

Creatività e Business: la nuova era del cinema d'animazione

di Marco Spagnoli

In meno di undici mesi i principali quattro film d'animazione distribuiti sul mercato americano hanno ottenuto un risultato complessivo al box office di circa mille milioni di dollari. **Shrek 2** e **Shark Tale** (DreamWorks - PDI), **Gli incredibili** (Buena Vista - Pixar) e **Polar Express** (Warner Bros.) hanno celebrato l'inizio di una nuova era che da qui alla fine del prossimo anno porterà circa una quindicina di titoli sui mercati internazionali. Il risultato nelle sale diventa quasi 'marginale' se si pensa al volume fantasmagorico di *merchandising* e alle *revenues* che questo tipo di film può ottenere dal mercato dell'home entertainment e dai vari *spin off* tra videogames e serie tv. Una nuova era che riesce a coniugare creatività e business come mai prima di oggi. Per approfondire il fenomeno, Cinema & Video ha intervistato i principali produttori e autori di un mercato che diventerà sempre più strategico per lo sviluppo e il successo dell'industria cinematografica.

Usa 1

La sfida tecnologica

Steve Starkey, produttore di *Polar Express* (Warner Bros)



Perché dopo tanti film live action ha deciso di affrontare un film d'animazione?

Perché per *Polar Express* è stata sviluppata una tecnologia

chiamata *performance capture* che consente di far replicare a dei personaggi creati con il computer i movimenti che gli attori creano su un set particolare, interamente controllato dalla tecnologia. Alla fine, dal punto di vista produttivo, le differenze non sono enormi e io mi sono risolto a produrre questo film affrontandolo come se si trattasse di una produzione con attori veri e set reali. Il perimetro del set viene delimitato da macchine da presa e da macchine produttrici di raggi infrarossi. Alla fine l'interpretazione è molto simile a quella del teatro. A differenza del cinema, poi, non ci sono le limitazioni tipiche di una produzione qualsiasi. Né dal punto di vista della durata della pellicola, né

delle interruzioni per i primi piani o le riprese ravvicinate.

Non le è sembrato 'rischioso'?

Certamente, ma nel cinema è necessario rischiare. A me e a Robert Zemeckis così come a Tom Hanks piace spingere un po' più in là il limite da superare. E' per questo motivo che Tom ha scelto di interpretare ben cinque personaggi differenti all'interno del film. Nessun trucco, make up o effetto digitale avrebbe potuto trasformarlo in un bambino. Questa tecnologia ha catturato l'anima della sua interpretazione e l'ha trasferita in un doppio digitale. La buona notizia è che grazie all'animazione puoi fare tutto quello che vuoi. La cattiva è che devi fare tutto. Le possibilità sono illimitate, ma ogni singolo dettaglio che si vede in questi film deve essere soppesato, meditato, alterato, modificato e scelto. Non esistono felici coincidenze e tutto deve essere creato. E' un processo creativo molto duro e devi faticare molto prima di arrivare ad una conclusione. In realtà considero questa *performance capture* come ancora un'altra forma di cinema.

Che differenza c'è con la tecnologia utilizzata qualche anno fa dalla Sony per *Final Fantasy* e quella di *Polar Express*?

Sono passati anni e quella era allo sta-

to embrionale la base per il lavoro che è stato fatto oggi. La differenza è la stessa che c'è tra una tecnologia fallimentare e una che funziona bene. Oggi noi proponiamo un tipo differente di animazione rispetto a quello proposto da DreamWorks e Pixar.

Quanto costa un film come *Polar Express*?

Un milione di dollari al minuto. Non molto di meno da quanto costa in media un film Pixar.

Usa 2

Divertire è una cosa seria

Jeffrey Katzenberg, produttore di *Shrek 2* e *Shark Tale* (DreamWorks distribuzione: UIP)

Gli ultimi film DreamWorks sono stati presentati in grandi Festival. Perché?

