

Luca Alagna - iFace- intervento a x media conference

Interfaccia

Nello sviluppo della tecnologia le interfacce visuali acquistano sempre più importanza

Noi le consideriamo un fattore essenziale sia sul web sia su altri media digitali.

Per definire meglio il significato di questo termine (interfaccia) ho provato a guardare sul vocabolario: interfaccia è una superficie tra due spazi.

Definizione molto adatta anche per il mondo digitale ed il web.

I due spazi sono: quello dei contenuti e quello dell'uomo; quindi lo spettatore (l'utente) e quello che la macchina ci vuole comunicare, o meglio ciò che sta dietro la macchina.

Ovviamente fra noi e la macchina non c'è solo qualcosa di visivo, c'è anche qualcosa di tecnologico, che non è quello di cui noi ci occupiamo nello specifico.

Esistono discipline e studi per sviluppare nel modo migliore le interfacce uomo-macchina, in particolare con l'uso dell'ergonomia.

Il nostro motto è "Interface is technology", cioè l'interfaccia rappresenta un aspetto determinante nella riuscita di una comunicazione digitale.

Possiamo pensare, per fare un esempio, nel campo del web e del multimedia, ad un sito, dietro cui ci può essere un ottimo backend un'ottima programmazione, un database, delle informazioni e una gran quantità di dati scambiati sulla rete

Se ci pensiamo, senza una valida interfaccia visiva tutto ciò non funziona, non è efficace, è qualcosa che riesce a trasmettere poco o addirittura distorce l'informazione.

E' da questo che nasce l'esigenza per noi di cercare di sviluppare qualcosa di sempre più efficace, qualcosa che si adatti anche al prossimo futuro.

PROIEZIONE SITO WEB IFACE

Questo che state vedendo è il nostro sito, parto da qui, perché è già un esempio di come può si può sviluppare il discorso.

Può iniziare ad introdurre la nostra filosofia di progettazione di interfacce che parte dalla semplicità, dalla linearità e non predilige gli effetti speciali, cerca di trovare delle mediazioni naturali, noi la chiamiamo appunto interfaccia naturale.

Per noi l'interfaccia naturale è qualcosa che è più vicina al modo di pensare dell'uomo: non è la macchina che ci impone di pensare in un certo modo ma siamo noi che troviamo nella macchina qualcosa di naturale, di vicino a noi

Le imposizioni, per esempio, sono le astrazioni che vediamo quotidianamente sui siti internet o anche su altre interfacce digitali (ad esempio le scritte cliccabili sono una palese astrazione).

Per questo ci stiamo orientando verso ambienti tridimensionali nei quali ci si possa ritrovare dal punto di vista dell'apprendimento, e dal punto di vista della conoscenza.

Soprattutto per superare due aspetti che hanno caratterizzato fino ad oggi questo settore.

Da un lato l'interfaccia vista solo come aspetto puramente grafico estetico, il mondo in cui si sono sbizzarriti fantastici grafici e designers, campo in cui negli ultimi tempi si è arrivati a definire delle regole di buon comportamento, chiamiamole così, detto spesso anche "look & feel".

Permangono però delle problematiche relative alla scarsa funzionalità ed a volte anche alla scarsa rappresentatività grafica.

Dall'altro lato negli ultimi tempi si sta affermando il filone dell'usabilità, sempre parlando all'interno dell'ambito web, filone legato alle regole ferree dell'ergonomia.

Il problema principale è che può effettivamente strangolare la creatività, può non far passare in maniera adeguata il contenuto.

Questa dicotomia può essere ricondotta ai due spazi che si trovano al di qua e al di là dell'interfaccia: l'uomo dal punto di vista della creatività dell'emozione, e il contenuto, dal punto di vista dell'usabilità, contenuto che richiede strutturazione, dell'informazione e spesso razionalizzazione.

Tale conflitto è risolvibile, l'interfaccia dovrebbe avere il compito di riunire questi due aspetti, per arrivare ad una soluzione che li risolva entrambi.

L'esigenza da rispettare è che nei prossimi anni, e sempre più in futuro, l'accesso al mondo digitale, sarà a disposizione di un numero sempre maggiore di persone, e soprattutto l'accesso alla rete globale sarà molto elevato, molto più di adesso.

Quindi in una rete molto vasta composta da persone diversissime per estrazione sociale e culturale, sarà rilevante cercare di capire o di trovare un minimo comun denominatore.

Per fare un esempio, la Cina sta entrando pesantemente in rete, sappiamo che questa cultura è molto diversa da quella occidentale che ha prevalso finora, non soltanto dal punto di vista della scrittura o dal modo di osservare un oggetto, un'immagine, ma anche per altri aspetti analizzabili in campi come quello della psicologia cognitiva.

