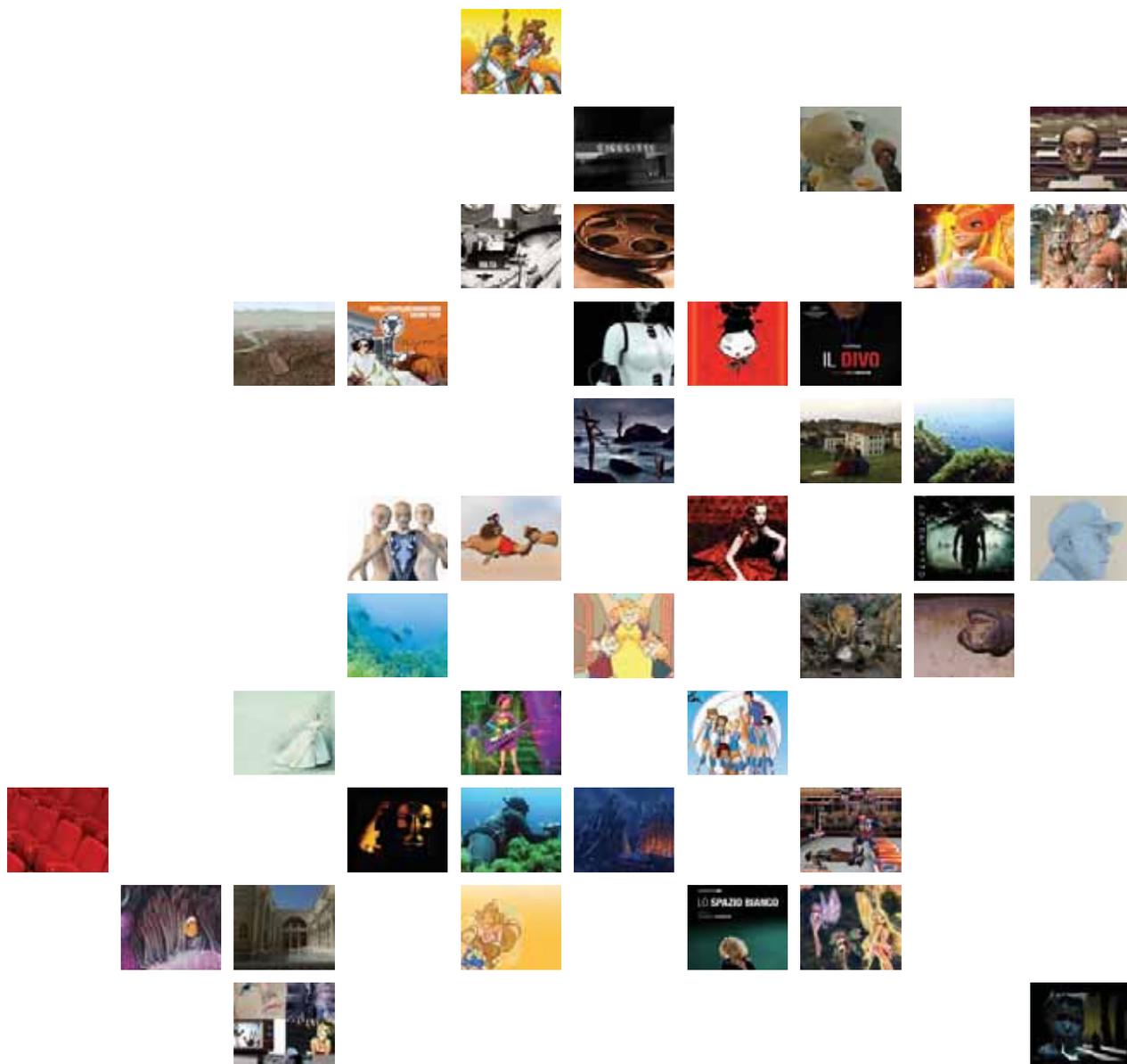


DESIGN FOR 5
MADE IN ITALY
sistema design nelle imprese di Roma e del Lazio



Multimedia Design

Aldo Signoretti
Vittorio Sodano
Vision
Gameprog Italia
Graphilm
Rainbow CGI
Totem Sub

diid

DESIGN FOR 5
MADE IN ITALY
sistema design nelle imprese di Roma e del Lazio

Multimedia Design



Direttore responsabile | Managing Director

Tonino Paris

Direttore | Director

Carlo Martino

Coordinamento scientifico | Scientific Coordination Committee
Osservatorio scientifico sul Design del Dipartimento ITACA, Industrial Design Tecnologia dell'Architettura, Cultura dell'Ambiente, Sapienza Università di Roma

Redazione | Editorial Staff

Luca Bradini
Nicoletta Cardano
Ivo Caruso
Paolo Ciacci
Emanuele Cucuzza
Stefano Lacu
Antonio Las Casas
Sara Palumbo
Filippo Pernisco
Felice Ragazzo
Silvia Segoloni
Clara Tosi Pamphili

Segreteria di redazione | Editorial Headquarter

Via Flaminia 70-72, 00196 Roma
tel/fax +39 06 49919016/15
info@disegnoindustriale.net

Traduzione | Translations

Claudia Vettore

Progetto grafico | Graphic design

Roberta Sacco

Impaginazione | Production

Sara Palumbo

Editore | Publisher

Rdesignpress

Via Angelo Brunetti 42, 00186 Roma
tel/fax +39 06 3225362
e-mail: info@disegnoindustriale.net

Distribuzione librerie | Distribution through bookstores

Joo distribution – Milano

Distribuzione estero | Distribution for other countries

S.i.e.s. srl – Milano
20092 Cinisello Balsamo (MI), via Bettola 18
tel. 02 66030400 – fax 02 66030269
www.siesnet.it e-mail sies@siesnet.it