Perché questi film sono davvero speciali. Ci mettiamo così tanto tempo per realizzarli che, ogni volta, desideriamo presentarli al pubblico in maniera irripetibile. Questo li rende unici. *Shark Tale* è estremamente originale e noi desideravamo lanciarlo agli occhi del mondo in modo unico. L'opportunità si è presentata a Venezia nell'ambito di un Festival che è tra i più importanti del mondo e che sicuramente è il più importante del periodo. Per *Shrek* e *Shrek 2*, invece, Cannes è stato il luogo perfetto per lanciarlo. Oggi il cinema d'animazione ha assunto una nuova dignità grazie al Premio Oscar istituito per il cinema d'animazione, ma anche per la crescente attenzione che i festival stanno dedicando a questo tipo di cinema sempre più importante nell'ambito della produzione cinematografica. Una volta i nostri erano considerati

semplici cartoni animati per bambini, mentre adesso sono film per tutti.

Una cosa che accomuna tutte le produzioni DreamWorks è il grande numero di interpreti di fama e talento riuniti tutti insieme. Come ci riuscite?

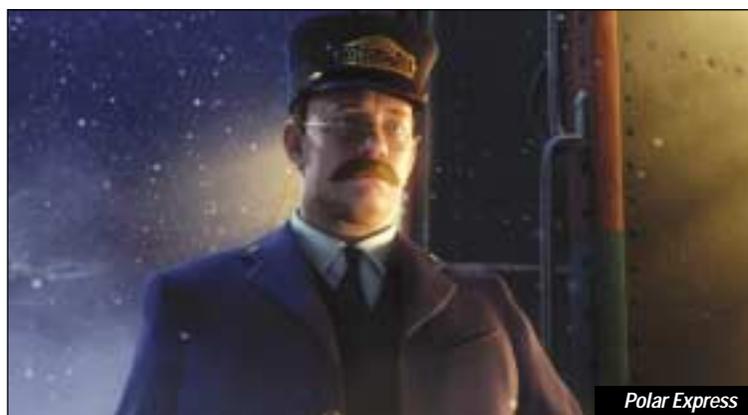
Tutti gli attori vogliono film intelligenti con ottime sceneggiature e buoni materiali per plasmare le storie da raccontare. Cose di cui essere orgogliosi anche in futuro. Più successo hanno, più importanti diventano. Avere tutti questi talenti insieme è, comunque, una cosa non scontata e una fortuna straordinaria.

Tutti i film della DreamWorks, invece, sotto una patina di grande divertimento affrontano questioni etiche rilevanti per la nostra modernità...

Ogni produzione che affrontiamo è un'opportunità per inserire nelle storie che raccontiamo degli elementi morali. Alcuni dei nostri registi scelgono di enfatizzare di più alcuni argomenti. Altri preferiscono non farlo. Per quello che riguarda la divisione d'animazione, invece, puntiamo a inserire sempre forti tematiche sociali e morali. Questo perché per noi è importante la produzione di *Shark Tale*, ad esempio, è iniziata quattro anni fa ed esce oggi in un'epoca in cui l'idea della tolleranza acquista sempre maggiore importanza. Oggi la tolleranza è una storia sofisticata che si snodano seguendo diversi piani di lettura. La produttività è quello che noi desideriamo di più al mondo. Siamo gente di spettacolo e sappiamo che quello che facciamo è mirato soprattutto all'intrattenimento di un grande pubblico, ma se mentre lavoriamo per raggiungere i nostri scopi, riusciamo a immettere qualcosa di buono nel mondo, allora siamo più fieri di quello che facciamo.



Jeffrey Katzenberg



Polar Express

Giappone 1

Stile molto europeo

Otomo Katsuhiro, regista e produttore di *Steamboy* (Distr. italiana: Metacinema)



In *Steamboy* c'è un lavoro fatto sia di tecnologia tradizionale che digitale...

Esattamente. Alcune parti sono state realizzate con la tecnica usata normalmente e altre direttamente in digitale. La parte più complessa è stata quella di armonizzare tutti questi elementi, dando più spazio, ovviamente, a quelli fatti a mano. Ci sono delle scene dove il marchio del digitale è evidente. Io, però, ho voluto filtrarli ulteriormente e renderli più omogenei con il resto del film.

Il suo stile originale è sempre piaciuto molto in Europa. Forse, perfino, più che in Giappone. Sarebbe sorpreso se *Steamboy* avesse più successo qui che in patria?

Non credo sarebbe una sorpresa, perché *Steamboy* ha uno stile più europeo che nipponico. E' stato un film difficile. L'idea alla sua base era diversa da quello che mi chiedevano di fare, ovvero, ripercorrere la strada di *Akira*. Io, però, ho fortemente voluto seguire un'altra sto-

ria che mi interessava di più, perché particolarmente adatta all'epoca in cui viviamo.