Per noi le interfacce del futuro dovrebbero essere così, comprensibili a tutti.

La strada che vediamo è quella della naturalità, cioè arrivare più vicini possibile al modo di interagire della mente umana.

ORLANDO

Orlando è il manifesto della nostra visione, è nato un anno fa come un modo per ricercare nuovi linguaggi digitali e per questo abbiamo pensato di realizzarlo su Flash, proprio perché Flash in quel momento e fino ad oggi era, e continua ad essere, un mezzo che fornisce diverse possibilità di sviluppo anche se spesso viene utilizzato in maniera molto enfatica.

Noi cerchiamo con questa animazione una via per parlare in maniera nuova tramite i mezzi digitali. La domanda è: esiste un linguaggio specifico per il digitale? In particolare per il web in questo caso, o dobbiamo utilizzare linguaggi appartenenti ad altri ambiti? Come il video, il racconto...

Da questo punto di vista Orlando ha più livelli di lettura sovrapposti.

E' un cartone animato, è un corto animato (che ha vinto svariati premi a molti festival) è un'animazione leggera fruibile anche su internet, e quindi appartiene a quel tipo di animazioni che possono essere fruiti anche su dispositivi molto semplici come cellulari o supporti analoghi.

Inoltre rappresenta una filosofia di leggerezza e semplicità

Ed è infine un'interfaccia.

Un'animazione è effettivamente un mezzo di comunicazione e noi allarghiamo il concetto di interfaccia anche ad essa

Se ci pensiamo negli ultimi tempi abbiamo visto molte animazioni che trasportavano al loro interno pubblicità, e questo è un utilizzo che si può giudicare più o meno valido, è comunque un modo nuovo di concepire quello che tipicamente è considerato unicamente come divertimento.

Mi viene in mente subito Gino The Chicken, molto divertente, ma che è unicamente un cartoon fine a se stesso, incapace di trasportare un contenuto strutturato.

EDEN (ORLANDOX-MEDIA)

Questa è un'animazione che fa capo sempre al progetto di Orlando, progetto legato allo sviluppo di nuovi linguaggi

Per X-Media Conference abbiamo realizzato questo concept per rappresentare il punto di vista di...Orlando stesso sui media digitali e sulla comunicazione.

Per noi il concetto di interfaccia digitale è molto ampio, non è più solamente una semplice schermata video, più o meno statica, o artistica, può essere un'animazione.

L'interfaccia tenta di mettere in comunicazione l'utente con i contenuti in maniera diversa dal passato, perché cambiano le esigenze

Potrebbe essere una proiezione interattiva, o un qualsiasi altro modo per coinvolgere in maniera diversa lo spettatore.

Da questo punto di vista per andare avanti su questa linea per noi è importante risolvere il problema della contrapposizione tra questi due spazi, di cui parlavo in precedenza, che nasce storicamente anche dalle professionalità che sono state via via coinvolte nel mondo del digitale, riguardanti l'aspetto estetico (e quindi la grafica), e la tecnologia pura (quindi la programmazione), nate prima del web, e poi in esso trapiantate.

Vi faccio rivedere Orlando perché la musica per noi è un elemento importante, questa musica è stata scritta appositamente per il cartone animato.

Questo è un aspetto che è spesso trascurato, mentre secondo noi dà un contributo fondamentale a quella che può essere un'animazione o un'ambientazione.

Questo è il sito di Orlando in cui potete trovare l'animazione fatta per X-Media Conference.

Ora vi facciamo vedere un trailer di un'animazione che stiamo sviluppando il cui titolo è "Have a nice day".

La sua particolarità è che è realizzato in tecnica mista, non è una grossa novità per il settore dell'animazione, ma noi non siamo interessati a sviluppare delle grandi novità dal punto di vista

tecnologico, bensì cerchiamo di utilizzare delle tecniche sofisticate

In questo caso è stato girato in digitale a Roma ed è stato successivamente animato su ogni sequenza.

Le implicazioni di un nuovo modo di proporre contenuti di questo tipo sono: la fruibilità, possiamo infatti distribuirlo su molti media digitali, il fatto che si possa integrare una narrazione vera e propria, infine un cartone animato di questo tipo ha bisogno di una sceneggiatura, di un regista e di altre specializzazioni che possono essere considerate nuove competenze nel mondo digitale.

Una volta c'erano grafici, programmatori forse nel prossimo futuro avremo grafici-registi, programmatori-sceneggiatori, diciamo che ci sono più tendenze di sviluppo.

Una ulteriore caratteristica sono i costi, una produzione di questo tipo risulta essere piuttosto economica, e qualcosa di simile, o di migliore, con strumenti diversi richiede tutto un'altro tipo di budget e di progettazione.

Quindi si possono ottenere risultati efficaci con delle tecnologie sofisticate ma semplici da utilizzare e soprattutto economiche.

