

Laura Chimienti

Lineamenti del nuovo Diritto d'autore direttive comunitarie e normativa interna

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. XXXII-704, euro 46,48

Questa quinta edizione, resa necessaria dalla continua evoluzione della normativa nazionale, comunitaria e internazionale, è aggiornata con le disposizioni sul Contrassegno Siae e la nuova disciplina sul Disegno industriale.



Antonio Oricchio

Tutela del consumatore e servizi pubblici

Giuffrè Editore, Milano 2001
pp. XIV-210, euro 15,49

Contributo allo studio e divulgazione dei temi connessi alla tutela unitaria del cittadino



come consumatore e fruitore di beni di largo consumo e come utente di servizi di pubblico interesse, privatizzati e/o comunque resi in forma e con disciplina privatistica, il libro fornisce un'agile e chiara panoramica delle innovazioni legislative, dei problemi e degli interventi giurisprudenziali.

Vittorio di Ciolo

La progettazione legislativa in Italia

Giuffrè Editore, Milano 2002
pp. XII-306, euro 23,24

Edizione riveduta e aggiornata della monografia uscita per la prima volta nel 1991



Collana dei Quaderni della Scuola Superiore dell'Amministrazione dell'Interno, l'opera è frutto prezioso della lunga esperienza professionale dell'autore in materia.

Comunicazione visiva

Foto digitali e video con la Fujifilm FinePix M603

Perché scegliere se si possono avere entrambe le funzioni

Anello di congiunzione fra fotocamere e videocamere, la FinePix M603 racchiude, in un corpo metallico sviluppato verticalmente, la magia di poter scattare magnifiche foto e registrare filmati



video di ottima qualità, con un unico prodotto!

La nuova fotocamera monta un Super ccd di terza generazione da 3 milioni di pixel in grado di realizzare file di immagine fino a 2832x2128 pixel, per ottenere in stampa un file da 6 milioni di pixel e di conseguenza immagini dai colori saturi e dagli incarnati naturali.

Ciò è possibile grazie alla tecnologia Fujifilm che utilizza ccd con fotosensori più ampi e di forma ottagonale (anziché quadrati) disposti a nido d'ape, in grado di catturare più informazioni che si traducono in immagini dai colori più belli e naturali per una qualità d'immagine pari a quella ottenuta con l'alogeno d'argento.

Con la FinePix M603 si avranno sempre foto e video di qualità eccellente e un dettaglio dei particolari difficile da riscontrare in altre fotocamere di questa fascia di mercato, vantaggi consentiti anche dallo zoom ottico 2x (equivalente a un 38-76 mm) e dallo zoom digitale 4,4x.

Autofocus e controllo automatico dell'esposizione e del bilanciamento del bianco permettono di ottenere immagini sempre a fuoco e con contrasti perfettamente nitidi. L'altissima sensibilità (fino a 1600 Iso) permette di realizzare immagini e video anche in condizioni di luce scarsissima senza bisogno del flash.

A tutto ciò si aggiunge la capacità di registrare filmati video a 30 frame/s della durata di 15 minuti con risoluzione 640x480, con xD-Picture card da 128 MB. Diminuendo la risoluzione e posizionandosi al livello di quella di una comune videocamera (320x240 pixel), la FinePix M603 può realizzare fino a 58 minuti di ripresa video a 15 frame/s. Durante la ripresa è possibile utilizzare lo zoom e la registrazione audio e, grazie all'autofocus sempre in



funzione, si avrà la stessa sensazione di libertà creativa consentita da una videocamera.

Le dimensioni del monitor Lcd da 2,5 pollici, molto più grande del normale, consentono di rivedere foto e filmati con colori naturali e contrasti nitidi anche in piena luce, grazie alla possibilità di applicare il pratico "paraluce" in dotazione.

La FinePix M603 ha doppio slot sia per le xD-Picture card (attualmente da 16 a 128 MB) sia per il Microdrive da 1 GB. Fujifilm prevede il raggiungimento di 1GB per le xD-Picture Card entro la fine del 2003.

Prezzo di vendita al pubblico consigliato: 720,00 euro, Iva inclusa.

Molly E. Holzschlag

Il colore nel Web

Apogeo, Milano 2001, pp. 176, euro 35,64

Il colore serve ad attirare, sedurre, spaventare, entusiasmare, dare forza e rilassare. C'è spesso un colore associato alle sensazioni umane, basti pensare a come le nostre espressioni contengano moltissimi riferimenti ai colori e alle emozioni: "Luca è rosso di vergogna." "Claudia è incavolata nera." "Marco è verde d'invidia." "Davide è sbiancato dal terrore."

La stretta relazione tra colore ed emozioni è del tutto naturale. La capacità umana di percepire il colore suggerisce che gli stimoli cromatici naturali sono un elemento imprescindibile della nostra capacità di sopravvivenza. Nel mondo sofisticato in cui viviamo, usiamo il colore come sussidio comunicativo: il rosso ci dice di fermarci, il verde ci dà via libera e il giallo ci avvisa di procedere con cautela.

I designer che hanno seguito un percorso formativo conoscono la teoria del colore e le percezioni interne e psicologiche che variano in funzione delle varie culture. Lo spirito indipendente del web ha fatto in modo che molte persone, prive dell'adeguata istruzione, siano nella posizione di prendere decisioni estetiche. Esistono persone dotate di un naturale gusto per i colori, ma molti ne sono privi. Sfortunatamente, la maggior parte delle persone che progetta siti web non possiede la giusta preparazione artistica e non è in grado di utilizzare efficacemente lo spazio, le forme, il testo o i colori per creare design adatti sia al pubblico a cui si rivolgono, sia allo scopo che intendono soddisfare. Per questi motivi, un libro sui colori del web è più che mai attuale.