***Akira* è un film di culto. Cosa è cambiato per lei tornando alla regia?**

Io non sono cambiato in nulla. Sono felice che quel film abbia avuto tanto successo anche se, riguardandolo oggi, scopro un sacco di imperfezioni e di difetti. Nel mio lavoro posso dire, però, che il mio approccio creativo non è cambiato.

Giappone 2

Tecnica mista, il futuro

Toshio Suzuki, partner produttivo di Hayao Miyazaki per *Il castello errante di Howl* (Distr. italiana: Lucky Red)



Qual è la differenza principale tra il vostro lavoro produttivo in Giappone e quello delle produzioni hollywoodiane?

La cosa che mi ha sempre colpito degli Usa è il fatto che loro devono decidere a priori chi sarà il pubblico che vedrà il loro film. Hanno molte restrizioni: se destinarlo ai bambini oppure ai ragazzi. In Giappone tutto questo non c'è. E' una cosa molto libera che non saprei definire se

– di per sé – più o meno buona. Certo è che questo influisce molto sulla libertà creativa degli autori. Da noi ci sono molti film di animazione, ma quelli veramente di valore sono quelli che produciamo con Hayao Miyazaki.

Su Internet si dice che la Buena Vista distribuisca nel mondo vostri film per non "farli vedere" e così eliminare un avversario "pericoloso"...

(Ride...) È un'idea seducente, ma buffa e infondata. È un pettegolezzo. Abbiamo avuto offerte da tanti esponenti dell'industria americana, ma solo la Disney ci ha garantito delle condizioni davvero ottime. Tra le tante clausole del contratto loro hanno dato ampia disponibilità a mostrare sempre integralmente i film senza tagliare mai nessuna scena.

Qual è il ruolo del Dvd per apprezzare un cinema di culto come quello che lei produce insieme a Miyazaki?

E' importante anche se i nostri film vengono pensati per essere visti soprattutto sul grande schermo. So che fino adesso in Italia i nostri film sono stati visti poco, ma confidiamo molto nel ruolo e nell'impegno della Lucky Red per ottenere un buon risultato anche nel ramo theatrical.

Qual è la sfida del digitale?

Noi preferiamo utilizzare la tecnica tradizionale a mano con un forte apporto del digitale. La computer graphic aiuta a rendere meglio la bellezza del disegno manuale, ma non può – in ogni caso – sostituirlo.

UN ANNO DI CARTOONS

DICEMBRE 2004

Gli incredibili - (Disney/Pixar)

Polar Express - (W. Bros)

Shrek 2 - (Uip)

GENNAIO 2005

Steamboy - (Metacinema)

FEBBRAIO 2005

Shark Tale - (Uip)

PRIMAVERA 2005

Robotz -

(20th Century Fox/Blue Skies Stud.)

GIUGNO 2005

Winnie the Pooh

e gli Elefanti

(Buena Vista)

AGOSTO 2005

Gino Pulcino - (Buena Vista)

SETTEMBRE 2005

Il Castello di Howl

(Lucky Red)

Madagascar - (Uip)

NOVEMBRE 2005

The corpse's bride

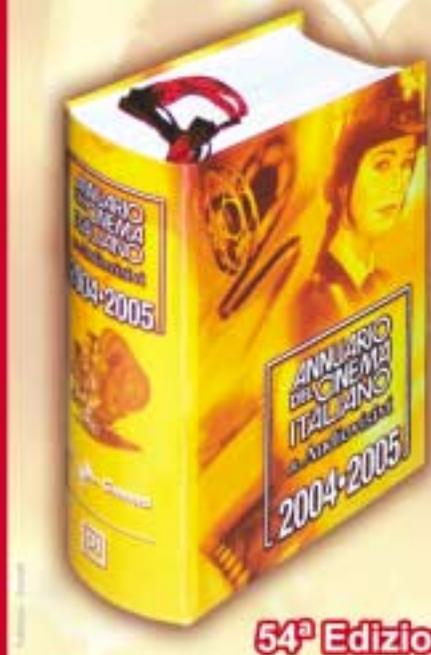
prod. di Tim Burton (Warnes Bros)

DICEMBRE 2005

Cars - (Disney/Pixar)