EXHIBITION!

Partiamo dalla considerazione che il mondo digitale, nel quale io intendo il web e la multimedialità, sia un vero e proprio universo, con le sue regole e la sua vita.

Mi piace pensare l'universo digitale come un organismo a sè stante, difficile da comprendere se non vivendo esperienze all'interno di esso.

Se esploriamo questo universo, in maniera diversa, vediamo che si aprono dei nuovi spazi, o degli spazi che in precedenza non erano considerati, e incontriamo così la necessità di possedere nuove competenze per affrontarli.

Sorge il bisogno di veri e propri architetti digitali che siano in grado di collegare il virtuale con il reale, progettare il virtuale all'interno del reale o considerare il reale nel virtuale.

Quello che state vedendo è un'applicazione che noi produciamo, si tratta in pratica di un'installazione multimediale con un'interfaccia che sarebbe questa che vedete, immersiva, e adatta a più scopi, dal negozio monomarca di alta gamma, alla presentazione di un prodotto, all'esposizione in una fiera o in una mostra, o in un albergo per esempio per trovare i luoghi interessanti per i turisti in una città e così via.

In questo caso abbiamo realizzato questa demo con al centro Orlando, in questo ambiente immersivo. Qui troviamo la sua storia, come è nato e come si è sviluppato successivamente dal punto di vista concettuale, al centro abbiamo alcuni video di Orlando mentre al piano superiore vi sono degli oggetti di design creati per Orlando che è stato trattato quindi come un vero prodotto commercializzabile. La caratteristica di questo ambiente è che su un'installazione particolare, che può essere costituita da schermi di questo tipo o schermi olografici per esempio su cristalli o su schermi 16/9 al plasma, abbiamo un effetto immersivo e molti fattori positivi.

Ad esempio la possibilità per un negozio di marca, che pubblicizza i propri prodotti su un'installazione di questo tipo, di conoscere meglio i propri clienti, le loro abitudini, o comunque dare un'immagine forte e avvincente di sè.

All'interno possono ovviamente essere inseriti oggetti multimediali di tantissimi tipi.

Dal punto di vista un po' più concettuale per noi significa una riqualificazione virtuale di uno spazio reale.

Per fare un esempio stiamo studiando la collocazione di questo tipo di applicazione all'interno di una catena di negozi di articoli sportivi.

Immaginate il tipico negozio di articoli sportivi, l'impatto visivo e come è strutturato (ha dei colori molto forti, è uno spazio molto caotico, musica).

Attraverso una installazione di questo tipo è possibile creare degli spazi simili a delle oasi, all'interno dei quali i clienti possono magari continuare a consultare dei prodotti, o fare altre cose, che trasformano realmente lo spazio in cui si trovano in qualcosa di diverso, avendo anche il vantaggio tra l'altro di occupare poco spazio fisico, cosa non irrilevante per negozi di questo tipo.

Con ciò abbiamo visto una carrellata veloce su alcuni nostri lavori.

La peculiarità è che siano oggetti facili da usare per un grande numero di persone.

Possiamo notare infatti come quest'ultimo non sia un ambiente in 3D real time, che lascia troppi gradi di libertà al fruitore, e quindi anche un effetto di spaesamento, come ad esempio un videogioco stile UNREAL TOURNAMENT, utilizzabile correttamente solo da chi è abituato.

Nel nostro caso si lascia meno libertà di navigazione ponendo dei percorsi obbligati ed in determinate direzioni, dando però questa sensazione di immersività.

Concludo accennando al discorso sullo sperimentalismo, al quale ha fatto riferimento Mirko. Lo sperimentalismo fine a se stesso sta terminando, l'obiettivo è realizzare qualcosa di realmente utile alle persone.

L'effetto speciale fine a se stesso è qualcosa che ormai ha esaurito i suoi effetti.

Non ha futuro soprattutto perchè può trasmettere solo una quantità di contenuti estremamente limitata, dei messaggi minimi, e questo è il motivo fondamentale secondo me perché non può fare da interfaccia.

Nel prossimo futuro invece ci sarà bisogno di veicolare una comunicazione un po' più articolata.

Una strada da percorrere che noi abbiamo individuato per fare tutto questo è quella che io chiamo interfaccia emozionale cioè comunicare attraverso le emozioni, il coinvolgimento, l'immersività.

In fondo l'empatia è uno dei modi principali per l'essere umano per imparare, comunicare, e continua ad esserlo poiché la mente è strutturata in questo modo.

Ci ricordiamo meglio di un bacio che di un grafico.

In questo modo l'interfaccia riesce a superare i suoi limiti poiché oltre che comunicare e quindi fare da media, da membrana di comunicazione fra due spazi, integra al suo interno i due spazi stessi nei quali ci muoviamo e relazioniamo.