

Archivi e Computer

Ornella Nicotra

La gestione delle immagini in movimento nella comunicazione multimediale: alcune questioni euristiche.

INTRODUZIONE AL NUOVO MEDIA E ALL'ARCHITETTURA DELLE INFORMAZIONI.

La tecnologia digitale col rivoluzionare le modalità tecniche di comunicazione ha consentito la convergenza sul computer dei sistemi di interazione usati finora dall'uomo, scrittura, grafica, immagini, suoni, immagini in movimento. Ciò ha modificato sostanzialmente due elementi rispetto ai media tradizionali¹: ha eliminato la differenziazione dei supporti ed ha cambiato il rapporto tra mittente e destinatario in termini di interazione, il destinatario può interagire col mezzo di comunicazione fino ad intervenire nel processo di comunicazione.

Tale caratteristica sta comportando una progressiva trasformazione di utilizzo dei vari media, non tanto un cambiamento della specificità del singolo media, quanto dei suoi sistemi di fruizione. In ordine a questo, il problema non è tanto quanto il nuovo mezzo costringerà gli altri a modificarsi, ma *come* il nuovo mezzo organizza la comunicazione, *quali* possibilità offre e *cosa* lo caratterizza ed in prima istanza perché la trasformazione digitale del messaggio permette di offrire un valore aggiunto al messaggio stesso. Si consideri il caso del testo sequenziale che si trasforma in ipertesto e viene arricchito di informazioni addizionali, per esempio un testo poetico può avere contestualmente possibilità di ascoltarne la lettura tramite un file audio associato. L'esempio risponde sinteticamente al secondo assunto posto, *quali* possibilità offre il nuovo mezzo di comunicazione. E' evidente che esso dà infinite opportunità di diversificare l'informazione con l'associare alla forma testuale immagini fisse, in movimento, grafica, grafica animata, file audio e una serie di documenti correlati che cambiano nella sostanza le modalità di comunicazione del messaggio, ma un elemento da non sottovalutare è l'apertura di nuove frontiere nell'organizzazione documentaria e nella sua rappresentazione multimediale, perché è qui che il nuovo media rivoluziona i processi strutturali e comunicativi. Il messaggio può essere comunicato in diverse forme, si diceva, e l'utente può stabilire cosa, quando e come fruire dell'informazione, a questi aspetti corrispondono il *come il nuovo mezzo organizza la comunicazione* e *cosa lo caratterizza*. Al *cosa* si potrebbe rispondere che la caratteristica più emblematica è l'interattività:

un oggetto informativo si dice interattivo se può partecipare a un processo di comunicazione modificando in maniera esplicita l'informazione emessa in corrispondenza delle scelte degli altri partecipanti a tale processo. L'idea alla base di questa definizione è quella di un processo comunicativo dinamico, che avviene utilizzando anche strumenti in grado di modificare l'informazione trasmessa (e ricevuta) e di operare queste modificazioni in risposta a scelte compiute dai partecipanti al processo comunicativo stesso... Al cuore del concetto di interattività è dunque l'idea di un utente che, anziché ricevere informazione in maniera relativamente passiva, è in grado di compiere scelte che influenzano tipologia e contenuto dell'informazione ricevuta: l'utente dispone insomma di un canale di feedback, di reazione e questo canale viene utilizzato per indurre il sistema ad adattare l'informazione emessa alle necessità e alle richieste del destinatario.²

Riguardo al *come*, si può a ragione affermare che il suo elemento distintivo è l'ipermedialità, che, nata dall'esigenza di collegare blocchi di informazioni in modo semplice e rapido, ha originato quello che si può fondatamente definire **archivio multimediale**, ossia il complesso sistematico di detti blocchi di informazioni.

I due paradigmi, *interattività* e *ipermedialità*, offrono all'utente la possibilità di muoversi all'interno del sistema e di costruire la propria informazione in relazione ai singoli interessi, il che evidenzia l'importanza della navigabilità del sistema multimediale, specie in ordine alla struttura informativa: una scorretta organizzazione strutturale determina perdita di informazione, ci si può ritrovare, come spesso accade, a seguire percorsi che portano a una serie informazioni poco o per nulla pertinenti la ricerca. Il sistema multimediale presenta, di fatto, un aspetto nuovo rispetto agli altri mezzi, il suo autore deve essere in grado in prima istanza di strutturare i blocchi informativi e di collegarli tra loro per renderli fruibili in modo chiaro e intuitivo per l'utente.

ORGANIZZARE LE INFORMAZIONI NELL'ARCHIVIO MULTIMEDIALE: USABILITÀ E ARCHITETTURA DELLE INFORMAZIONI.

I sistemi multimediali, possono essere distribuiti in rete, cioè si possono avere sistemi *on line*. La peculiarità del sistema *on line* è di essere una <<enorme rete di documenti contenenti testi, immagini, ma anche suoni e animazioni, distribuiti tra i vari nodi di *Internet* e collegati tra loro a formare una trama virtuale infinita... Ogni pagina di questa rete è dotata di un indirizzo denominato Uniform Resource Locator (URL), che permette di individuarla tra tutte le altre. Di norma, tuttavia, le pagine Web sono riunite in insiemi che presentano una unità di contenuto, di paternità intellettuale o di responsabilità editoriale: tali insiemi 'coerenti' di pagine Web sono indicati nel gergo come siti Web.>>³ Questa 'enorme rete di documenti' è un gigantesco serbatoio usato principalmente per cercare informazioni, acquisire materiali per studio o lavoro, curiosare, ma anche per gioco e svago.

