

# Voglia di cambiamento

## Riflessioni e sussurri del Festival di Annecy

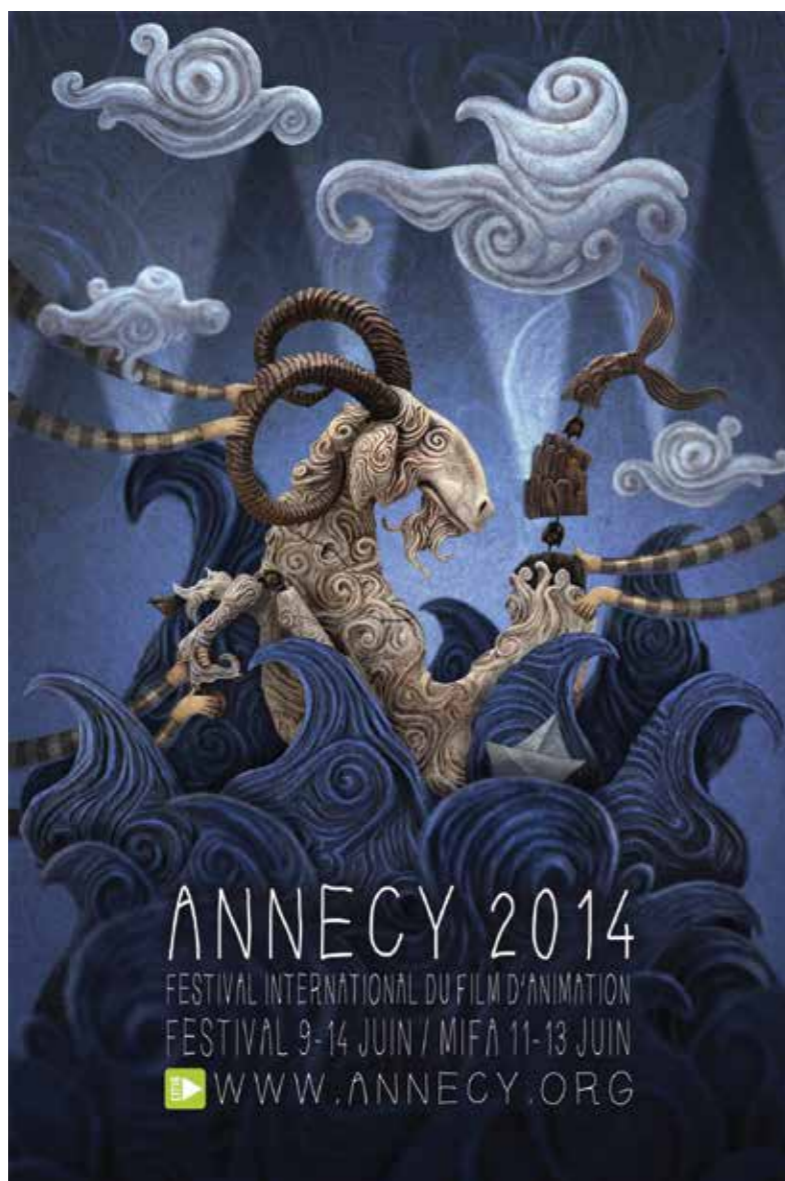
di Francesco Filippi

Quando la confusione sotto il cielo è grande, "la situazione è eccellente", diceva Mao. Eccellente o meno, dagli eventi internazionali del settore come il Festival International du Film d'Animation d'Annecy percepiamo un mercato televisivo in discreto stato confusionale, per motivi tecnologici e culturali.

La prima spallata al sistema è arrivata dalla Rete, che con le piattaforme per il video on demand (YouTube, iTunes, oltre a Netflix e Amazon da un anno anche produttori) sta creando una distribuzione alternativa. La seconda spallata l'hanno data smartphone e tablet, rendendoci in grado di vedere quello che vogliamo, dove, quando e quanto vogliamo. In questo senso - anche se di animazione non si tratta - la celebrata serie *House of Cards*, distribuita con successo tutta in una volta da Netflix, ha assecondato l'esigenza del pubblico di controllare il proprio consumo.

