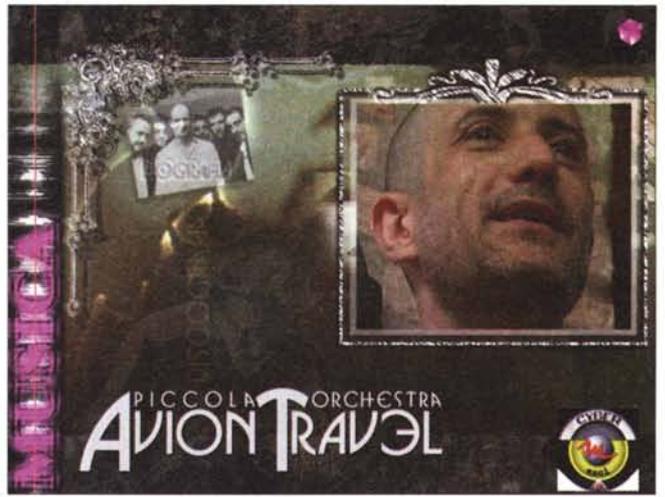
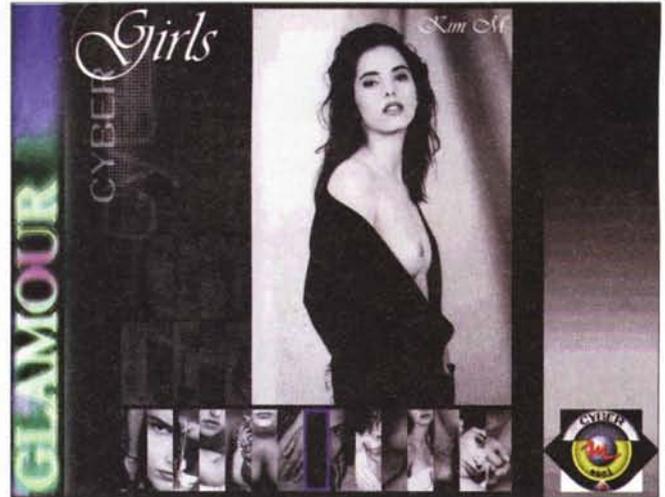
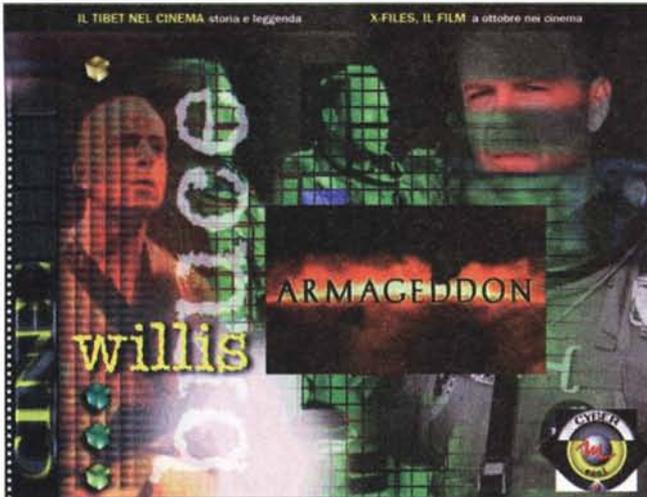
I contenuti di questo primo numero della rivista sono riassunti abbastanza bene dalle immagini che vi propongo.

La rivista è presentata dalla bella (e simpatica) Alessia Merz, in coppia con un simpatico ragazzo, Stefano Ballarini.

La presenza è discreta, ma spesso anche molto utile: se l'Alessia non avesse detto, alla fine della presentazione di una sezione: "Dai clicca qui sotto!", avrei perso le foto di calendario di Alessia Marcuzzi e la storia (divertente) che l'accompagna.

Questa rivista ha innegabilmente un'impronta forte impressa dalla presenza di belle ragazze non sempre completamente vestite (nulla di più di quanto vedete nelle immagini proposte, gli amanti dell'hard core dovranno rivolgersi altrove), ma non c'è nessuna traccia di volgarità, a mio parere. Non mancano le letture interessanti su vari argomenti, pur





rimanendo una rivista d'impostazione leggera.

Le sezioni di questo numero sono dedicate al Cinema, alla Musica, a Pub & Media, Glamour, Viaggi, Vanity, High Tech, U.S. News, Oroscopo e giochi (questi ultimi sono demo, contenuti sul secondo CD).