La funzione principale della tecnologia web, però, si caratterizza nell'archiviare e rendere fruibili informazioni, si comprende il motivo per cui la struttura informativa del sistema diventa il cuore del nuovo mezzo di comunicazione. In aggiunta a questo, il fatto che i blocchi informativi siano strutturati in ipertesto implica l'applicazione di nuove modalità di produzione, gestione e conservazione dei documenti e l'attivazione da parte dell'utente di processi cognitivi non sequenziali per arrivare all'informazione. L'ipertestualità comporta anche un processo di differenziazione delle modalità di ricerca, il che significa che a fronte di un sistema di ricerca basato sull'*information retrieval* si costruiscono percorsi logici, analogici e semantici che collegano le unità informative. La fase progettuale diventa, pertanto, di importanza fondamentale, in quanto si rende necessaria l'elaborazione di uno schema di classificazione di base in relazione al quale collocare le unità informative e mettere in relazione i blocchi con la descrizione di percorsi diversi che portino al contenuto cercato.⁴ Finora, invece, la riflessione sull'analisi e la gestione dei sistemi multimediali ha approfondito gli aspetti 'comunicativi' lasciando un vuoto riguardo l'euristica dell'architettura informativa,⁵ che ne costituisce, al contrario, l'aspetto strutturante, in quanto è qui che si gioca l'efficacia comunicativa del nuovo media.

Se si parte dalla definizione di sistema multimediale proposta,⁶ - in ordine alla quale il sistema è considerato un complesso unitario e non una somma di documenti indipendenti tra loro, complesso unitario nel quale le pagine/documento⁷ e i blocchi informativi sono legati tra loro da un vincolo semantico, logico o da una relazione analogica⁸ e il cui potenziale informativo trova valore aggiunto nella corretta allocazione all'interno del sistema nonché dalla relazione con gli altri blocchi informativi - è necessario che l'architettura del sistema sia organizzata in modo da permettere un rapido e semplice reperimento dei documenti, affinché quel potenziale informativo non sia vanificato.⁹

Si consideri che la tipologia dei documenti che costituiscono il sistema è fortemente diversificata (documenti testuali, grafici, sonori, audiovisivi, fotografici, 3D) e che l'organizzazione degli stessi segue metodologie spesso non uniformi e talvolta empiriche, mentre l'ampio uso e diffusione del nuovo media pone l'esigenza di definire linee guida comuni che individuino criteri base ai quali riferirsi per strutturare i blocchi informativi.¹⁰ Chi si occupa di usabilità, cioè della capacità di un sistema multimediale di «soddisfare i bisogni informativi dell'utente finale che lo sta visitando o interrogando, fornendogli facilità di accesso e di navigabilità e consentendo un adeguato livello di comprensione dei contenuti.»¹¹ tratta l'argomento in relazione alla navigabilità del sistema¹² e rimanda ai

pochissimi studi in materia di architettura delle informazioni,¹³ in base alla quale l'efficace reperimento dei documenti si fonda sulla corretta rappresentazione degli stessi. La rappresentazione delle informazioni nei sistemi multimediali è, difatti, importante quanto il documento stesso ed è basilare per l'efficace fruizione dei documenti conservati.

In generale c'è la tendenza a progettare la struttura informativa come se il sistema fosse un contenitore consultabile semplicemente tramite un motore di ricerca interno. Si è dimostrato che non sempre questa linea di progettazione permette di fruire efficacemente delle informazioni, mentre l'applicazione di una metodologia che preveda un sistema di navigazione a struttura in linea di massima gerarchica, garantisce un solido fondamento organizzativo.¹⁴ In una seconda fase, in ordine alle decisioni propriamente comunicative, possono essere individuati singoli documenti o macro categorie da porre in evidenza ed elaborati indici o tavole di contenuti per una consultazione guidata. Una volta disegnata la struttura informativa nel rispetto della classificazione assegnata ai documenti, si può sfruttare interamente il potenziale del sistema multimediale tramite l'individuazione di relazioni tra documenti con possibilità della loro fruizione in diversi formati.

LE IMMAGINI IN MOVIMENTO NELL'ARCHIVIO MULTIMEDIALE.

Il sistema multimediale, si diceva, permette di conservare e gestire immagini in movimento. In realtà occorrerebbe distinguere tra un lavoro *ex ante* ed *ex post*, vale a dire tra la pubblicazione di video destinati al nuovo media e la strutturazione di un catalogo multimediale funzionale alla pubblicazione *on line* di materiali audiovisivi finiti e catalogati. Si prendano a modello i cataloghi sviluppati da istituti deputati alla conservazione di immagini in movimento, quali le Teche Rai, l'Istituto Luce, la Cineteca Nazionale, l'Archivio Audiovisivo del Movimento Operaio e Democratico. In tali casi, i documenti sono catalogati e descritti secondo standard elaborati *ad hoc* sulla base di regole generali e messi in relazione tra loro ove ritenuto significativo. Altro è il caso in cui le immagini in movimento prodotte sono destinate alla pubblicazione telematica, come le riprese delle sedute parlamentari, i *trailer* dei film, le interviste sonore o audiovisive, i *reportages*, ma anche le panoramiche di alberghi e di strutture turistiche, di appartamenti per la compravendita, oppure le visite virtuali di musei o gallerie, fino ai telegiornali, ai film, alle fiction, allo spettacolo, a *clip* o programmi per il tempo libero, per la cultura, ecc. gli esempi possono essere molteplici. In questo secondo, caso il documento audiovisivo è inserito o nasce per il sistema, viene classificato e archiviato in un settore dell'architettura del sito, e fa parte di un 'meta documento' che è la pagina web dove esso può essere

rappresentato insieme ad altri formati quali testi, foto, grafica, animazioni, grafica 3D. Si è, in questo modo, di fronte a un nuovo problema: come organizzare la struttura informativa di questo nuovo media per rendere facilmente fruibili i documenti e fornire una informazione esauriente rispetto alle esigenze disparate degli utenti. Sicuramente ci si potrà avvalere di metodologie consolidate, ma che dovranno essere ripensate in funzione del nuovo media.

In seguito a queste ragioni, si possono distinguere due casi di archivi multimediali :

- a) archivio audiovisivo/multimediale già costituito, con inserimento autonomo di singoli documenti.
- b) archivio multimediale *in fieri*, orientato alla fruizione digitale (e non) delle immagini in movimento: si pensi ai casi di Rai Click, e, in generale, del *video on demand*, dei siti governativi, delle testate giornalistiche, dei siti turistici, ecc.

Queste due tipologie presumono metodi di catalogazione del prodotto differenti tra loro e diverse architetture informative in relazione al tipo di consultazione:

- a) prodotto finito destinato ad una consultazione monodimensionale.
- b) prodotto elaborato e/o finito destinato ad una consultazione pluridimensionale.