Narnia - (Buena Vista)

da oltre cinquant'anni
protagonista
dello spettacolo



54^a Edizione

IL PRIMO E L'UNICO

con circa 2000 pagine

il più completo, il più consultato,
il meno costoso: € 50,00

- Riconosciuto "di Rilevanza Nazionale" dal Dipartimento dello Spettacolo
- Diffuso capillarmente nell'ambiente dello spettacolo
- 4.500 nomi che contano nel "Chi è del cinema e della TV"
- Tutti gli indirizzi del Cinema e della Televisione
- Tutte le e-mail
- Tutte le leggi e gli accordi di coproduzione
- Tutti i film italiani dal 1930
- Tutti i premiati del Cinema: Oscar, Venezia, Medaglie d'Oro, Una vita per il Cinema, David di Donatello, Nastri d'Argento
- Le sale e le multisale italiane
- il supporto on-line

Editore: Centro Studi di Cultura, Promozione e Diffusione del Cinema - Corso Francia, 211 - 00191 Roma - Tel. 06 3296519 - Fax 06 3296339
 info@annuariodelcinema.it - Internet: www.annuariodelcinema.it
 Pubblicità: Pubblispe - Comunicazione Pubblicitaria Spettacolo - info@pubblispe.it - www.pubblispe.it

Una Regione molto animata

Cosa succede in Emilia Romagna sul fronte animazione?
I principali operatori ne hanno discusso insieme agli amministratori regionali.
È emerso un panorama variegato e tutto da valorizzare...

di Enzo Chiarullo

Per un giro di ricognizione sull'Emilia Romagna dei cartoons ci siamo fatti accompagnare da **Giovanna Bo**, fondatrice della società bolognese **Achtoons**, dal '99 al servizio di importanti produzioni italiane per alcune fasi delle lavorazioni dei prodotti di animazione tradizionale (hanno lavorato per Lanterna Magica, Graphilm, Fandango e Rainbow), ma con tanta voglia di lasciare un proprio segno in questo settore e con almeno un paio di progetti nel cassetto. Insieme all'Assessorato alla Cultura della Regione Emilia Romagna, e con il coordinamento della Film Commission regionale, Giovanna Bo è riuscita a portare intorno ad un tavolo gli operatori emiliano-romagnoli del settore animazione – una giornata di convegno, nella sala di rappresentanza di Unicredit a Bologna, l'11 novembre – rispondendo all'esigenza largamente condivisa di conoscersi e approfondire il contesto in cui operano.

“Avevo questa idea da molto tempo – esordisce Giovanna Bo - e ho trovato nella Regione un interlocutore attento, sia perché sono ormai chiari il valore culturale e l'efficacia comunicativa dell'animazione come linguaggio universale, sia per l'esigenza di realizzare contenuti con cui riempire i nuovi contenitori digitali (canali Tv, portali



The skyscrapers - Achtoons

Web e new media in generale) e quindi di conoscere e sostenere quanti sul territorio sono impegnati nella produzione di contenuti originali ad alto valore tecnologico ed innovativo come nel nostro caso”.

“Ci siamo accorti che il tessuto produttivo regionale è caratterizzato da alcune società che lavorano soprattutto come service per grandi produzioni (o coproduzioni) nazionali e internazionali, e da alcune interessanti esperienze autoriali all'avanguardia dal punto di vista della creatività e dei linguaggi ma con grandi difficoltà ad emergere oppure costrette ad autoprodursi. Anche la nostra regione soffre di un contesto nazionale che vede nella

Rai l'unico produttore, l'animazione confinata nel settore prodotti per l'infanzia e inadeguate opportunità formative. La computer graphic ha infatti fagocitato tutta la grammatica dell'animazione per cui, tra i giovani operatori, incontro sempre bravissimi tecnici o ottimi artisti ma praticamente mai il giusto mix di cui abbiamo bisogno. Allo stesso tempo però assistiamo ad un riscontro positivo a livello internazionale delle nostre creazioni: molti autori locali hanno proficui contatti con l'estero e qualche chicca ai festival dell'animazione la portiamo sempre”.