Se il pubblico si sposta facilmente da un medium all'altro, non così le inserzioni pubblicitarie: calano quelle in tv, ma quelle sul web spesso non bastano per sostenere una distribuzione. Gli autori indipendenti hanno tante chance per autoprodursi, ma il problema del sostentamento economico resta. In questi anni si sono diffuse le piattaforme di crowdfunding e ne ha approfittato Bill Plympton per prodursi il lungometraggio *Cheatin'*, premiato dalla giuria del festival. Tuttavia, resta la necessità di sostanziosi finanziamenti pubblici e privati. Il nuovo bando Media per il sostegno al cinema si è snellito nella burocrazia e concede più flessibilità nel passare dall'animazione alla fiction, d documentario ai nuovi media, anche perché sempre di più si richiede a un prodotto di vivere su più piattaforme.

In questa direzione, uno dei massimi esempi in Europa è la casa di produzione francese Ankama (di cui parlava *FdC* n.210), nata con i videogiochi



A lato: *The Tale of The Princess Kaguya*, poetico film di Isao Takahata: una critica feroce alle convenzioni sociali giapponesi

ma ormai produttrice di fumetti, serie animate e il lungometraggio di *Dofus* in uscita. "Siamo in 450 dipendenti e il nostro segreto è concentrare la produzione in un unico luogo", ci racconta il co-fondatore Anthony Roux. "Transmedialità significa che su ogni medium racconti storie diverse di uno stesso universo di personaggi, che a loro volta esplorano il tema e il dibattito morale che affronta la tua storia. Poi, puoi anche inventarti trovate commerciali che funzionano, come inserire in un fumetto una carta che ti serve per ottenere qualcosa di speciale nel videogioco, ma quello che conta di più è costruire personaggi



memorabili".

Sempre sul fronte *mobile*, una complessa sperimentazione tecnologica arriva da Google, che ha ingaggiato il regista Jan Pinkawa (in Pixar da *Il gioco di Geri e Ratatouille*), per un paio di corti deliziosi in CGI dov'è l'utente a scegliere come inquadrare la storia in corso, muovendo il telefono in tempo reale. "È come assistere al teatro di strada", ha

dichiarato il regista, "c'è il senso che le cose accadano proprio in quel momento lì. Se ti guardi intorno, puoi scoprire l'ambiente e altre cose buffe che succedono, ma l'azione principale aspetta che tu torni a inquadrarla per proseguire. Non è però una vera storia interattiva, perché credo nel valore di chi racconta storie. Le belle storie servono infatti a dare senso alla nostra esistenza". Il prossimo corto sarà in 2D, diretto da Glen Keane.

Nel mondo di acquisti on demand (com'è da sempre l'editoria) non ci sono formati fissi, né per lunghezza, né per impaginazione. In questo senso, l'animazione si potrà svincolare dai formati televisivi di 13 o 26 minuti e così via. Se lo immagina il produttore di lunga esperienza Max Howard (*Chi ha incastrato Roger Rabbit, Aladdin...*): "In questo mare così agitato, le navi più grosse fanno più fatica a cambiare rotta". Gary Trousdale (ex Disney per *La Bella e la Bestia, Il Gobbo di Notre-Dame...*) realizza per DreamWorks lavori minori come il corto *Rocky and Bullwinkle*, basato sull'omonima serie anni Sessanta: "Avevo proposto di ripescare la tecnica 2D, ma dai piani alti hanno imposto la CGI". Nonostante il corto sia ter-

reno di sperimentazione, in DreamWorks sono ancora convinti che la chiave per il successo sia la CGI, che oggi è una scelta molto conservativa. Trousdale paragona i produttori hollywoodiani

a "una sorta di occhio di Sauron, che spazza l'orizzonte con il suo sguardo impositivo". Uno sguardo però non sempre acuto: "Sanno bene che i bambini continuano ad amare i vecchi cartoon Disney a disegni", commenta Howard, "ma torneranno al 2D solo quando ci sarà di nuovo un grande film di successo realizzato da qualcun altro".