1. Archivio audiovisivo/multimediale già costituito.

In Italia, l'attenzione nei confronti dei documenti audiovisivi è recente,¹⁵ negli anni Ottanta si comincia a dare voce alle esigenze sollevate da diversi direttori degli archivi audiovisivi che, consapevoli dell'importanza storico-culturale ed economica del patrimonio custodito, sollecitano la formulazione di standard descrittivi e di una regolamentazione del settore.¹⁶ L'ultimo ventennio vede sviluppare una sensibilità crescente nei confronti del patrimonio audiovisivo, anche se con difficoltà e lentezze. Nel 1999 Ansano Giannarelli, in un intervento tenuto in occasione della Conferenza Nazionale degli Archivi, lamentava l'esistenza, ancora non abbandonata, di un atteggiamento ambivalente nei confronti degli audiovisivi, che

si manifesta da un lato nel riconoscimento dell'importanza che queste attività culturali e ciò che producono hanno assunto e vanno via via sempre più assumendo nella società contemporanea; da un altro lato in un atteggiamento verso l'ambito audiovisivo, il cinema, ora la multimedialità, in cui si mescolano ancora sospetti, esitazioni, sensi di superiorità, preoccupazioni verso egemonie considerate un po' rozze e prive di tradizione.¹⁷

Veniva, inoltre, sottolineata la duplice funzione degli archivi audiovisivi quali istituti deputati a conservare i documenti e a consentirne la consultazione, ed enti che svolgono attività di produzione esplicitata nell'uso, riuso e realizzazione di nuovi prodotti audiovisivi.

Su questa duplice funzione si gioca la specificità dell'archivio audiovisivo il quale, considerato come patrimonio culturale, vede impegnate operazioni di recupero, restauro e trattamento dei documenti per consentirne conservazione e fruizione, mentre come valore economico ne potenzia gli strumenti di gestione documentaria, in quanto l'utilizzo del documento audiovisivo è funzionale alla realizzazione di nuovi prodotti, nonché alla commercializzazione dei diritti di riproduzione. Nel primo caso l'uso del materiale è generalmente orientato alla ricerca da parte di storici, studiosi, sociologi, semiologi, ecc., nel secondo caso la valorizzazione degli archivi audiovisivi rappresenta un ricco strumento di lavoro per i professionisti del settore, autori, registi, programmisti.

In ordine a questo graduale processo di valorizzazione, nell'ultimo ventennio sono state incentivate le attività di catalogazione e gestione dei documenti audiovisivi. Tenuto conto che gli archivi audiovisivi conservano, nella maggioranza dei casi, il prodotto finito, vale a dire il risultato finale di quel processo di produzione che ha concorso alla sua realizzazione, ma del quale spesso è andata perduta la relativa documentazione (audiovisiva, fotografica, cartacea), per descrivere i documenti audiovisivi, gli istituti di conservazione hanno elaborato un sistema di norme mutuandole dalla catalogazione bibliografica, filmica, fotografica e le hanno modellate in base alla specificità dei documenti trattati.¹⁸  Per questo motivo, il trattamento dell'audiovisivo è generalmente orientato alla descrizione analitica del singolo documento, in quanto si sono persi gli altri documenti che hanno concorso alla sua produzione. Questo spiega perché fin dall'inizio è invalso l'uso del termine "catalogazione" (mutuato dal contesto bibliotecario) per la descrizione del documento audiovisivo. Non è stato usato il termine "schedatura", termine appropriato trattandosi di documenti di archivio, perché sono stati descritti prevalentemente i singoli prodotti finiti, in quanto gli altri documenti audiovisivi¹⁹ sono andati perduti, oppure considerati documenti marginali. Una riflessione in tal senso è stata espressa da Giannarelli, il quale nell'evidenziare la complessità della descrizione dei documenti audiovisivi, distingue tra prodotti finiti e prodotti non finiti, vale a dire tra documenti *che hanno percorso tutte le fasi del processo produttivo [...] e documenti che sono rimasti allo stato di registrazione iniziale* e dei quali si sono perse le anagrafie che

andrebbero rintracciate, ove esistano, nelle fonti cartacee, dove si conserva la memoria dei singoli processi produttivi.²⁰

Nel caso di un archivio audiovisivo/multimediale già costituito la ricerca è diretta al documento tramite modalità di recupero dei materiali archiviati (*information retrieval*). Per queste ragioni si parla di consultazione monodimensionale, ovvero univoca, in quanto l'archivio non è organizzato in ordine a un quadro di classificazione o in base a categorie, ma il documento è autonomo e non ha vincoli con gli altri documenti dell'archivio. Nei sistemi multimediali *in fieri*, il documento è invece inserito in un sistema di classificazione, appartiene a una determinata categoria e/o a un gruppo di categorie e, anche se autonomo, ha vincoli semantici, logici o analogici con i documenti di quella categoria. Si parla, pertanto, di pluridimensionalità in quanto il documento è inserito in un sistema di classificazione in grado di adattarsi ad una pluralità di esigenze di ricerca.

2. Archivio multimediale in fieri.

Il titolo del paragrafo "archivio multimediale" introduce al problema che il nuovo media pone riguardo alle immagini in movimento, ovvero a come esse si collocano in un sistema multimediale e a come cambiano le regole della loro comunicazione. Quello che differenzia *Internet* e i sistemi digitali dai media tradizionali, non è solo la gestione di vari formati (testo, audio, ecc.), ma la possibilità di tenerli a disposizione degli utenti in una struttura ipermediale e di realizzare una trattazione ampia ed eterogenea di qualsiasi argomento. Per far questo il sistema deve avvalersi di una organizzazione logica che renda possibile sfruttarne tutte le risorse. Un tracciamento dei principali problemi che si presentano nel costruire l'architettura informativa,²¹ vede da un lato la normalizzazione del linguaggio da usare per denominare le categorie, dall'altro l'elaborazione di categorie univoche e omogenee entro le quali collocare i documenti e la relativa scelta di quali documenti inserire nelle categorie pertinenti. I siti sono, difatti,

altamente eterogenei sotto vari aspetti... Informazioni testuali condividono il medesimo spazio con video, audio ed applicazioni interattive. Un sito è un grande *melting pot* multimediale, dove siete alle prese col riconciliare la catalogazione del generale e del dettagliato sui vari medium. La natura dei siti web rende difficile imporre un qualsiasi singolo sistema di organizzazione strutturata del contenuto. In genere non ha molto significato classificare insieme gli stessi documenti a vari livelli di granularità. Un articolo e una rivista andrebbero trattati in modo diverso... Il fatto è che i sistemi di organizzazione e classificazione sono [di norma] profondamente influenzati dal punto di vista del loro creatore... Questa sfida è complicata dal fatto che i siti sono progettati per molteplici utenti e tutti gli utenti hanno differenti modi di comprendere le informazioni. Per questo motivo è impossibile creare un sistema organizzativo perfetto.²²