Stampa | Printing

Tipografia Ceccarelli, Grotte di Castro - VT

**DESIGN FOR
MADE IN ITALY**

sistema design nelle imprese di Roma e del Lazio

n°5_ottobre 2009

allegato alla rivista

diid disegno industriale industrial design

Rivista bimestrale di formazione e ricerca
Bimonthly magazine of training and research

Registrazione presso il tribunale di Roma 86/2002 del 6 marzo 2002
ISSN: 1594-8528

- 04 _ 09** **Topic_Multimedia design**
La cultura dell'immagine effimera | *The culture of ephemeral images*_Tonino Paris
Orgoglio del Lazio | *The pride of Lazio*_Carlo Martino
- Tecnologie digitali per l'Audiovisivo del terzo millennio | *Audiovisual digital technology in the third millennium*_Pierpaola D'Alessandro
- 12 _ 25** **Designer**
Aldo Signoretti e Vittorio Sodano
Il progetto del volto | *The face of the project*_Clara Tosi Pamphili
- Il design dei sogni | *Designing dreams*_Felice Ragazzo
- Designer_index**
- 26 _ 33** **Focus**
Vision
Cinema senza confini | *Beyond the movies borders*_Emanuele Cucuzza
- 34 _ 51** **Factory**
GPI Gameprog Italia
Futuro anteriore del verbo scommettere | *Future perfect of the verb 'to bet'*_Ivan Paduano
- Graphilm**
Animazione multimediale fra tradizione e nuove tecnologie | *Multimedia animation between tradition and new technologies*_Graziano Mario Valenti
- Contaminazioni digitali: le avanguardie del multimedia design nel Lazio | *Digital contamination: the avant-garde of multimedia design in Lazio*_Andrea Granelli
- Factory_index**
- 52 _ 61** **Innovation**
Rainbow CGI
Un arcobaleno tridimensionale | *A three-dimensional rainbow*_Ivo Caruso
- Totem Sub**
Documentarista per caso | *A documentarist by accident*_Antonio Las Casas
- 62 _ 63** **Lsd _ la sapienza design factory**

Topic_Multimedia design

La cultura dell'immagine effimera | *The culture of ephemeral images*

Tonino Paris

Roma è la sede della televisione italiana, la Rai, e lo è anche di numerose altre TV di respiro nazionale e internazionale. Roma è Cinecittà, divenuta Holding, e poi CinecittàLuce, rappresentando di fatto il cinema italiano, con la sua storia e la sua tradizione. Roma e il Lazio ospitano grandi teatri, primo tra tutti il teatro dell'Opera, e sono stati fin dall'antichità la culla della teatralità effimera. Sono certamente condizioni uniche al mondo e che non possono non aver rappresentato uno stimolo allo sviluppo di una cultura dell'immagine immateriale e virtuale come quella in cui siamo oggi immersi. Il progetto, e quindi il design, è stato chiamato a dare un contributo sostanziale nella definizione prima di macchine sceniche, poi di scenografie teatrali, di set cinematografici e televisivi, di costumi e poi di sigle televisive, di spot pubblicitari, di grafica ed effetti speciali, ecc. definendo un apparato di competenze unico e originale, che in questi luoghi si è radicato. La cultura romana dell'immagine effimera si perpetua ancora oggi nell'era digitale, come quest'ambizioso numero della rivista dimostra. Nuove professionalità a servizio delle industrie dell'audiovisivo che controllano la virtualità, trasferendo la tradizione scenica in ambienti artificiali e plurisensoriali. Il quadro che affiora dalla rassegna, non certamente esaustiva, fa comunque emergere profili imprenditoriali e professionali che, come Factory LSD La Sapienza Design, ci auspichiamo di poter al più presto esibire in un'importante mostra.



Rome is the home of Rai, the Italian national broadcaster, and a number of other national and international TV stations. Rome is where you can find Cinecittà, which has become a holding company, and Cinecittà Luce, representing Italian film with its history and traditions. Rome and the Lazio region are also home to great theatres, first and foremost the Teatro dell'Opera, and they have been the cradle of ephemeral theatricality since ancient times.

These are undoubtedly conditions that are quite unique on this planet and they inevitably spurred on the development of the culture of the immaterial, virtual image in which we are enveloped today.

Designers were called on to make a significant contribution first to the elaboration of stage machinery, then to theatre, film and television sets and costumes, and after that to television themes, adverts, graphics and special effects, and more besides. This led to the establishment of a unique, original network of skills which has taken root in these places. The Roman culture of ephemeral images still survives today in the digital era, as this ambitious issue of the magazine shows.

New professional figures serve the audiovisual industries and control virtuality, transferring the set tradition to artificial, multi-sensory environments.

The picture that emerges from the review is far from exhaustive. Nonetheless, it reveals entrepreneurial and professional profiles which, as Factory LSD and La Sapienza Design, we hope we will be able to present soon in a major exhibition.



Carlo Martino
Orgoglio del Lazio | *The pride of Lazio*

Orgoglio ed ottimismo, sono le sensazioni che trasmette questa breve esplorazione nel mondo dell'audiovisivo presente a Roma e nel Lazio. *Orgoglio*, perché di fronte ad una pervadente sensazione di sconfitta del sistema impresa italiano nella competizione internazionale, nei più svariati ambiti produttivi, il mondo dell'audiovisivo di questo territorio riesce a misurarsi anche con i grandi della scena mondiale, sia per profili professionali, che per produzioni.

