

Il turismo interattivo che esce dall'incubatore

RENATA FONTANELLI

Tecnologie di rete e di comunicazione per il Baedeker del XXI° secolo: si chiama Whaiwhai ed è una collana di guide turistiche interattive. Talmente originale che ai primi di giugno ha ricevuto dal Presidente della Repubblica il premio per l'innovazione dei servizi per la categoria turismo. Il riconoscimento è stato assegnato, «per aver proposto una modalità non solo innovativa ma anche ludica ed originale di costruzione degli itinerari turistici e di scoperta dei luoghi visitati». Si tratta di una collana di guide turistiche che per il momento includono Venezia, Verona, Roma e Firenze ed entro breve verranno distribuite in tutte le case editrici del circuito Rcs. Guida in mano, il viaggiatore deve inviare un sms ad un numero indicato nelle prime pagine. Immediatamente riceve una risposta che consente innanzitutto di mettere insieme le pagine giuste e di cominciare a scoprire il primo itinerario.

Poi si entra in gioco: sul telefonino si cominciano a ricevere indicazioni, domande e trabocchetti: ogni luogo, città, museo, territorio o sito può diventare un campo di gioco nel quale cercare un tesoro. Ovviamente non è un gioco per chi ha fretta ma chi ha viaggiato con Whaiwhai racconta di un'esperienza: divertente ed interessante, una caccia al tesoro dall'esito mai scontato. Ad inventarla è stato Tomas Barazza che con il socio Fabio Salvadori ha fondato l'anno scorso la società LOG607, recente-

mente acquisita da Marsilio Editori, mentre una piccola quota è rimasta in mano ad H-Farm, l'incubatore per start-up su modelli di business nel set-

Zoom

Cinema, tutte le "pause" nelle trame dei film in sala

Al cinquantesimo minuto di X-Men le origini: Wolverine, il film diretto da Gavin Hood e dedicato al supereroe della Marvel Comics, il protagonista Wolverine è in un bagno: è questo il momento giusto per assentarsi e correre a fare una telefonata o prendere un bicchier d'acqua. Tempo massimo d'assenza 3 minuti, dopodiché il film riprende a farsi interessante e, per non rischiare di mancare qualche colpo di scena, occorre aver ripreso la propria posizione davanti allo schermo. E ancora: Angeli e demoni dura circa 135 minuti; a un'ora e dieci minuti il protagonista Robert ed una guardia sono negli archivi del Vaticano. Non succede nulla d'importante e si hanno poco meno di tre minuti per assentarsi.



Per sapere puntualmente quando si verificano le pause propizie delle pellicole preferite, basta navigare su RunPee (www.runpee.com), un sito statunitense dedicato a tutti gli internauti stupefatti di mancare gli attimi salienti di colossal e thriller, a causa di un improvviso bisogno fisiologico o dell'inopportuno squillo del telefono. Nel portale sono indicizzate centinaia di pellicole, divise per genere, ordine alfabetico o data di distribuzione nelle sale. Di ciascuna è definita una timeline che indica il minuto esatto in cui si può lasciare la poltrona ed anche per quanto tempo.

(Francesca Tarissi)



LOG607

CONTANO LE STORIE IL GIOCO LE ACCENDE

Giocare è un gesto libero.

Raccontare una storia è un atto creativo.

LOG607 utilizza il gioco e la narrazione per creare esperienze innovative e avventure pervasive.

Il mondo reale e quello digitale sono per noi un unico universo che gira intorno alle persone.

Se segui il filo della storia, puoi immergerti nella sua trama. Se giochi puoi cambiare

tore Internet e dei media digitali che ha sede a Treviso. L'idea la spiega Barazza: «Nasce dal fatto che le guide turistiche tradizionali non prevedono un ruolo attivo di chi le legge. La nostra invece si trasforma in un gioco, una sorta di caccia al tesoro per rendere la scoperta della città ancora più intrigante». Il nome Whaiwhai in lingua maori significa cercare: «Ci è sembrato il termine giusto per identificare il gioco che abbiamo costruito intorno al turismo». La stesura delle guide è stata affidata ad esperti, «a garanzia di informazioni precise e originali». Sono in lavorazione guide per Parigi, Londra, Praga. Il premio, dice Barazza, «è un riconoscimento che attesta e certifica un nuovo trend turistico: non più location geografiche ma esperienze che sfruttano la tecnologia. I turisti cercano informazioni sui luoghi ma anche divertimento e storie».

H-Farm, fondata nel 2005, è un "business angel" che ha come obiettivo creare una piattaforma internazionale che possa favorire ed abilitare start-up basate su innovativi modelli di business nel settore Internet e dei media digitali. Le aziende «incubate» sono una decina, tra cui una community per il social advertising ad un'azienda che migliora l'interazione nello spazio vendita tramite tecnologie touch.