Detto questo, anche ammesso che si riesca a strutturare un buono schema organizzativo, nel momento in cui ci ritrova di fronte ai vari formati con cui il documento è rappresentato, rimane aperto il problema di dove collocarlo in funzione sia della sua gestione singola, sia in relazione agli altri documenti con i quali ha legami logici, strutturali e analogici. Considerando a campione alcune tipologie di siti, siti per la tv *on demand* (raiclick, rai@lacarte, rainews24) testate giornalistiche (www.corriere.it, www.cnnitalia.it), siti per il turismo, governativi, ecc. si può osservare che mentre ognuno di questi necessita di specifiche indicizzazioni, schedature e classificazioni, il denominatore comune nel collocare ogni singolo documento testuale, audio, video, ecc. resta il mantenere salda l'appartenenza al tema a cui il documento fa riferimento. Si prenda come esempio il lancio del film *Matrix reloaded* sul sito del "Corriere della Sera" (fig.3). La schermata rappresenta: un ipertesto per la presentazione del film con link ad approfondimenti, il link al videogame, le fotografie dei personaggi, il trailer, i collegamenti ai siti di Matrix e dei fans. Vi sono diversi elementi, tutti legati al tema, cioè al film, ognuno di questi è rappresentato sulla pagina che viene visualizzata, ma risiede in una cartella all'interno del sistema. Ora il problema è in quali cartelle collocare questi elementi.

All'interno del sistema essi andrebbero collocati nella categoria nella quale risiedono tutti quei documenti che rispondono al criterio di omogeneità²³ con la categoria stessa. Si avrà, pertanto, una sorta di schema di classificazione strutturato in base a categorie di tipo diverso, le quali comprenderanno le diverse aree di cui si compone il sistema. Ogni categoria conterrà una quantità di documenti di diverso formato, suddivisi in altrettante sottocategorie. Il metodo basilare per gestire il sistema è mantenere uniti i vincoli tra documenti: si riprenda l'esempio di Matrix, la visualizzazione della pagina web rappresenta informazioni sull'argomento in diversi formati, ognuno di essi è solo virtualmente presente perché in realtà risiede in un punto del sistema, in una cartella oppure come documento sciolto.

Ritorniamo allo speciale sul film Matrix:



L'unico dubbio da fugare su **Matrix Reloaded**, film dei fratelli Andy e Larry Wachowski uscita oggi nei cinema di quasi tutto il pianeta (il 23 maggio in Italia), riguarda **l'incasso finale al box office**. Perché è chiaro che, finita l'attesa spasmodica per il secondo capitolo della saga fantascientifica, adesso tutti si chiedono: in quale posto della top ten dei film più visti di tutti i tempi si piacerà? Per ora, l'accoglienza del pubblico è stata trionfale: negli Stati Uniti **giovani e meno giovani si sono messi in coda** per tornare a vedere il prima possibile le acrobazie di Neo, Trinity e Morpheus.

Matrix Reloaded [clicca su una foto per andare alla galleria](#)



Il merchandising

INCASSI RECORD - Nel 1999 Matrix aveva sorpreso tutti, a partire dai produttori della Warner Bros., capaci di investire 65 milioni di dollari in quel b-movie dei fratelli Wachowski che molti consideravano **una bizzarria dalla trama incomprensibile**. Con i **456 milioni di dollari** rastrellati in tutto il mondo, i registi di Chicago, **appassionati di fumetti e filosofia, cinema e videogame**, si sono assicurati non soltanto la possibilità di girare i due sequel previsti fin dal principio (da loro, non certo dai finanziatori), ma soprattutto quella di **architetare un lancio pubblicitario senza precedenti**, da far impallidire persino un genio del battage come George Lucas. Matrix Reloaded esce nei cinema preceduto dai cortometraggi della nuova serie Animatrix, che hanno fatto montare l'attesa per la pellicola negli ultimi quattro mesi, e accompagnato dal videogame *Enter The Matrix*, oltre che da una sfilza di accordi commerciali e di merchandising. Inoltre, come se tutto ciò non bastasse, il terzo definitivo capitolo, **Matrix Revolutions**, arriverà sugli schermi **il prossimo 7 novembre**. Perché, come precisa il produttore Joel Silver «il secondo e il terzo film in realtà sono i due tempi di un'unica grande avventura e i Wachowski **non volevano che i fan aspettassero un anno**, come nel caso de Il Signore degli Anelli, per vederne la conclusione».



Gli effetti speciali: dal bullet time alla virtual cinematography

RELOADED, LA STORIA RIPARTE - La storia del primo Matrix è essenziale per capire il secondo. Un **hacker (Keanu Reeves)** da qualche tempo ha la sensazione che qualcosa, nella sua vita, non funziona a dovere. Presto viene contattato da Morpheus (**Laurence Fishburne**), guru della comunità di pirati informatici, che gli offre di raccontargli la verità: quella che tutti credono essere la realtà è solo

una simulazione virtuale approntata da Matrix, il supercomputer che ha soggiogato il genere umano e lo tiene addormentato in baccelli, per ricavare dalle persone l'energia necessaria a sostentarsi. Comincia così il risveglio nel mondo reale di Neo, considerato l'Eletto che condurrà gli uomini alla vittoria contro le macchine, e la sua lotta in compagnia di Trinity (**Carrie-Anne Moss**) contro il dominio di Matrix. Neo, che ha già sconfitto il più pericoloso tra i nemici inviati dal computer, l'agente Smith (**Hugo Weaving**), in Reloaded è costretto ad affrontare un guaio ancora più serio: Matrix ha scoperto la posizione di Zion, città dei ribelli e ultima enclava dell'umanità nel mondo reale, e sta inviando le sue sentinelle per distruggerla. Per evitare la catastrofe, l'eroe si trova costretto a rintracciare, in una corsa contro il tempo, l'uomo che possiede le chiavi di accesso al codice sorgente di Matrix. Sulla sua strada ritrova l'agente Smith, che ha imparato a moltiplicarsi come i virus informatici, e Persephone (**Monica Bellucci**), ambigua tentatrice al servizio delle macchine.