Sono qui citati, per esempio, i casi di Aldo Signoretti e Vittorio Sodano, ambiti autori di trucchi ed effetti speciali che vantano collaborazioni con Brian De Palma e Mel Gibson, o i giovani Nicola Sganga e Rodolfo Migliari, fondatori di Vision, che oltre ad aver vinto il David di Donatello per gli effetti speciali de "il Divo", sono stati coinvolti di recente nella produzione di "Angeli e Demoni". Ed ancora realtà come la Rainbow CGI srl, che ha realizzato uno dei cartoni di maggior successo internazionale: le Winx; la Graphilm partner di grandi produzioni italiane ed estere; o infine la Gameprog Italia, leader nel game design. *Ottimismo*, perché attraverso il sistema dell'audiovisivo, ci scrolliamo di dosso un po' di polvere, e ci sentiamo finalmente calati nella contemporaneità e allo stesso tempo proiettati in un futuro prossimo e remoto. L'audiovisivo è un sistema che fonde tecnologia e sensibilità artistica, ed in cui il passaggio al digitale sta liberando sempre più spazi alla creatività. Una creatività che cerca e trova nuovi media, di cui sfrutta appieno le potenzialità. Come infatti racconta Andrea Granelli, l'audiovisivo è un settore in cui i contenuti entrano in nuovi "device" e "ri-abitano" i luoghi. Si stravolgono quindi equilibri consolidati a favore dell'innovazione. L'audiovisivo è pertanto design allo stato puro, che coinvolge pienamente gli elementi del progetto, e tutte le fasce generazionali che lo frequentano. È un ambito in cui l'esperienza dei più navigati si combina con la curiosità e la voglia di sperimentare dei più giovani, con un ordine che spesso si sovverte. È un settore in cui, chi ha un'idea riesce a tradurla con facilità in un progetto e in un prodotto, o chi avverte un'esigenza insoddisfatta riesce a trovare la soluzione per soddisfarla. È labile, infatti, il confine tra progettazione e produzione, poiché spesso le due cose coincidono, come la lettura del numero dimostra.

Ottimismo, perché l'ambito dell'audiovisivo, comunque attrattivo per molti giovani, ha molti ambiti applicativi ancora inesplorati, che certamente lasciano sperare in una ulteriore sua espansione.

Un solo rammarico, ma anche una speranza, è invece rivolta alla formazione.

Le diverse interviste contenute nel numero lamentano l'assenza di una vera scuola non solo a Roma, ma nel paese, e mettono in luce una modalità diffusa di apprendimento da autodidatta o da apprendistato. Qui certamente la formazione alta, di tipo universitario, deve intervenire in modo più deciso, come stiamo cercando di fare alla Sapienza, per esempio, con il Corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale.

Alien.

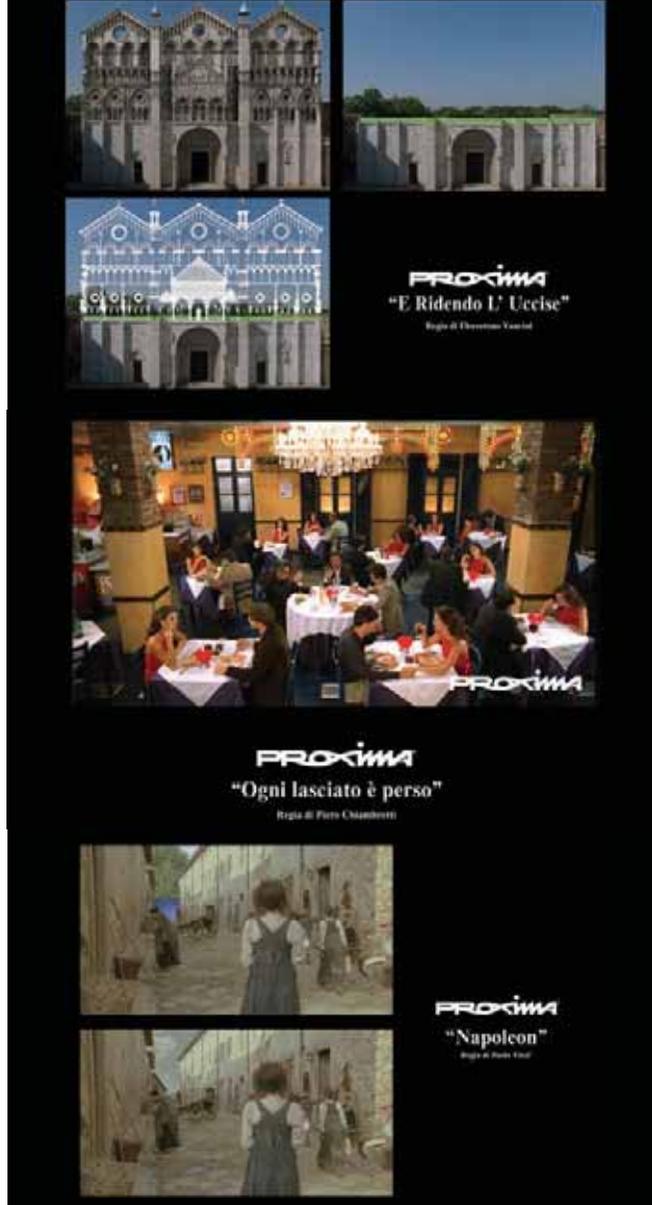
Bronzetti Nuragici.
Abbasanta (OR) Centro culturale,
realizzazione e installazione
del filmato "...Passavamo sulla
terra leggeri..." | *Abbasanta
(OR) cultural centre, filming
and installation of the film '...
Passavamo sulla terra leggeri...'*

Proxima, Effetti speciali film |
movie's special effects.

Total Sub, riprese
documentaristica subaquea | Shot
for underwater documentary.

Scenografia Festival di Sanremo
2007, Gaetano Castelli | Set
Decor Sanremo festival 2007,
Gaetano Castelli.