La tecnica è dunque un falso

problema: Stephan Frank, storyboardista di fama internazionale, parla finalmente di "sincerità di sguardo su una verità umana" come chiave di successo di un film, precisando che questa consapevolezza circola poco negli uffici e molto di più fra i creativi. La sensazione è che una generazione di produttori d'animazione abbia in questi anni sempre più tirato in remi in barca, sprovvista di una vera visione editoriale e dunque terrorizzata da un mercato sempre più competitivo. Ecco quindi che ufficialmente i principali network televisivi cercano "cose nuove e fresche, ma in linea con quanto già trasmettono" (sic!), e che "possano compiacere genitori apprensivi per i propri figli, destinate a bambini dai 6 ai 9 anni, neutre nel genere, rassicuranti e colorate".

"Trovo incredibile - sottolinea al proposito Roux - che proponiamo cose sempre più infantili ai bambini (e loro ci criticano per questo) e poi siamo sempre più violenti nelle fiction per adulti. Con il senno di poi, avrei voluto essere più ambizioso con la nostra serie fantasy *Wakfu*, e non sto parlando di sesso e violenza, ma appunto di contenuti. Siamo stati troppo soft".

Jess Cleverly, ex BBC e ora producer indipendente, rivela di detestare la divisione maniacale dei prodotti audiovisivi per bambini per età e genere (i famosi quattro quadranti): "Alle mie figlie do in mano chiodi e martello, ma poi sul mio lavoro mi adegua al mercato".

Non facciamo certo processi a Cleverly, anche perché non è la prima ipocrisia in questo mon-



Sopra, il 23 giugno il Milano Animation Day ha trasmesso in serata una proiezione gratuita di una manciata di corti premiata ad Annecy; a lato, Gary Trousdale

do, ma citiamo un altro esempio per tutti: presentando il suo cortometraggio, Trousdale mostra lo storyboard di una scena che rivela con ironia l'incapacità del super-cattivo di catturare lo scoiattolo e l'alce protagonisti: furente di rabbia, prima lancia un coltello contro l'immagine dei due graziosi animaletti, ma si sbaglia per l'ennesima volta. Più arrabbiato di prima, sfodera una mitragliatrice con cui spara a più non posso contro il bersaglio, ma ancora nessun proiettile colpisce i due animaletti.

Questa simpatica gag, che rivela la verità di questo personaggio (la sua inettitudine disarmante)



### Un regista italiano per Yellow Bird 3D di Federico Fieconi

In autunno debutta *Yellow Bird 3D*, con cui la parigina TeamTo di Corinne Kouper, uno dei produttori più dinamici della scena animata, apparecchia una favoletta moderna sul viaggio di un uccellino alla scoperta di sé e verso l'Africa. Abbandonato dai genitori, *Yellow Bird* viene preso sotto l'ala da una coccinella e cresce con la paura di volare ma con una missione: guidare la migrazione dello stormo verso l'Africa. L'anteprima di Annecy sfoggia tutti gli ingredienti classici del format di serie A: voci famose (in originale Dakota Fanning, Danny Glover), il design firmato Benjamin Renner (il regista dell'affascinante *Ernest e Celestine* recensito su *FdC* n.216) e il regista italiano Christian De Vita (c'era anche un co-regista, quel Dominique Monfery del corto disneyano *Destino*, ma dev'essere migrato altrove). Christian si è fatto le ossa con nomi eccellenti: "I miei precedenti? Story artist per *Frankenweenie* di Tim Burton e *Fantastic Mr. Fox* al fianco di Wes Anderson". Fra gli altri premi, nel 2010 Christian ha ricevuto l'ASIFA Animation Art Award per il contributo all'animazione italiana nel mondo. Ora il salto sotto i riflettori, per un lungometraggio in CGI stereoscopico con probabile anteprima al Festival di Roma di fine ottobre.