film della saga: 56k
|Ads|



Neo



Morpheus



Trinity



Agente Smith



Niobe



Persephone

	
<p>Animatrix: Matrix si fa cartoon</p>	<p>I Gemelli</p> <p>I siti di Matrix Sito ufficiale del film</p> <p>Sito ufficiale di Animatrix</p> <p>Sito ufficiale di Enter The Matrix</p> <p>Siti dei fan MatrixFans</p> <p>Keanuweb</p> <p>Futurizmo</p> <p>The Last Free City</p>
<p>Tutte le novità del sequel - Al costo di 300 milioni di dollari, Matrix Reloaded e Matrix Revolutions, girati in 18 mesi in Australia, promettono di amplificare, dieci o forse anche cento volte, tutti gli elementi che hanno fatto la fortuna del primo film: dai riferimenti biblici, filosofici e letterari - vera e propria ossessione dei Wachowski, che adorano l'Odissea e hanno imposto al cast la lettura di «Simulacri e simulazioni» di Jean Baudrillard, ma pescano a piene mani da «Alice nel paese delle meraviglie» di Lewis Carroll e dai romanzi di William Gibson e Philip K. Dick - alle acrobazie coreografate dal maestro hongkonghese d'arti marziali Yuen Wo-ping, che stavolta ha trovato un cast già ben preparato dai duri allenamenti eseguiti per Matrix. Infine, ci sono gli inimmaginabili effetti visivi curati da John Gaeta, che dopo aver inventato il copiatissimo effetto "Bullet-Time" per il primo episodio, ora è pronto a stupire il mondo con la virtual cinematography.</p>	
<p>Andrea Di Domenico</p>	

Fig.1: <http://www.corriere.it/speciali/matrix-film>

Come si vede dall'URL (<http://www.corriere.it/speciali/matrix-film>), la pagina web che rappresenta le informazioni sul film è stata allocata nella categoria *Speciali*, sottocategoria *Matrix-film*. La pagina è formata da un documento ipertestuale descrittivo, da foto, video, grafica e link esterni. L'immagine in testa al documento sta in *Speciali*, *Matrix-film*, *Image*, stessa collocazione hanno le foto nella sezione laterale di destra. Anche i link interni, quelli dell'ipertesto, sono nella sottocategoria *Matrix-film*. Il trailer é nella categoria *Speciali*, ma non nella sottocategoria *Matrix-film*. Si trova, infatti, in *Media*, *Video*, *2003*, *05 Maggio*. Come le fotografie dei personaggi in orizzontale, che risiedono nella categoria *Media*, sottocategorie *Foto*, *2003*, *05 Maggio*, *15*, *Matrix*.

In questo caso la testata ha seguito una metodologia che risponde in parte ai criteri accennati. In parte, perché il trailer e le foto in orizzontale non sono nella sottocategoria *Matrix-film*, ma nella categoria generica *Media*. Comunque, a parte questi due casi, la metodologia adottata consente di trattare e gestire tutti i documenti che riguardano il lancio del film prescindendo dal loro formato e mantenendone evidenziato il vincolo tramite

l'allocazione in modo univoco nella categoria relativa all'argomento. Ogni tipo di formato è in tal modo facilmente rintracciabile e gestibile.

Qual è, pertanto, la differenza tra le due categorie che si sono distinte nei paragrafi precedenti (prodotto finito e prodotto multimediale)?

La prima tratta il documento audiovisivo in termini di catalogazione. Esso costituisce un *unicum* isolato, come un libro, ed è catalogato secondo regole vicine alla catalogazione bibliografica. Un passaggio intermedio è costituito dal catalogo multimediale delle Teche Rai, il catalogo prevede la descrizione del prodotto finito, ma è in corso, laddove possibile, un'opera di recupero e integrazione del catalogo con i materiali creati in fase di produzione (girati, copioni, compactati, lanci, locandine, foto, documenti di produzione, ecc.) e di sensibilizzazione delle strutture Rai e delle produzioni a conservare integro il loro archivio.

Il caso in cui il video nasce per un sistema e si colloca subito all'interno di esso è il caso di cui si è trattato al paragrafo 'Archivio multimediale *in fieri*'. Il documento, come si diceva, è rappresentato all'interno di una pagina, nasce vincolato ad altri documenti di diverso formato e deve essere gestito insieme con questi.

Si veda Rai Click Web, nata per offrire informazione, intrattenimento e servizi in modalità *on demand*, in modo che l'utente possa decidere cosa vedere in qualsiasi momento. Il sito costituisce un modello interessante perché tratteggia l'ossatura di quello che rappresenteranno le immagini in movimento nei sistemi multimediali e di come

lo sviluppo dei servizi di *video on demand* implica la necessità di disporre di grandi quantità di contenuti da veicolare. Una volta che la rete sarà diventata onnipervasiva sostituendo l'attuale frammentazione dei mass media con la *media convergence*, la vera lotta sarà su cosa immettere in rete per attrarre il pubblico. Avrà la meglio chi sarà dotato del miglior serbatoio di contenuti.²⁴

Disporre di un serbatoio di contenuti, però, non significa sfruttarne *ipso facto* il loro potenziale economico, documentario e informativo. I contenuti vanno descritti, trattati, gestiti, correlati tra loro, resi immediatamente identificabili, in altri termini vanno valorizzati.