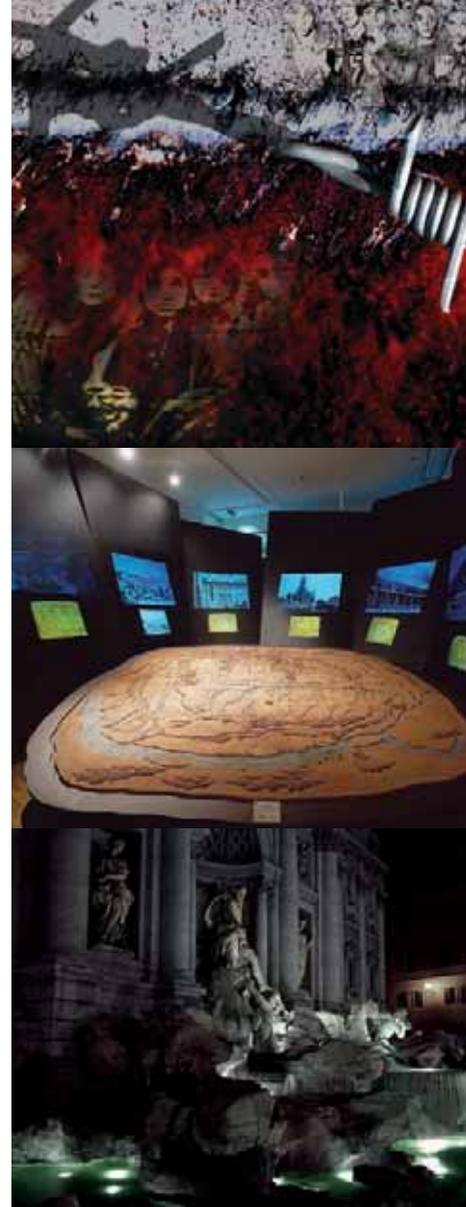
Ricostruzioni 3D ed elaborazioni
virtuali per i beni culturali |
3D reconstruction and virtual
processing for Cultural Heritage.



Pride and optimism are the feelings transmitted by this brief, and certainly not exhaustive, exploration of the audiovisual world as present in Rome and the Lazio region. Pride, because, given the pervasive defeatist feeling in the Italian business system with respect to international competition, in the most diverse areas of production, the audiovisual world in this area measures up against even the greats on the international stage, both in terms of their professional profile, and production.

For example, we take a look at Aldo Signoretti and Vittorio Sodano, both makeup and special effects specialists who can boast of working with the likes of Brian De Palma and Mel Gibson, and the young Nicola Sganga and Rodolfo Migliari, founders of Vision Digital, who, in addition to having won a David di Donatello award for the special effects in Il Divo, were also involved recently in making Angels and Demons. And other entities like Rainbow CGI, which made one of the most successful cartoons internationally: the Winx; and Graphilm which is a partner in major Italian and international productions; and finally Gameprog Italia, leader in game design. Optimism, because through the audiovisual system, we can stand up and brush ourselves off a bit, and finally feel like we're a part of our contemporary world, and at the same time look to a near and far future.

Audiovisual is a system that combines technology and artistic sensitivity, and in which the switch to digital is freeing up more and more space for creativity. Creativity that seeks and finds new media, and the potential of which we are just beginning to scratch the surface.



As Andrea Granelli says, it's a sector in which content is entering new devices and 're-inhabiting' spaces.

So, the established balances are being tipped in favour of innovation.

And so, audiovisual is design in the purest state, fully involving elements of design, and all the generations frequenting it. It's an environment in which the experience of the older combines with the curiosity and desire to experiment of the young, often overthrowing the old order.

It's a sector where anyone can easily transform an idea into a design and a product, and anyone with an unmet need can find a way to fulfil it.

Indeed, the line between design and production is faint, because the two often coincide, as we demonstrate in this issue.

Optimism, because the audiovisual field, although attractive for many young people, still has many unexplored fields of application, leading us to hope for even greater expansion.

We have just one regret, but also one hope: and it deals with education.

The interviews in this issue deplore the lack of a true school, not only in Rome, but in the entire country, and highlight that in this field, learning is often acquired through self teaching or apprenticeships.

Here, certainly, higher, university-level education must be more decisive: this is what we are seeking to do at La Sapienza, for example, with the Master's programme in Design, Visual and Multimedia Communication.

Pierpaola D'Alessandro*

Tecnologie digitali per l'Audiovisivo del terzo millennio La filiera dell'audiovisivo nel Lazio | *Audiovisual digital technology in the third millennium. The audiovisual production chain in Lazio*

*Direttore Affari Industriali
Sviluppo Lazio S.p.A. |
Director of Industrial Affairs
Sviluppo Lazio S.p.A.

L'industria dell'Audiovisivo, più che altri settori, accoglie l'avvento delle nuove tecnologie digitali determinando nuovi parametri produttivi, innovazioni di prodotto e di processo e conseguentemente rinnovate strategie di business. Appare difficile però intuire l'impiego di design nel settore mentre più spesso è compreso il ruolo della creatività applicata alle produzioni sonore, scenografiche e di scrittura.

La ricerca condotta dall'Osservatorio è quanto mai utile o opportuna a mettere in luce il nesso tra il design e le produzioni materiali delle imprese del Lazio che risultano di grande valore strategico per l'economia della Regione. L'industria dell'Audiovisivo del Lazio è una realtà a cui il governo regionale ha riconosciuto un ruolo importante già peraltro evidenziato nello spaccato storiografico del settore, considerato il ruolo di Cinecittà, oltre che le numerose realtà artigianali e produttive riconosciute a livello internazionale. Seppure siamo ancora molto indietro come Paese nell'uso delle tecnologie digitali, il comparto appare dinamico e pronto a coniugare hi-tech e creatività, ed a fare di questo legame il punto di forza delle produzioni.