La partenza automatica avvia la presentazione, che suggerisce l'alternativa tra un percorso guidato ed uno libero. Fatta la scelta, arriva la sorpresa della pubblicità: imparerete che esiste un nuovo profumo che si chiama Tommy Girl. Pochi secondi da sorbire in tranquillità, tanto non è concesso il "cambio di canale" (viene naturale parlare in termini televisivi). Lo spot pubblicitario è riproposto di tanto in tanto, ma, superato il primo shock, non è troppo fastidioso, anche se imposto (le pagine pubblicitarie sono inevitabili, anche se in modo diverso da quelle delle riviste su carta).

Ma non tutta la pubblicità "viene per nuocere": c'è anche, infatti, una sezione dedicata a spot pubblicitari (stranieri) divertenti, che in un paio di casi ricordano, con effetti esilaranti, le comiche di Chaplin. Non siete d'accordo anche voi che in qualche caso è lecito parlare di vero e proprio genio?

Tra gli spot ce n'è anche uno della Diesel, che non è mai arrivato in TV, perché bocciato dalla censura. Da vedere di certo, e da discuterne, forse.

Nella sezione cinema sono presentati vari "trailer" di film

attuali (anche "Armageddon", l'ultimo di Bruce Willis) accompagnati da commenti e notizie.

La sezione dedicata alla musica inizia con una canzone di Biagio Antonacci, che canta accompagnandosi al piano, e scioglie poi via in una visita al cantante nella sua casa all'isola d'Elba. Contiene anche un videoclip da un concerto, la biografia, il collegamento ad Internet (una costante di molte sezioni di questo CD).

La cantante Paola Maugeri dei Puertorico racconta come si fa ad incidere un CD, la Piccola Orchestra Avion Travel racconta se stessa. Vi sono poi le "pillole da Imola", brevi commenti a ruota libera sul concerto del '98, fatti da Anouk, Elisa e Vasco Rossi.

Glamour: attrae la frivolezza di questa sezione, che si occupa di cose belle... in carne ed ossa. Modelle e la loro agenzia, ragazze che "saranno famose", un ritratto della presentatrice, Alessia.

La sezione viaggi presenta una faccia di Napoli sconosciuta ai più (almeno per me una sorpresa), quella sotterranea, ma anche itinerari esotici che portano sino in Tibet.

In Vanity è presentato il backstage della moda, e sono presentati i CD-ROM più recenti di Barbie, ma si parla diffusamente anche del più antico segno di vanità, il tatuaggio, nella sezione Tattoo.

Nella sezione Hi-Tech è presentata la videocamera digitale che diventa, quando occorre, macchina fotografica, ma si trovano anche argomenti d'informatica varia, PC portatili, cinema multisala e altro.

Nella sezione Magazine (buffo: la rivista nella rivista?) c'è un lungo (per l'ambiente multimediale, beninteso) servizio dedicato alla Smart, la vetturina di Swatch e Mercedes.

U.S. News offre un breve servizio sui meteoriti (unica cosa

deludente di CyberMax) e un'intervista a Pamela Anderson (troppo breve, viste le abbondanti grazie del soggetto - ma grazie all'interattività, si può ripetere all'infinito...).

Si conclude con l'oroscopo, d'inusitata durata, tre mesi, che lo rende valido sino alla prossima uscita di CyberMax. Non attendo il prossimo oroscopo ben augurante e bugiardo (almeno per me), ma sono davvero curioso di vedere cosa ci sarà nel prossimo.

Le città del patrimonio mondiale

Giunti Multimedia s.r.l.
Ripa di Porta Ticinese, 91
20143 Milano
Tel.: 02 8393374
Fax: 02 58103485

Prezzo: lire 79.000

Quest'opera è frutto di una coedizione dell'UNESCO e di World Heritage. Le centoquattro città descritte nell'opera sono quelle che l'UNESCO ha dichiarato patrimonio dell'umanità.

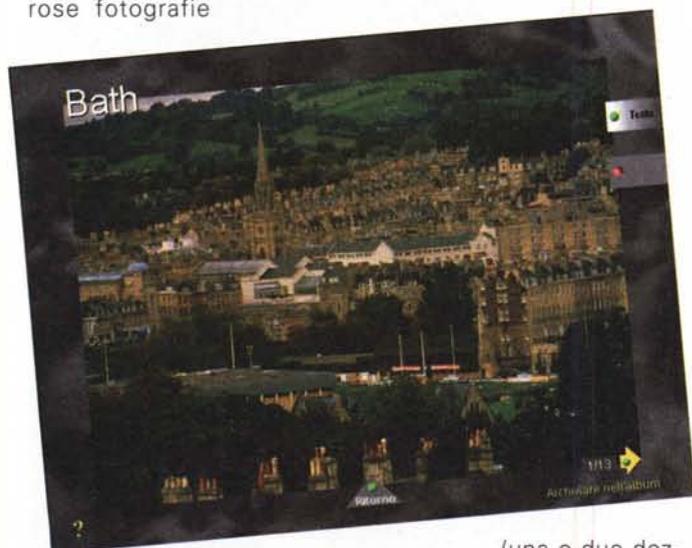
Le città sono descritte attraverso sia numerose fotografie