IL CASO RAI CLICK

Rai Click nasce nel 2000 come progetto di avanguardia volto a realizzare la convergenza tra tv (digitale) e Internet, convergenza intesa come "creazione di un unico prodotto visibile dal computer e dal televisore."²⁵ La differenza tra i due mezzi consiste essenzialmente nella quantità di documenti disponibili, nella qualità tecnica dei video (fino a quando non sarà completato il cablaggio della fibra ottica) e in alcune sperimentazioni di

interattività realizzate per l'utenza televisiva.²⁶ Si tratta di un esperimento pilota riguardo alla convergenza e al rendere disponibili documenti (programmi) in modalità *on demand* per quello che riguarda la tv e *on click*, mi si consenta il neologismo, per il web. Entrambi i mezzi sono impostati per la gestione di contenuti audiovisivi, il che, mentre è fisiologico per la televisione, trasforma il sito web in *web-tv on demand*.

L'analisi che segue prende in considerazione solo la versione web, comunque paradigmatica per quella televisiva in quanto l'organizzazione contenutistica dei due mezzi è esattamente la stessa come dichiarato alla pagina "cos'è Rai Click" del sito web ufficiale.²⁷

Il caso è sicuramente rilevante sia perché è uno dei primi esempi in Italia di *web-tv* e di *tv on demand*, sia riguardo all'elevata quantità di programmi che gestisce (anche in tal senso è il primo esperimento che sia stato realizzato) provenienti dall'archivio audiovisivo storico e corrente della Rai.

Se il caso del paragrafo precedente può essere paradigma di uno dei fondamenti dell'*Information Architecture*, quello relativo alla collocazione dei documenti all'interno del sistema in relazione al loro contenuto, il caso Rai Click può rappresentare le problematiche relative a un altro principio dell'*Information Architecture*, quello dell'organizzazione dei documenti e della loro rappresentazione, il cui scopo è rendere fruibili le informazioni e permettere a chi consulta il sistema di conoscere e individuare i contenuti.²⁸

Allo stato attuale, esistono pochissimi studi in materia²⁹ ed il campo di ricerca è aperto all'individuazione di un'euristica di riferimento. In relazione a ciò, si tracciano, di seguito, alcune linee metodologiche che hanno come finalità principale il reperimento e la comunicazione dei contenuti del sistema multimediale.

Un punto di partenza potrebbe essere elaborare un sistema di classificazione in conformità a dei principi di base. In ordine all'analisi effettuata su un cospicuo numero di sistemi multimediali, posso sostenere che occorre rispettare almeno due principi per impostare la classificazione: quello di ***univocità*** e di ***omogeneità***.

Il principio di ***univocità*** prevede l'individuazione di categorie mutuamente esclusive e con caratteristiche univoche, ogni categoria deve essere individuata in base a propri attributi invariabili che la distinguono dalle altre categorie. Ove s'intendono per attributi (o qualità) le proprietà specifiche e distintive della categoria, che, in quanto sostanziali di quella categoria, la differenziano dalle altre, quelle proprietà che ne determinano la natura.

L'insieme degli attributi costituisce le caratteristiche della categoria, cioè l'insieme di quegli elementi che le sono propri e grazie ai quali è possibile distinguerla dalle altre.

Per esempio, se si sceglie di organizzare un archivio audiovisivo per generi televisivi e cinematografici (documentari, commedie, sit-com, polizieschi, horror, ecc.), ognuno individuerà in modo univoco solo una tipologia di genere e raccoglierà documenti dotati degli attributi propri di quel genere. Si prenda, per esempio, il 'genere' *Documentario*, si stabilirà che gli *attributi* del documentario sono:

- essere un cortometraggio o lungometraggio
- che illustra fatti o particolari aspetti della realtà
- a scopo divulgativo, informativo e didattico.

La categoria comprenderà solo oggetti che rispondano a queste caratteristiche.

Questo elementi introducono al principio di **omogeneità** in ordine al quale la categoria o sottocategoria raccoglie oggetti che abbiano attributi comuni, cioè che siano dello stesso genere.³⁰

La categoria raggruppa, pertanto, sottocategorie in rapporto di **omogeneità** tra loro cioè dello stesso genere, affini tra loro, ma dotate di attributi propri che le distinguono in modo univoco l'una dall'altra. Le affinità rappresentano quel denominatore comune grazie al quale è possibile trovare uno o più elementi in un "oggetto", che permettono di raggrupparlo con gli altri secondo una relazione logica, analogica o semantica.

Riprendendo l'esempio, il denominatore comune di *Documentari* sarà:

- essere un lungo/cortometraggio su avvenimenti reali
- e avrà come variabili
- quelle di istruire, informare, divulgare.

Ogni categoria si distinguerà dall'altra per **univocità**, ma raggrupperà per estensione sottocategorie in rapporto di **omogeneità** con lei: la categoria *Documentari* non potrà avere tra le sue sottocategorie il genere *Commedie*, se gli attributi stabiliti per quest'ultime saranno diversi da quelli definiti per *Documentari*.

Tornando all'esempio, si potrà scegliere di differenziare i *Documentari* in sottocategorie suddividendoli cronologicamente, per annate (anni cinquanta, sessanta, ecc.), si avranno, allora, sottocategorie di documentari ognuna delle quali raggrupperà solo quelli relativi ad una annata. Le sottocategorie avranno come denominatore comune quello di raggruppare documentari secondo gli attributi stabiliti per il genere "documentario", ma saranno univoche perché comprenderanno solo i documentari relativi alla fascia cronologica di riferimento.

Pertanto, a loro volta, le sottocategorie si distingueranno l'una dall'altra per univocità, ma ognuna raggrupperà altre sottocategorie che abbiano caratteristiche in comune tra loro e con la sovracategoria “madre”.

Detto questo, si prenda ora in considerazione lo schema di classificazione adottato da *Rai Click* quale modello di analisi. Sono state determinate otto *Categorie* generali denominate “canali”: *Cinema, Spettacolo, Junior, Notizie, Sport, Storie, Viaggi e Sapere*.

Si prenda come paradigma la categoria *Cinema* che comprende le seguenti sottocategorie:

- *Italiani, Fiction, Tv Movie, Sceneggiati, Teche Ciak, Film Tv, Al Cinema, Stranieri*.