Per il Lazio l'audiovisivo è una filiera economica d'eccellenza composta da realtà, di



natura sia artigianale che industriale, che contribuisce alla crescita economica regionale grazie ad una filiera produttiva d'eccellenza e che si esprime con prodotti cinematografici, televisivi e di animazione tradizionale e digitale. Si tratta di una realtà produttiva che vincola sul territorio cifre importanti (53mila lavoratori, il 30% delle imprese nazionali del Cine-audiovisivo e il 70% della distribuzione cinematografica e video) che registrano, nonostante il periodo critico, trend positivi. In questo contesto la Regione Lazio ha riconosciuto il settore audiovisivo quale settore prioritario per lo sviluppo economico, promosso anche attraverso la nuova Legge regionale per l'internazionalizzazione e le nuove misure del Programma Operativo Regionale (POR – FESR 2007-2010) ed ha costituito, proprio per garantire lo sviluppo del comparto, la Fondazione Rossellini una "cabina di regia" e di coordinamento per gli interventi del settore.

A favore del settore la Regione, attraverso Sviluppo Lazio, ha realizzato negli anni una serie di progetti per favorire la presenza delle produzioni laziali sui mercati esteri ed agevolare la cooperazione internazionale su progetti di produzione.

In the audiovisual industry more than in other sectors, the arrival of new digital technologies has brought about new production criteria, innovations in products and processes, and therefore renewed business strategies. However, it seems difficult to recognize the use of design in the sector, while there is greater understanding of the role of creativity in sound, set and written output. The research by the Observatory is of enormous use and perfectly highlights the connection between design and the tangible products of companies from Lazio, which are of great strategic value for the region's economy. The important role of the Lazio audiovisual industry is recognized by the regional government and is in any case already evident from a review of the sector's history, taking into consideration Cinecittà and the numerous internationally renowned artisan and production companies. Although our country still has a lot of catching up to do in the use of digital technology, the industry seems dynamic and ready to bring together hi-tech and creativity, and to make this link the strong point of its output. Lazio has a high-quality audiovisual trade made up of small-scale and industrial



businesses. It contributes to the economic growth of the region with its distinguished production chain and its creativity is expressed through film, television programmes and animation of both the traditional and digital kinds. It has impressive figures in the area (53,000 workers, 30% of the film-related audiovisual companies in the country and 70% of film and video distributors), which are showing positive trends despite the current crisis. The Lazio regional authorities have identified the audiovisual sector as a priority area for economic development. It is also promoted through the new regional internationalization law and the new measures in the Regional Operational Programme (POR – FESR 2007-2010). To ensure development for the industry, the regional authorities have created the Rossellini Foundation: a group to 'direct' and co-ordinate initiatives in the sector.

Through the Sviluppo Lazio scheme, over the years the regional authorities have put together a number of projects to encourage the spread of local output to foreign markets and facilitate international co-operation on production projects.

I Progetti di sistema per sostenere l'Industria dell'Audiovisivo sui mercati esteri | *Joint Projects to support the Audiovisual Industry on foreign markets*

Cine-audiovisivo

Festival Internazionale del Film di Roma – attraverso le IV edizioni del Festival sono stati promossi “Mercato Internazionale del Film di Roma - The Business Street” e “New Cinema Network - La Fabbrica dei Progetti” due iniziative di successo che hanno coinvolto, solo nell'ultima edizione, 449 rappresentanti internazionali del settore (Buyer e Seller) provenienti da oltre 20 paesi. Le edizioni 2006 e 2007 hanno prodotto 15 progetti divenuti oggi film di successo.

Progetto di promozione in collaborazione con UNEFA

(Unione Nazionale Esportatori di Film) - partecipazione ad una serie di manifestazioni internazionali di settore come il Festival Internazionale del Cinema di TORONTO 2009, la Fiera Mipcom di Cannes, lo stesso Festival Internazionale del Film di Roma, e nel 2010 l'iniziativa European Film Market di Berlino, il Filmart Hong Kong, il MIP TV di Cannes, il Festival Internazionale del film di CANNES e Marché du film, il Festival Internazionale del Cinema di Toronto e il Festival Internazionale del Cinema di San Sebastian. Il progetto è realizzato in Accordo di Programma tra la Regione Lazio ed il Ministero dello Sviluppo Economico in collaborazione con Sviluppo Lazio e ICE – Istituto nazionale per il Commercio Estero.

Dubai International Film Festival – partecipazione e presentazione dei DocuFilm “Latin Surprise” alla V edizione del Festival, per la promozione della filiera del Lusso made in Lazio.

Documentaristica Ambientale e del Mare – In occasione della III edizione di Big Blu – Rome sea Expo è stato organizzato un progetto volto a promuovere a livello internazionale il settore Audiovisivo legato alla documentaristica del mare. È stata ospitata una delegazione di 8 operatori internazionali ed organizzato un Workshop dal titolo “Cooperazione Internazionale. Proposte e progetti di partnership per i prodotti della documentaristica ambientale e culturale”.

Atelier Farnese – È stato attivato il primo laboratorio di scrittura cinematografica Italo-Francese per promuovere l'interazione creativa tra produttori, registi, autori e sceneggiatori e far emergere nuove istanze artistiche, culturali e produttive. Atelier Farnese è un progetto di internazionalizzazione che si inserisce tra le attività di promozione dell'industria dell'Audiovisivo del Lazio. Esso vuole rappresentare un luogo di riflessione articolato in diverse sessioni di lavoro.

Fiction

RomaFictionFest - Nell'ambito dell'iniziativa, giunta alla III^a edizione, è stato promosso Industry Week, un progetto di internazionalizzazione che attraverso ha visto il coinvolgimento di 1000 operatori provenienti da 9 continenti che, per la sezione Screening, ha sviluppato 350 incontri tra autori e potenziali committenti mentre, per la sezione Pitching, ha ospitato 40 incontri durante i quali gli autori hanno presentato i loro progetti ai decision maker internazionali. L'iniziativa si inserisce tra le attività realizzate in Accordo di Programma per favorire l'internazionalizzazione del sistema economico-produttivo del Lazio ed in particolare della filiera dell'Audiovisivo.