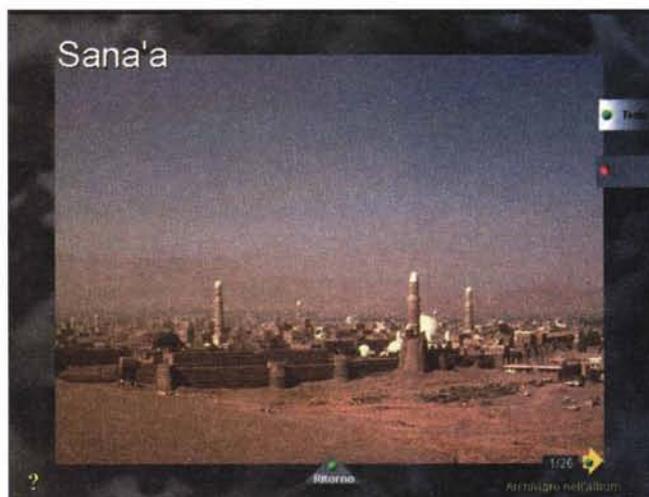
te agli antichi Romani). Diversamente da altre opere che presentano dei luoghi d'interesse turistico, questa si limita a fornire informazioni essenziali, stringate e nessun approfondimento o veduta filmata. Questo non sorprende, visto che già la sola descrizione fotografica delle 104 città richiede oltre 2.000 fotografie:

lo spazio su CD-ROM è tanto, ma certo insufficiente per aggiungere quei divoratori di spazio che sono i filmati.

La lettura di quest'opera, che sarà per i più piacevole e non impegnativa, potrà trasmettere molte sensazioni gradevoli e far venire la voglia di piantare tutto e girare il mondo per visitare le città dell'elenco UNESCO (e perché no, anche i dintorni, già che ci si trova sul posto...), senza tralasciarne alcuna.



(una o due dozzine per ogni città), sia schede di testo di qualche pagina. La lettura è accompagnata da musica appropriata: canti sudamericani quando si visita Santo Domingo, strumentale orientale quando si visita Sana'a, il brano sinfonico di Händel, "Musica sull'acqua", quando si visita Bath (in questo caso la scelta è davvero appropriata, visto che questa bella città inglese è famosa per le sue acque termali, già no-



Maldive

MediaTouch s.a.s.
Via Michele di Lando, 31
00162 Roma
Tel.: 06 3293935
Fax: 06 3295964
E-mail: md1189@mclink.it
Internet: www.diveitaly.com

Ambiente: Windows 95/NT
In italiano, inglese e tedesco

Prezzo: lire 79.000

Maldive fa parte di una collana dedicata alle attività subacquee, di cui ho avuto occasione d'occuparmi già in passato, raccontandovi il volume dedicato al Mar Rosso.

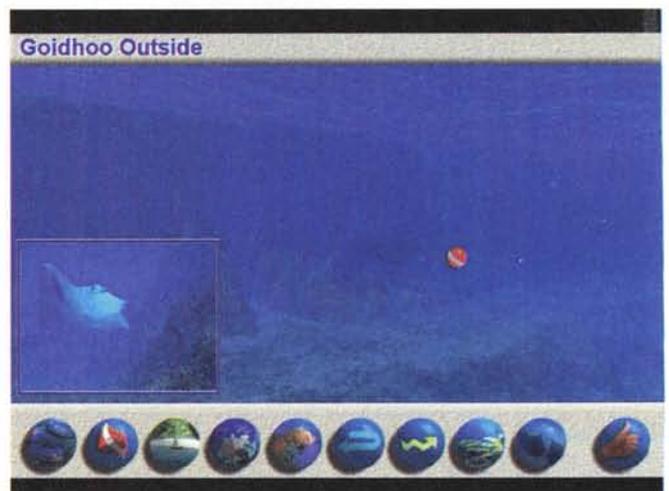
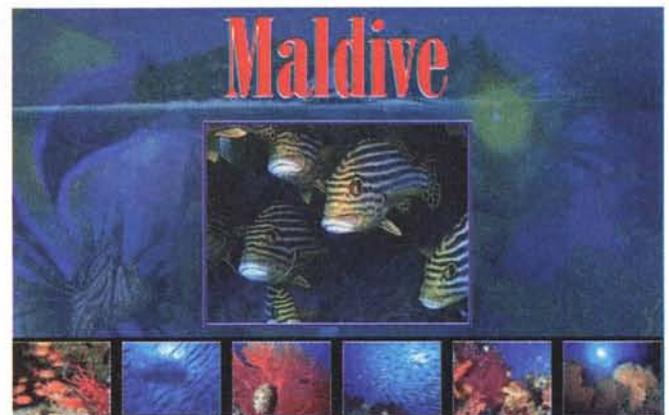
L'impianto dell'opera non è sostanzialmente cambiato, ma all'epoca non ci si avvaleva ancora delle tecnologie DirectX, quindi oggi possiamo contare su di un notevole miglioramento della qualità di fruizione dei filmati.