Come appare subito evidente, l'etichetta data alla categoria *Cinema* identifica il mezzo di comunicazione, si è quindi deciso di organizzare i documenti in base al mezzo di comunicazione, in altre parole è stato stabilito che l'etichetta *Cinema* rappresenti oggetti che direttamente o per estensione si riferiscono a una determinata tecnica di registrazione e riproduzione della realtà veicolata per quel mezzo. Ma essa comprende anche le sottocategorie *Fiction, Sceneggiati*, che appartengono al mezzo televisivo.

La scelta non rispetta, pertanto, il ***principio di omogeneità*** secondo il quale si raggruppano in una categoria univoca sottocategorie con variabili diverse, ma con caratteristiche di base comuni tra loro e con la categoria madre. In questo caso, difatti, il denominatore comune predominante era quello relativo al mezzo di comunicazione: il cinema; le sottocategorie sarebbero dovute essere organizzate in ordine a questo criterio e comprendere oggetti in riferimento al mezzo di comunicazione.

La stessa osservazione può essere fatta per le sottocategorie *Tv Movie* e *Film Tv* che fanno riferimento al mezzo televisivo. Riguardo queste due sottocategorie, si può rilevare un errore di ‘impianto’ dello schema di classificazione: la suddivisione delle due sottocategorie risponde a un criterio di differenziazione tipologica di uno stesso genere, il che presuppone una sovracategoria tipologica di livello superiore che identifichi il genere, quello dei *Film per la tv*.

Dove *TV Movie* fa riferimento ai film prodotti dalla Rai di durata simile a quelli cinematografici, mentre *Film Tv* ai film per la tv con durata superiore, suddivisi in parti o puntate. Anche in questo caso la classificazione non risponde al ***principio di omogeneità*** nei confronti della categoria madre, nonché risulta saltato un passaggio, ossia l'individuazione della categoria di appartenenza secondo le *regole dell'univocità*, che

sarebbe dovuta essere *Film per la tv*, considerato che il denominatore comune tra le due categorie è quello di raccogliere film prodotti dalla/e per la televisione.

Le altre sottocategorie *Italiani*, *Teche Ciak*, *Film Tv*, *Al Cinema*, *Stranieri* si riferiscono, invece, ai prodotti cinematografici classificati in base a un criterio misto:

- a) geografico nel caso di *Italiani* e *Stranieri*
- b) tipologico per *Al Cinema*.

L'etichetta raggruppa, difatti, i trailer dei film programmati o in programmazione nelle sale cinematografiche. In questo caso le sottocategorie sono omogenee con la categoria madre e la differenziazione in ordine a più criteri (geografico e tipologico) rientra nei principi dell'*Information Architecture*.

Teche Ciak è, invece, il titolo di un programma dedicato a racconti, interviste a registi, attori, produttori, protagonisti del cinema italiano, dovrebbe essere, pertanto, un sottolivello della categoria *Italiani* in quanto esso è un programma dedicato al cinema italiano, oppure, in seconda alternativa, potrebbe appartenere a una sottocategoria che contenga programmi di questa tipologia.

Come si può osservare dal caso proposto quale paradigma delle problematiche relative all'organizzazione dei contenuti nei sistemi multimediali e in generale nei nuovi media, l'*Information Architecture* costituisce l'ossatura del sistema, con riferimento alle funzioni di allocazione, indirizzamento e reperimento dell'"oggetto".

La strutturazione logica dei contenuti è lo strumento che permette di organizzare e gestire una quantità copiosa di documenti e di facilitarne l'accesso.

CONCLUSIONI

I casi esposti dimostrano che la rintracciabilità di un oggetto all'interno dei sistemi multimediali è decisamente legata all'organizzazione documentaria, per ottimizzare la quale occorre far riferimento ad alcuni principi di base.

Si sono, pertanto, individuati il ***principio di univocità***, in ordine al quale occorre stabilire un insieme di attributi che definiscano le qualità di categorie e sottocategorie, e il ***principio di omogeneità***, secondo il quale è possibile raccogliere per estensione oggetti che condividano le suddette qualità.

L'individuazione degli attributi deve, comunque, fare riferimento a un ***concetto condiviso***, a un vocabolario in comune tra gli utenti: l'etichetta assegnata alla categoria per nominarla è vincolata all'appartenenza ad un codice comune. L'utente deve riconoscere nel

termine adottato quel complesso di attributi che distinguono semanticamente una categoria dall'altra.

Di conseguenza, il termine indica univocamente una categoria in ordine a determinati attributi che ne rappresentano la specificità. In tal modo, si individua una categoria/madre che raggruppa sottocategorie/figlie in rapporto di omogeneità.

A loro volta, le sottocategorie/figlie si distinguono tra loro per attributi specifici (univocità), concettualmente e semanticamente sintetizzati nel nome dato all'etichetta che li rappresenta, e sono categorie/madri in quanto generano sottocategorie/figlie in rapporto di differenziazione tra loro e di omogeneità con la sottocategoria/madre.

Si può, quindi, sostenere che le categorie sono in rapporto tra loro in base ad attributi di specificità -che permettono di differenziare e di determinarne l'univocità- e ad attributi di omogeneità conformemente ai quali più oggetti hanno qualità comuni.

La classificazione si sviluppa, pertanto, in riferimento e nel rispetto della seguente relazione tra gruppi di oggetti: *omogeneità/specificità*. Ove il rapporto di omogeneità permette di riunire oggetti con caratteristiche comuni e quello di specificità di trovare gruppi di attributi che differenzino gli oggetti.

Condizione preliminare affinché l'intero sistema di classificazione sia efficace in termini di reperimento dei documenti, dovrà essere, comunque, la condivisione semantica da parte degli utenti del nome/etichetta attribuito alla categoria.

¹ F.CIOTTI, G.RONCAGLIA, *Il mondo digitale, Introduzione ai nuovi media*, Roma-Bari, Laterza, 2000, pp.8-29, 315-336.

² *Ibidem*, p. 326.

³ *Ibidem*, pp.159-160.

⁴ O.NICOTRA, *L'organizzazione dei documenti e delle informazioni nei sistemi multimediali*, <<Archivi e Cultura>>, XXXII, Nuova Serie, 1999, pp.82-84. Si potrebbe, pertanto, definire il sistema multimediale *on line e off line* come un insieme di pagine, consultabili telematicamente o tramite un applicativo, riguardanti il medesimo ambito, organizzate e strutturate in base a relazioni logiche, analogiche e semantiche pubblicate e/o prodotte da privati o da enti nello svolgimento delle loro attività, al fine principale di rendere disponibili le informazioni, O.NICOTRA, *Ibidem*, pp.88-94.