Cartoon

I Castelli Animati - Ed ancora progetti di internazionalizzazione per sostenere l'industria dell'animazione, tradizionale e digitale, attraverso l'implementazione del portale www.cartoonlazio.it e l'incoming internazionale in occasione del Festival “I Castelli Animati”, considerato dall'Unione europea il più importante festival internazionale d'animazione in Italia. Inoltre è prevista la partecipazione al Ficci Frames di Mumbai.

Henri Poincaré:
*“Creatività è unire
elementi esistenti con
connessioni nuove, che
siano utili”.*

Audiovisual production for film

Rome International Film Festival – The fourth festival was used to promote 'Mercato Internazionale del Film di Roma - The Business Street' and 'New Cinema Network - La Fabbrica dei Progetti'. Last time around, these two successful initiatives saw the participation of 449 international buyers and sellers from over 20 countries. The 2006 and 2007 events brought about 15 projects which have now become successful films.

Promotion project in association with UNEFA (the National Union of Film Exporters) – Participation in a number of international events for the industry, such as the Toronto International Film Festival, the MIPCOM trade show in Cannes and the Rome International Film Festival itself in 2009, and in 2010 the European Film Market initiative in Berlin, Hong Kong's Filmart, MIP TV in Cannes, the Cannes International Film Festival and Marché du film, the Toronto International Film Festival and the San Sebastian International Film Festival. The project is being carried out as part of a joint agreement between the Lazio regional authorities and the Italian Ministry for Economic Development, in association with Sviluppo Lazio and ICE – the Italian Institute for Foreign Trade.

Dubai International Film Festival – Participation and presentation of the 'Latin Surprise' DocuFilms at the fifth festival edition, promoting Lazio's production chain for luxury goods.

Environmental and Marine Documentaries – For the third Big Blu – Rome Sea Expo event, a project has been organized to provide international promotion of audiovisual companies linked to marine documentaries. A delegation of 8 international operators was welcomed and there was a workshop entitled 'International Co-operation. Partnership projects and proposals for environmental and cultural documentary products'.

Atelier Farnese – The first Italian-French screenwriting workshop was started up to promote creative interaction between producers, directors, writers and scriptwriters and help new artistic, cultural and production players to emerge. Atelier Farnese is an internationalization project that is part of the scheme to promote Lazio's audiovisual industry. Its aim is to provide structured reflection over various sittings.

Drama

RomaFictionFest – As part of the initiative, which was running for the third time, Industry Week was promoted. This internationalization project involved 1000 operators from 9 continents. In the Screening section there were 350 meetings between writers and potential buyers, while in the Pitching section there were 40 encounters during which writers presented their projects to international decision-makers. This initiative is part of the joint agreement to encourage the internationalization of Lazio's economic and production system and in particular the audiovisual production chain.

Cartoons

I Castelli Animati – More internationalization projects to support the traditional and digital animation industry, through the implementation of the portal www.cartoonlazio.it and the arrival of international visitors for 'I Castelli Animati', which is considered by the European Union to be the most important international animation festival in Italy. The region will also be represented at Ficci Frames in Mumbai.

Henri Poincaré: 'Creativity is uniting existing elements with new connections, as long as they are useful.'

Designer

Clara Tosi Pamphili

Cosa siano il trucco e la pettinatura in un film a volte sfugge ai non addetti ai lavori. Quanto contribuiscano alla riuscita di un lavoro e quanto possano, molto più del Costume, sottolineare il carattere di un personaggio.

Le arcuate sopracciglia di Marlene Dietrich, come la pettinatura da paggio di Javier Bardel in "Non è un paese per vecchi", spiegano molto di più delle battute del film. Una scienza esatta, una professione ma soprattutto un'arte di cui siamo riconosciuti maestri. Così come avviene per le sartorie teatrali e cinematografiche alcuni dei grandi nomi del settore vivono a Roma perché c'è il Cinema. Tra questi due nomi spiccano per la forza della loro collaborazione e il valore delle loro singole esperienze: Aldo Signoretti e Vittorio Sodano.

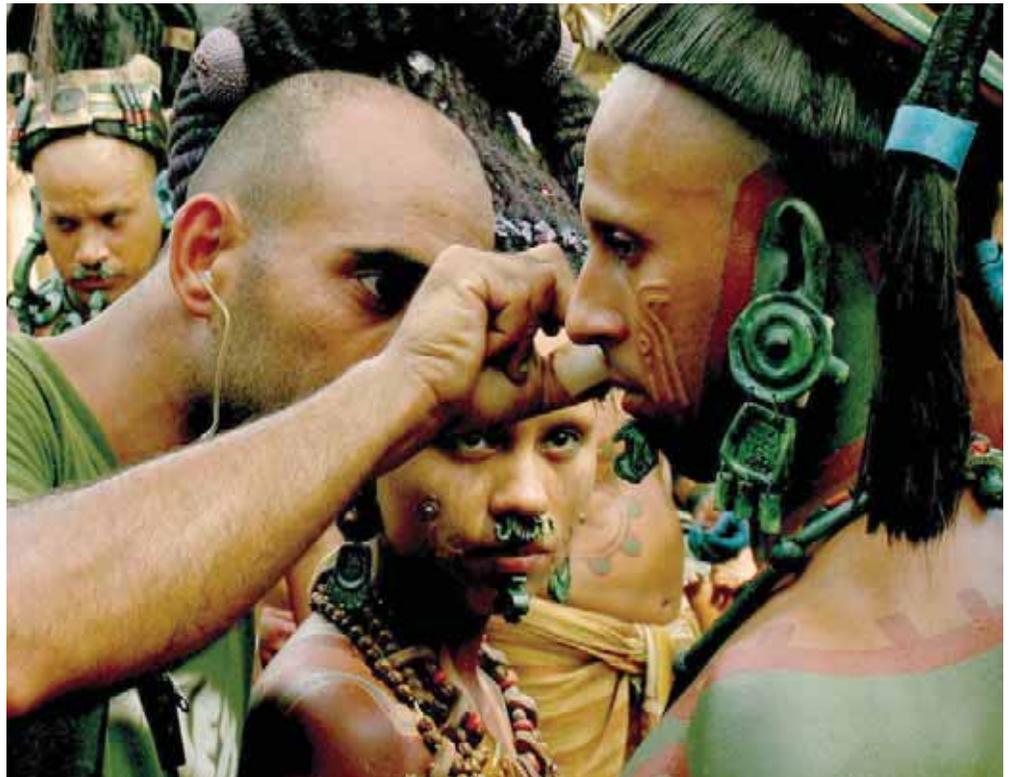
What make-up and hairstyles are to a movie often escapes those not in the field: how they contribute to the success of a film and how, even more than a costume, they can reveal a character's personality. Marlene Dietrich's arched eyebrows and Javier Bardem's pageboy hairstyle in 'No Country for Old Men' explain much more than their movie lines. An exact science, a profession, but above all an art in which we are considered masters. So like in the fields of costume design and cinematography, a few of the sector's big names live in Rome because Cinema is in Rome. Among these names two stand out for the strength of their collaboration and the value of their single experiences: Aldo Signoretti and Vittorio Sodano.