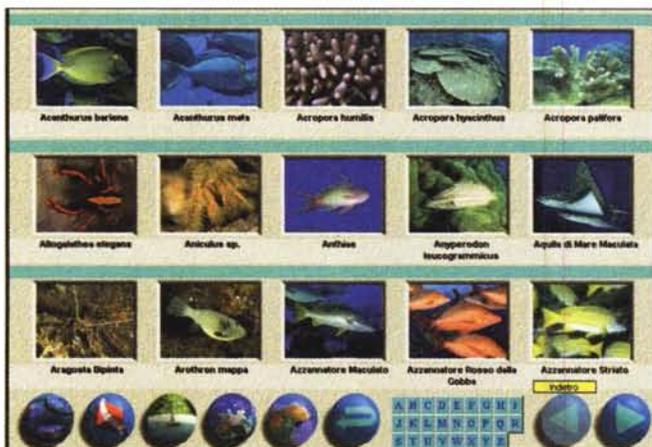


Quest'opera è dedicata a chi s'interessa di "scuba diving" e intende fornire tutte le informazioni utili sui migliori spot d'immersione delle Maldive, fornendo anche informazioni su flora e fauna, con dozzine di schede di testo e fotografiche. Gli spot d'immersione sono illustrati attraverso dei filmati, ma anche descrivendo a parole quello che il filmato non potrebbe rendere. Ad esempio: " Embudhu Express... una divertente corrente in grado di trasportare il subacqueo in immersione per circa due km e che costituisce un'esperienza davvero unica...".

Le numerose schede fotografiche, corredate di adeguate didascalie, possono preparare bene l'aspirante sub, per metterlo in condizione di riconoscere le tante specie che abitano in permanenza nei mari delle Maldive. Gli autori tengono a precisare (e come dar loro torto!) che le opere di questa collana non si propongono come corsi d'immersione, ma solo come guide ai

migliori spot del mondo, per sub già esperti.
Se non lo siete, potete colmare la lacuna seguendo un cor-





so d'immersione, della durata di poche ore di lezioni teoriche e pratiche, per mettervi in condizione di esplorare queste meraviglie sottomarine.

Maldive offre anche delle schede informative generali sul posto, sulla cultura e sulla storia delle isole, ma è certamente specializzata per il mondo scuba (se non lo sapete, questa parola è un acronimo di "Self-Contained Underwater

Breathing Apparatus", ovvero, apparato autonomo per la respirazione subacquea).

Nel complesso, un'opera gradevole e utile anche per chi il mare delle Maldive preferisce vederlo dalla superficie, con maschera e boccaglio. Chi si può permettere una vacanza alle Maldive non sarà certo frenato all'acquisto dal prezzo di questo CD.

Il ranocchietto Grok e lo stagno felice

Mediola s.r.l.
Località Is Coras - Casella Postale 256
09028 Sestu (CA)
Tel.: 070 262330
Fax: 070 262334
E-mail: mediola@tin.it
Internet: www.mediola.it

Ambiente: Windows
Prezzo: lire 29.900



sera fruita senza saper leggere, visto che c'è una brava attrice che provvede a raccontare la storia (una bella voce, anche se con leggera inflessione sarda). Tutto questo la rende compatibile con le esigenze di bambini di quattro anni.

Gli strumenti di scrittura o di registrazione, intesi per la fruizione dei bambini che già hanno una certa padronanza d'espressione, scritta o parlata che sia, sembrano troppo sofisticati per essere presentati con la stessa semplicissima storia destinata a chi si è "appena tolto il pannolino".