Oltre ad Achtoons, tra le realtà produttive del territorio hanno partecipa-

to al convegno anche **Pseudofabrica** di Bologna (www.pseudofabrica.com), **Melazeta** di Modena (www.melazeta.com) e molti autori e registi che si autoproducono a vari livelli, da **Ro Marcenaro** (nei pressi di Reggio Emilia www.marcenaro.it) che ha realizzato anche nuovi format di animazione per alcune Tv estere, a **Daniele Lunghini** (premiato a Hollywood nel 2002 con il World Animation Celebration, l'Oscar dell'animazione, per il suo corto 3D “Le foto dello scandalo”) o **Saul Saguatti** noto per le sue sperimentazioni, a **Francesco Filippi** (autore del pilota “Back to Eptar”, premiato a Cartoons on the Bay 2002), a **Sara Colaone**, illustratrice, fumettista per diverse pubblicazioni di Kappa Eizioni, autrice di corti d'animazione, tra cui “Le malefiche avventure di Mr Hiv”, programma di due minuti sulla prevenzione dell'AIDS. Le tipologie di impresa sono abbastanza diverse. Nel caso di Achtoons, Melazeta e PseudoFabrica si tratta, come dicevamo, soprattutto di service per produzioni altrui ma, mentre Melazeta è strutturata con numerosi dipendenti (una dozzina circa, impegnati soprattutto su Web cartoons per i portali e sulla serie Tv tratta da “Gino il Pollo”, a cura di Lanterna Magica), le altre due si adeguano

A colloquio con l'assessore Marco Barbieri

In principio c'è la creatività

Un recente studio condotto in Europa sulla percezione del made in Italy, conferma che la marca Italia è più incisiva quando evoca la bellezza. Fantasia, creatività, buon gusto, buon vivere: sono i valori che vengono immediatamente associati ai nostri prodotti. Bellezza e creatività sono valori di riferimento anche per le strategie di sviluppo territoriale della Regione Emilia Romagna. L'amministrazione regionale ha promosso, nell'arco degli ultimi tre mesi, eventi mirati a settori specifici dell'audiovisivo – come il documentario e l'animazione – e iniziative editoriali, attraverso la propria Film Commission, volte a valorizzare la creatività del territorio: si stanno realizzando due DVD, uno sull'animazione, l'altro che racchiude 8 videoclip musicali (girati interamente sul territorio) dei

più importanti artisti emiliano-romagnoli che hanno aderito gratuitamente al progetto. L'assessore regionale alla cultura Marco Barbieri, artefice delle iniziative, è convinto che si debba partire dalla creatività, che è “la chiave che fa dialogare la produzione cul-



Marco Barbieri

turale con gli altri mondi”: “Nelle attività produttive – spiega - è sempre più marcata la percezione che non c'è sviluppo senza comunicazione e senza creatività”. Barbieri registra, con soddisfazione, “una disponibilità a rapportarsi al mondo della cultura da parte di molti soggetti privati totalmente nuova e straordinaria”. E' questo l'approccio con cui Barbieri dialoga con i professionisti dell'audiovisivo: “Ho sempre considerato una caratteristica di questo territorio la capacità di raccontare” rivendica, con citazioni di artisti ed eventi che attraversano cinema, documentario, animazione e videoclip musicale (“tre quarti dell'attuale produzione di musica leggera parte da questa regione”). Il cinema d'animazione, nelle sinergiche estensioni al fumetto e alla pubblicità, “non è più una nicchia e non è più rivolto soltanto ai bambini”. L'imme-

diatezza del suo linguaggio lo rende flessibile alle più diverse esigenze di comunicazione, offre nuove opportunità al territorio: dall'istruzione alle campagne civiche, “con un approccio più amichevole nei confronti del cittadino”. Da qui l'accentuata attenzione da parte dell'amministrazione pubblica, l'esigenza di ricostruire una “mappa” delle aziende e dei professionisti dell'animazione in Emilia Romagna, nella prospettiva di coordinarne l'attività. E promuoverla: attraverso l'Emilia Romagna Film Commission, la Regione sta realizzando un DVD dal titolo “Emilia Romagna, Regione animata”, che raccoglierà una serie di show reel promozionali di autori, case di produzione e festival del territorio operanti nel cinema d'animazione. Il DVD sarà distribuito nei principali festival cinematografici internazionali, in particolare quelli dedicati all'animazione, e un promo verrà presentato in gennaio durante il Future Film Festival.

Paolo Di Maira

IN BREVE

alle diverse lavorazioni e ai carichi di lavoro reclutando di volta in volta e per il tempo necessario professionisti a partita IVA, soprattutto autodidatti, che vivono in Emilia Romagna ma che sempre più spesso devono spostarsi per seguire il lavoro a Milano (nel caso di animazione per la pubblicità) o a Torino, Roma ecc. per altre produzioni.