V. Sodano, A. Signoretti e T. Servillo premiati per "Il Divo", David Donatello, 2009 | V. Sodano, A. Signoretti e T. Servillo award-winning for "Il Divo", David Donatello, 2009.

V. Sodano, durante le riprese di Apocalypto, 2006 | V. Sodano during Apocalypto's filming, 2006.

Scene tratte da "Apocalypto" e "Il Divo" | Scenes from "Apocalypto" and "Il Divo".



V. Sodano, Fanny Ardant e | and A. Signoretti.

Aldo Signoretti e Vittorio Sodano

Il progetto del volto | *The face of the project*

Due uomini di cinema che lavorano apparentemente in modo diverso ma che come due architetti sanno esattamente cosa stanno progettando: uno ha bisogno di cercare, guardare, studiare, l'altro cammina mentre pensa, è elegantemente viscontiano, capace di intuire immagini prima che gli altri le vedano.

Aldo Signoretti si è formato con Visconti con cui ha lavorato anche in teatro, con costumisti come Piero Tosi e appartiene a quella categoria di "Signori" del cinema talmente ricchi di esperienza culturale e professionale da poter lavorare a qualsiasi progetto.

Così come Marcello Mastroianni recitava con la stessa maestria per Fellini o per un giovane regista, così Signoretti parla del suo lavoro per Silvana Mangano o per Nicole Kidman con la stessa devozione. I capelli e le parrucche che andassero bene a Fellini, che smontava tutto all'ultimo momento ma aspettava rispettosamente i tempi imposti da Signoretti per fare un buon lavoro, o quelle dei Maya di Apocalypto o i colori cangianti della testa di Satine in Moulin Rouge, sono i segni che caratterizzano un volto.

Il volto di un attore con cui lui deve stabilire un dialogo per creare fino in fondo, trasformando la propria professione in arte. Un'arte riconosciuta, come purtroppo spesso accade, più all'estero che in Italia, una inventiva che stupisce molto gli altri così rigidamente professionisti ma meno noi stessi, forse proprio per colpa di quel dna creativo che ci ha sempre garantito a tutti una capacità innata.

Le teste quasi un'ossessione, un prodotto comunque ideato, disegnato e poi elaborato sul calco del volto, quei capelli sono sempre di qualcuno.

Un confronto con la forma ed una profonda conoscenza dei materiali riporta l'arte al metodo, alla conoscenza e alla produzione. A questo si aggiunge la ricerca dell'artigiano e la necessità di creare macchine come forni o nuovi coloranti che consentano di andare oltre, di produrre qualcosa di nuovo ma che sia vecchio, o di cambiare colore sotto l'effetto delle luci.

Come ogni artista autentico non sa dire esattamente dove inizi il processo creativo, sicuramente dalla sceneggiatura che come un bel libro evoca immagini, fondamentale è la consultazione di quella banca dati che è la memoria ma soprattutto il codice genetico: ricordi più o meno ancestrali





che riportano segni visti anni prima in chissà quale museo o spettacolo, come anche il patrimonio visivo di cui disponiamo noi italiani.

Vittorio Sodano è un giovane artista napoletano che, come ammette anche lui, per esorcizzare un terrore fobico per sangue e ferite ha realizzato cadaveri come quello di BlackDalia per Brian De Palma. È lui che prima di ogni lavoro cerca nella storia, nelle immagini, nei documenti individua strade da seguire per poter realizzare all'interno del suo asettico laboratorio, dove corpi giacciono come su tavoli chirurgici, ferite, ustioni e altri effetti speciali. La sua espressione è diversa da quella di Signoretti è meno onirica, consapevole di dover ancora sperimentare ma comunque capace di raccontare un'epoca così fedelmente come i segni di un trauma. Anche per lui il gesto artistico si ferma davanti alla necessità di saper fare qualcosa che è parte di quell'opera più grande che è il film, quindi il lavoro il sacrificio, le ripetizioni, le prove, i calchi, le ore di lavoro al trucco di ogni giorno e non la sola elaborazione di una maschera. Oltre alle realizzazioni più d'effetto come per