Questo CD fa parte di una collana chiamata "Primitilibri, i libri per giocare", della Mediola S.r.l. di Sestu, in provincia di Cagliari. Il ranocchietto Grok e lo stagno felice è dedicato ai piccolissimi, dai 4 anni in su, quindi a coloro che non sanno ancora leggere (a quattro anni questo è normale) o che sono in fase d'apprendimento dei primi rudimenti della lingua (normalmente tra i cinque e i sei anni).

Credo che sia possibile e accettabile produrre delle opere per bambini che non sanno leggere (perché non abituarli al computer, uno strumento che useranno nella vita di tutti i giorni, sino dalla più tenera età?), ma dichiarare queste opere fruibili anche in età maggiori è quanto meno appropriato.

La storiella di Grok è davvero semplicissima (si svolge su appena sette pagine) e le attività elementari (si clicca per lanciare animazioni brevissime e ripetitive, come farfalle che volano, ad esempio) e può es-



Forse, le cose possono considerarsi più equilibrate nella sezione dedicata alla coloritura dei disegni (basta cliccare sulla tavolozza dei colori e poi sulla parte di disegno che si vuole colorare). Questa parte potrà essere utilizzata da tutti.

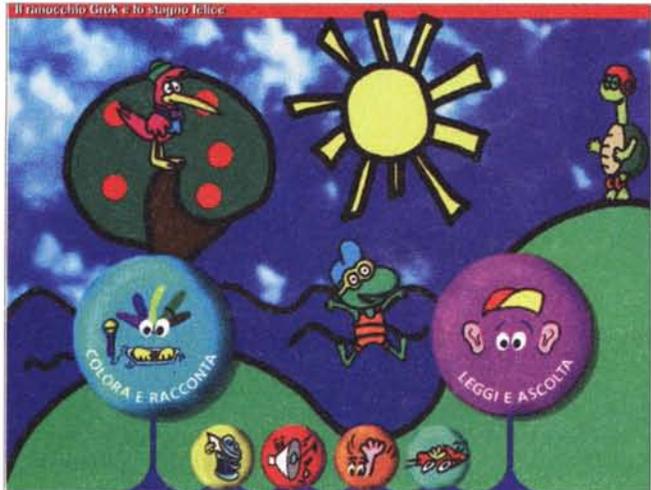
L'impressione che si ricava, da questo libro per bambini, è quella di mancanza d'equilibrio: sembra quasi che gli autori non abbiano saputo decidere se dedicarlo ai bambini in età prescolare o a quelli che già sanno leggere e scrivere con una certa proprietà.

L'impressione è che non vi sia stato, nella realizzazione del progetto, alcun apporto di pedagoghi o di persone comunque esperte del delicato settore dell'educazione elementare.

La realizzazione di un'opera dedicata ai bambini non può poggiare solo su fondamenta grafiche e informatiche (il prodotto è confezionato con sufficiente professionalità, da questo punto di vista).

Ho visto, nel recente passato, prodotti per bambini confezionati con evidente professionalità dal punto di vista pedagogico, ma piuttosto maldestramente per il resto. Una fusione armoniosa dei due modi di fare le cose potrebbe portare a risultati di maggiore soddisfazione per tutti: produttori multimediali, pedagoghi e, soprattutto, per i nostri bambini.

MC



Nella Creative dimension

vedi solo grafica
esplosiva, e i tempi
di attesa
appartengono al passato

Immagina un mondo in cui non devi mai aspettare.

Immagina una scheda grafica che faccia correre i tuoi videogiochi alla velocità della luce e scattare al tuo comando qualsiasi programma, dalla grafica al disegno tecnico, alla progettazione, dalla modellazione al fotoritocco.

Ora basta immaginare! Sei pronto per entrare nella CREATIVE DIMENSION, la nuova frontiera grafica dove il tuo PC non sarà mai più lo stesso.

Per la massima definizione senza dover aspettare un attimo davanti allo schermo, installa Graphics Blaster Riva TNT. Avrai:

- Il chip Riva TNT di nVidia.
- Una velocità sbalorditiva in qualsiasi applicazione 2D o 3D.
- Un'architettura di memoria a 128-bit super veloce.
- Un'elaborazione pipeline Twin-Textel 3D.
- 16MB di Memoria Sincrona e un potente DAC da 250MHz per risoluzioni fino a 1920x1200 e frequenza di refresh fino a 240Hz.

Per saperne di più chiedi al tuo rivenditore di fiducia o consulta il nostro sito Web



CREATIVE

La nuova dimensione per il tuo PC

WWW.SOUNDBLASTER.COM

Schede Audio

Schede Grafiche

Altoparlanti

PC-DVD

Video