Vi sono poi in Regione due momenti di celebrazione molto importanti delle nuove tecnologie al servizio della creatività: il **Future Film Festival**, che da 7 anni porta a Bologna il meglio della produzione audiovisiva digitale e degli effetti speciali (comprese importanti prime visioni come la trilogia del Signore degli Anelli negli ultimi tre anni), e **Cartoon Club** di Rimini appuntamento da non perdere con i fumetti e l'animazione tradizionale. In sede di convegno è stata ricordata più volte l'esperienza della Regione Piemonte che negli ultimi anni ha puntato molto sull'industria dell'audiovisivo convogliando risorse su questo settore e stimolando la crescita delle imprese. Ne hanno fruito società che già operavano nell'area torinese (es. Lanterna Magica) ma sono nate anche nuove realtà fortemente innovative sul piano delle tecnologie, come Lumiq Studios. Che sia possibile realizzare qualcosa di simile anche in Emilia Romagna per stimolare e tutelare cultura e attività produttive allo stesso tempo?

“Alla Regione – conferma Giovanna Bo - chiediamo senz'altro di prendere atto che sul territorio realizziamo prodotti per società non emiliane che hanno poi successo a livello nazionale e internazionale. Esistono quindi professionalità e competenze che possono essere coinvolte su progetti a valenza locale. A questo proposito Ro Marcellano ha proposto alla Regione di promuovere (occupandosi del finanziamento e della distribuzione) la produzione locale di prodotti didattico-formativi da veicolare nelle scuole e presso le varie agenzie educative”.

“Sicuramente l'esperienza acquisita in questi anni, in cui ci siamo dovuti arrangiare con budget ristretti, essere flessibili come service alle richieste dei grandi produttori e, per alcuni di noi, la capacità di coltivare talenti, idee e progetti creativi originali, potrà servire a creare rapporti con nuovi soggetti che magari non sono interessati alla produzione, ma che hanno bisogno di contenuti e che quindi sono disponibili a nuove formule di finanziamento come il pre-acquisto”.

“Mi riferisco a Mediaset per esempio – conclude - che ha nuovi canali da riempire (tra cui il neonato Boing), alla Regione stessa che si sta impegnando nella realizzazione di un canale digitale e a chiunque abbia bisogno di contenuti sperimentali e di nuovi format. Se il prodotto di animazione tradizionale ha costi e metodologie produttive complesse e onerose, ci sono molte altre possibilità da prendere in considerazione che viaggiano su un binario differente e tutto da scoprire”.

Future Film Festival



Back to Gaya - in anteprima al Future Film Festival

Grande attesa per la settima edizione del Future Film Festival, a Bologna dal 19 al 23 gennaio, punto di incontro privilegiato per operatori e appassionati di cinema digitale, di animazione, di immagine di sintesi e di effetti speciali. Ogni anno si ritrovano a Bologna i guru mondiali di questo settore presentando le novità o approfondendo i segreti delle lavorazioni dei grandi successi più o meno recenti. Pixar, Digital Domain, Beuf Compagnie, Aardman, PDI Dreamworks, Industrial Light & Magic sono solo alcune delle società che nelle passate edizioni hanno mandato a Bologna materiali e collaboratori a discutere con il pubblico del FFF. Anche per la prossima edizione (il cui programma è in piena preparazione - consultare gli aggiornamenti quotidiani su www.futurefilmfestival.org), sono previsti grossi nomi (ne citiamo solo uno: Carlo Rambaldi) e importanti anteprime. Ma FFF significa anche premi, workshop, business breakfast e retrospettive per uno sguardo molto attento al cinema del futuro che passa però dall'analisi puntuale delle grandi esperienze del passato.

E.C.