è stata però censurata nella versione finale: non sia mai che qualcuno protesti perché la DreamWorks incentiva i ragazzi a usare le armi... Insomma, negli Stati Uniti si censurano queste gag innocue (per non dire catartiche), ma non si impedisce il libero commercio delle armi reali. O, ancora: si censura un'edizione di Cappuccetto Rosso perché nel cestello viene portata una bottiglia di vino! Cleverly aggiunge che in questa *debacle* "bisognerebbe dare più potere agli autori, ma sono pochi quelli che capiscono davvero il mercato". Tra i produttori europei più attenti all'autorialità il tedesco Thomas Meyer-Hermann, che sostiene che "non dobbiamo sottovalutare il pubblico, che è più capace di comprendere le diversità culturali di quanto pensiamo. Basti pensare al successo degli *anime* giapponesi o dei *Simpson*".

Questa paura di contenuti culturali difficili (e degli eventuali polveroni mediatici che si possono innescare) ha finito per svuotare l'offerta animata per ragazzi di contenuti importanti. E - chi l'avrebbe mai detto? - i ragazzini smettono di guardare i cartoon europei, passando alla fiction o agli *anime* (che comunque proprio in salute non sono). Ovviamente con una drammaturgia debole anche la durata dell'attenzione dei ragazzini cala e così si finisce per concentrare

il maggior numero di azioni (o di gag) in poco tempo, con il risultato di indicare un'emozione invece di farla vivere, aggravando il problema dell'attenzione. Basta però mettere il naso fuori dall'animazione, per scoprire come gli stessi ragazzini si divorino intere stagioni di una buona serie tv dal vero per 13 ore di fila.

A ben vedere, l'animazione in questi anni ha sì sperimentato sulla tecnologia, ma è restata indietro anni luce sui contenuti. Qualcuno comincia ad accorgersene: "Vorrei vedere un po' più di epicità nelle serie tv", annuncia una producer della ZDF, a cui fa eco un importante broadcaster che in via ufficiosa ci dice: "Vorrei tanto produrre animazioni per adolescenti, ma in Francia non abbiamo gli autori". Anche in Rai l'aria pare non essere più così stantia ed è stato annunciato un interesse per produzioni destinate a un target più maturo.

Insomma, si sono cercate le facili ricette per successi a breve termine, dimenticando la sperimentazione e l'investimento sulla drammaturgia, la quale latita anche nei corti d'autore, che anche quest'anno stentano a emozionare.

L'ultima conferma dello stato confusionale viene dalle serie animate per adulti: quello che abbiamo visto ad Annecy ci sembra rientri sostanzialmente nel trash e nel cattivo gusto. Forse dovremmo chiederci quale sia l'idea di adulto a cui ci si rivolge... L'impressione è che l'animazione come tecnica abbia finito per diventare due alibi micidiali per l'inconsistenza o la bruttezza: "Ma è roba per bambini" e "Ma è un design d'artista".

Ora c'è tanto terreno da recuperare, anche perché per sopravvivere nel mondo on demand occorre essere eccezionali affinché s'innesci il passaparola del pubblico (che nessun ufficio marketing riuscirà mai a superare). Per chi non lo conoscesse, il magistrale discorso di Kevin Spacey al GEITF (il Guardian Edinburgh International Television Festival) dell'agosto 2013 tuttora rintracciabile su YouTube è un incoraggiamento alla sperimentazione sulla qualità e alla cultura come modello di impresa cinematografica. A tratti sembrerebbe di sentire parole di Adriano Olivetti, un'altra nostra eccellenza che fu, anche se non nel cartoon. Ma a ben guardare, siamo sicuri che ce ne sia ancora...