⁵ L'architettura informativa è quel settore che si occupa di organizzare i documenti, determinarne le relazioni e permetterne il reperimento. M.MAIOCCHI, *Ipertesti. Progettare con un nuovo strumento di comunicazione*, Milano, Franco Angeli, 2000, pp.148-150.

⁶ Cfr. nota 8.

⁷ Per la interpretazione di pagina web quale documento cfr. O.NICOTRA, *L'organizzazione dei documenti*, cit. pp. 81-82.

⁸ M.CALVO, G.RONCAGLIA, F.CIOTTI, M.A.ZELA, *Internet 2000*, cit., pp.458-459.

⁹ Il reperimento, la selezione e l'organizzazione dei materiali nei sistemi multimediali, sono stati paragonati all'attività dell'archivista che ordina i documenti ritraendosi da ruolo di interprete degli stessi, in base ai legami che li vincolano e ne fornisce strumenti per il reperimento. Cfr. F.CARLINI, *Lo stile del web*, cit.,p.61.

¹⁰ Cfr. O.NICOTRA, *L'organizzazione dei documenti*, cit., pp.90-94; O.NICOTRA, *Ipotesi metodologiche per l'architettura delle informazioni on-line*, <<Nuovi Annali della Scuola Speciale per Archivisti e Bibliotecari>>, XVI, 2002.

¹¹ M. VISCIOLA, *Usabilità dei siti web*, Milano, Apogeo, 2000, p.23.

¹² *Ibidem*, pp.97-101.

¹³ Disciplina che elabora indicazioni metodologiche riguardo l'organizzazione informativa, al fine di consentire una veloce consultazione e fruizione di documenti e informazioni, in funzione delle esigenze informative degli utenti. Cfr. L. ROSENFELD, P.MORVILLE, *Architettura dell'informazione per il World Wide Web*, Milano, Hops Libri, 2002 (titolo originale *Information architecture for the World Wide Web. Designing large-scale web sites*, O'Reilly & Associates, Inc. Sebastopol, 1. Auflage 1998); O.NICOTRA, *L'organizzazione dei documenti*, cit.; O.NICOTRA, *Amministrazioni on-line: un approccio metodologico per l'organizzazione delle informazioni nello sviluppo dei siti web*, <<Nuovi Annali della Scuola Speciale per Archivisti e Bibliotecari>>, XVI, 2001; O.NICOTRA, *Ipotesi metodologiche per l'architettura delle informazioni on-line*, cit.; D. SIEGEL, *Secrets of successful Website*, Hayden Books, Indianapolis, 1. Auflage 1997.

¹⁴ Cfr. O.NICOTRA, *Ipotesi metodologiche per l'architettura delle informazioni on-line*, cit.

¹⁵ Cfr. L.CORTINI, *Il dibattito archivistico sulle fonti audiovisive: il contributo delle metodologie archivistiche al trattamento degli archivi delle immagini in movimento*, <<Nuovi Annali della Scuola Speciale per Archivisti e Bibliotecari>>, XVI, 2002, pp.235-258.

¹⁶ Cfr. N.MOZZANTI, *Catalogare il cinema fra mancanza e confusione*, in *Il documento audiovisivo: tecniche e metodi per la catalogazione*, Roma, Fondazione Archivio Audiovisivo del Movimento Operaio e Democratico, ottobre 1995, pp.48-54.

¹⁷ A.GIANNARELLI, *Gli archivi delle immagini in movimento*, Conferenza Nazionale degli Archivi, Archivio Centrale dello Stato, Roma 3 luglio 1999.

¹⁸ Cfr. *Il documento audiovisivo: tecniche e metodi per la catalogazione*, cit.; E.BRUSCOLINI, *L'immagine e gli archivi digitali*, <<Archivi e Cultura>>, XXXII, Nuova Serie, 1999, pp.105-115.

¹⁹ Ci si riferisce a girati, premontati, scarti, repertorio riversato, ecc.

²⁰ A.GIANNARELLI *La descrizione del film* in *Il documento audiovisivo: tecniche e metodi per la catalogazione*, cit., pp.61-62.

²¹ Per l'argomento cfr. L. ROSENFELD, P.MORVILLE, *Architettura dell'informazione per il World Wide Web*, cit., pp.50-75.

²² *Ibidem*, p.54; cfr. inoltre O.NICOTRA, *L'organizzazione dei documenti*, cit.

²³ Cfr. paragrafo successivo.

²⁴ M.MASTROIANNI, A.PRIGIOBBO, D.VELLUTINO, *New media*, Arzano (NA), Ellissi, 2000., pp.58-59.

²⁵ http://www.raiclick.it/it/cose_raiclick/home.htm#a

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ L'analisi è incentrata sull'*Information Architecture* relativamente alle modalità di organizzazione dei contenuti, per questa ragione non si analizzano gli altri parametri: il sistema di navigazione, la grafica, l'interazione, il labeling, i contenuti, la scrittura, i sistemi di ricerca, velocità tecnica, Si trascurano, inoltre, la riflessione sull'uso della tecnologia web in funzione prevalentemente audiovisiva, vale a dire sulla scelta di non differenziare il mezzo web dal mezzo televisivo, che verrà trattata in un altro studio.

²⁸ Cfr. O.NICOTRA, *L'organizzazione dei documenti*, cit., pp.90-94; L. ROSENFELD, P.MORVILLE, *Architettura dell'informazione per il World Wide Web*, cit.

²⁹ Alcune indicazioni di massima si trovano in L. ROSENFELD, P.MORVILLE, *Architettura dell'informazione per il World Wide Web*, cit.; più pragmatiche le linee guida indicate da L.CAPRIO, B. GHIGLIONE, *Information Architecture*, Milano, Tecniche Nuove, collana WebPro, 2003; un tentativo euristico in O.NICOTRA, *L'organizzazione dei documenti*, cit.

³⁰ L. ROSENFELD, P.MORVILLE, *Architettura dell'informazione per il World Wide Web*, cit., pp.50-75.