Cartoni animati italiani

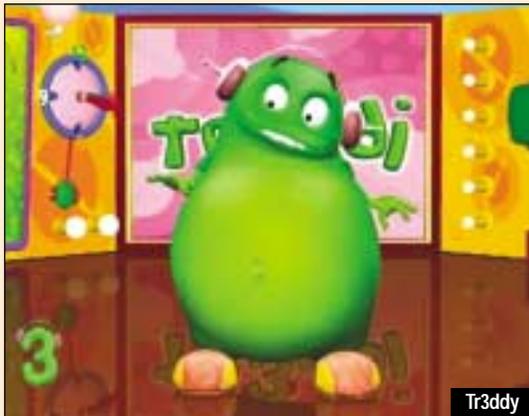
Si è svolto il 16 dicembre a Roma il convegno su *Cartoni animati italiani*, organizzato dal gruppo parlamentare della Margherita e da *Cartoon Italia*. Scopo del convegno: presentare tutte le implicazioni che sottendono all'ideazione, alla realizzazione, alla messa in onda fino all'aspetto pedagogico e culturale di un cartone animato, approfondendone inoltre gli aspetti economico/industriali e quelli legislativi. L'on. Andrea Colasio, capogruppo Margherita alla VII Commissione permanente Cultura della Camera dei Deputati, ha presentato una proposta di legge per lo sviluppo del cartone animato italiano ed europeo. L'incontro è stato coordinato da Francesco Manfio, vicepresidente di Cartoon Italia.

Cartoons a Positano

Si svolgerà a Positano dal 27 al 30 aprile 2005 *Cartoons On The Bay*, festival internazionale dei programmi d'animazione per la televisione organizzato da Rai Trade e diretto da Alfio Bastiancich.

Tr3ddy

La grande sorpresa della nuova stagione di **Raitre Ragazzi** è **TR3DDI**, un allegro e buffissimo personaggio, primo presentatore virtuale della televisione italiana. Il suo debutto è avvenuto il 1 novembre con la sua simpatica apertura e chiusura della fa-



Tr3ddy

scia pomeridiana dedicata ai bambini. Oltre a questo, la sua specialità è però quella di interagire con i bambini in diretta, rispondendo a telefonate, e-mail, sms e mms, per giocare ma anche per parlare di amicizia, sport, scuola e tempo libero. TR3DDI è stato creato con la tecnica **motion capture 3D** e animato da sofisticati macchinari collegati a un attore che gli consentono di muoversi, parlare e interagire in diretta televisiva. Interamente realizzato con alta professionalità dai tecnici e dai grafici del **Centro di Produzione della Rai di Torino**, TR3DDI è la rivelazione della Tv pomeridiana, in linea con gli obiettivi della Rete secondo cui lo stimolo al gioco e alla fantasia aiuta i bambini a comprendere la realtà e a crescere in modo corretto e sano.

Syd Mead, ospite a Virtuality

La presentazione di alcune sequenze del making of di *I Robot*, i retroscena della produzione di *Spiderman 2* e le curiosità sulla realizzazione di *Shrek 2*: produzione digitale e effetti speciali sono stati i protagonisti di "Virtuality - Annual Virtual Reality Conference", l'evento diretto da Fabrizio Funtò svoltosi nello scorso ottobre per la sua quinta edizione a Torino. In anteprima mondiale è stato presentato *Polar Express*, il film con Tom Hanks diretto da Robert Zemeckis, primo esperimento cinematografico che utilizza la *performance capture*, tecnica innovativa, illustrata a "Virtuality" da Brian Doman di Sony Imagework, che consiste nel catturare dal vivo, tramite centinaia di sensori applicati su tutto il corpo, la performance dell'attore per registrarla digitalmente su macchine da presa computerizzate. La lavorazione di *Polar Express* è durata tre anni ed è costata 1 milione di dollari al minuto, secondo la dichiarazione del produttore Steve Starkey. Ospite d'onore di Virtuality è stato Syd Mead, creatore di visual e environment di *Blade Runner*, *Tron*, *Alien*, *Strange Days* e *Star Trek*.

S. G.



Syd Mead- Blade Runner

Gruppo Alconi sempre più dinamico

È in produzione per la regia di **Sergio** e **Francesco Manfio** del Gruppo Alconi la serie per ragazzi (13'x 6) "Eppur si muove", realizzata con tecnica mista, live action e animazione 2d. Coprodotta con Rai Fiction, la serie andrà in onda nella prossima stagione televisiva su Raidue. Reduce dal successo di "Cuccioli", la serie animata coprodotta con Raifiction trasmessa su Raidue con uno share del 20%, il Gruppo Alconi ha in preproduzione la serie in animazione in 2D "Nella vecchia fattoria" (52x26) in collaborazione con Rai Fiction, e la serie in 2D e 3D "Un mondo di formiche" (52x7) in collaborazione con Mnogofilm.



Sergio e Francesco Manfio