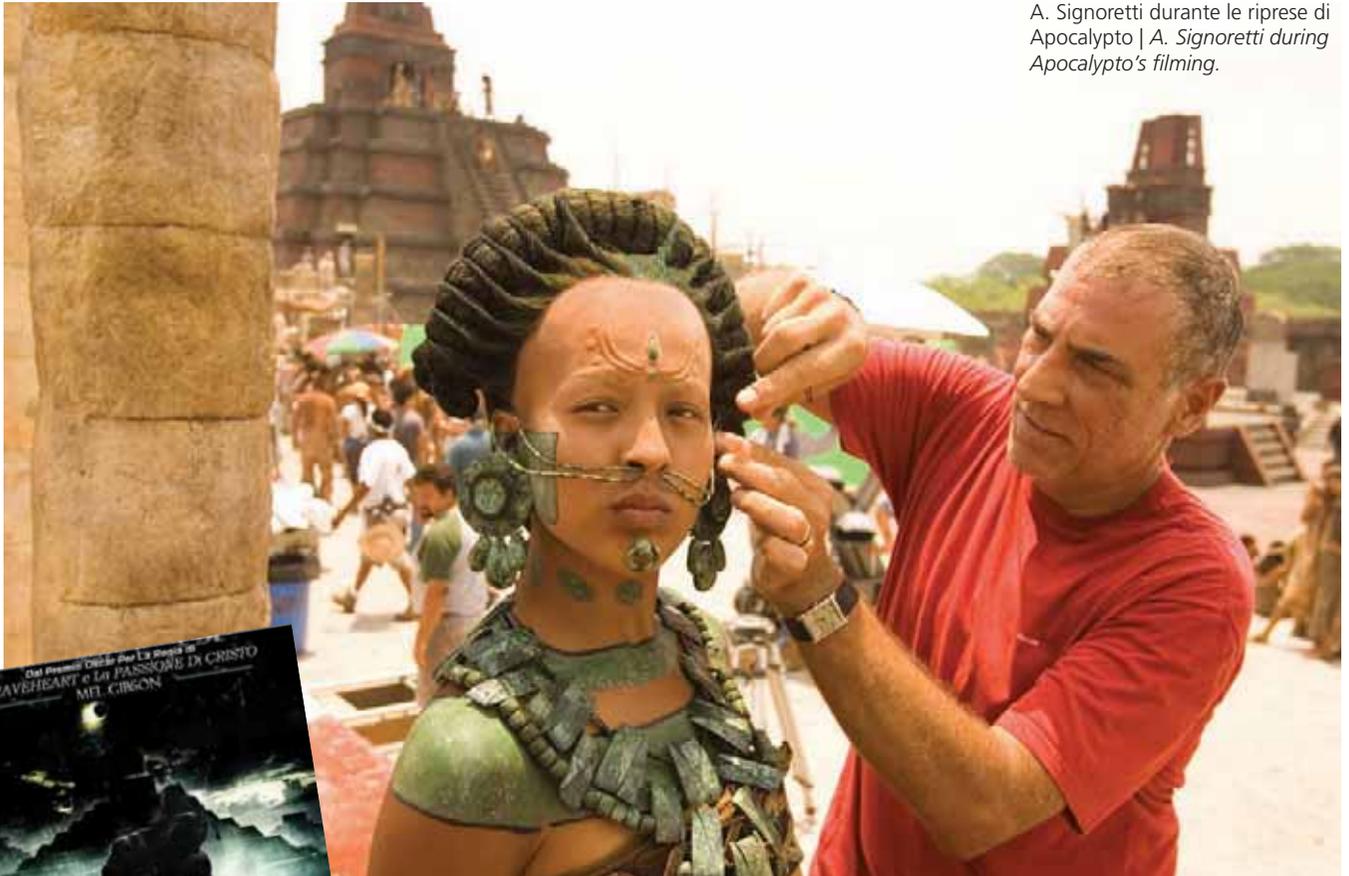
Aldo Signoretti e Nicole Kidman, durante le riprese di "Moulin Rouge", 2001 | Aldo Signoretti and Nicole Kidman during "Moulin Rouge"'s filming, 2001.

"The Black Dahlia", 2006.

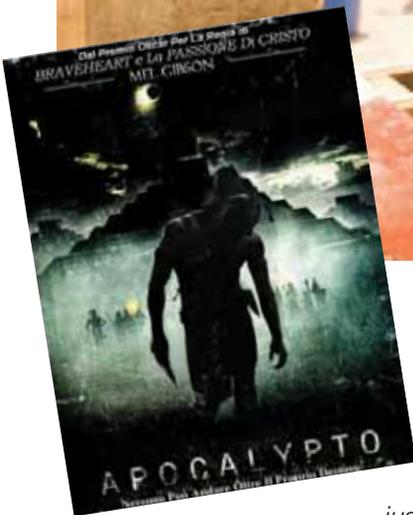
"Apocalypto", 2006.

L'Impero dei lupi o Apocalypto quello della ricostruzione dei volti contemporanei ci sembra il risultato più efficace: Il Capo dei Capi ma soprattutto il Divo sono quadri dove i personaggi hanno un'immagine perfetta per incarnare il racconto. Nonostante la sua passione per registi/disegnatori come Tim Burton o Guillermo del Toro, Sodano dà il meglio di sé su un prodotto domestico, come un grande designer che sa progettare in modo contemporaneo oggetti di uso quotidiano. È difficile per loro descrivere l'esatta procedura di realizzazione, molto si basa sull'esperienza e su quella che loro definiscono la bottega o il laboratorio, il contatto con il maestro. Parliamo di un'espressione artistica e artigianale, di un tocco diverso dalle capacità studiate nelle migliori scuole, frutto della cultura italiana mediterranea. Candidati all'Oscar con Apocalypto, vincitori del David di Donatello con Il Divo, capaci di tradurre con l'esperienza di un antropologo le volontà di un regista americano come Mel Gibson ma anche di assecondare la visione grottesca di Sorrentino senza mai scivolare nella macchietta, hanno appena terminato insieme il Don Giovanni di Carlos Saura.





A. Signoretti durante le riprese di *Apocalypto* | A. Signoretti during *Apocalypto's* filming.



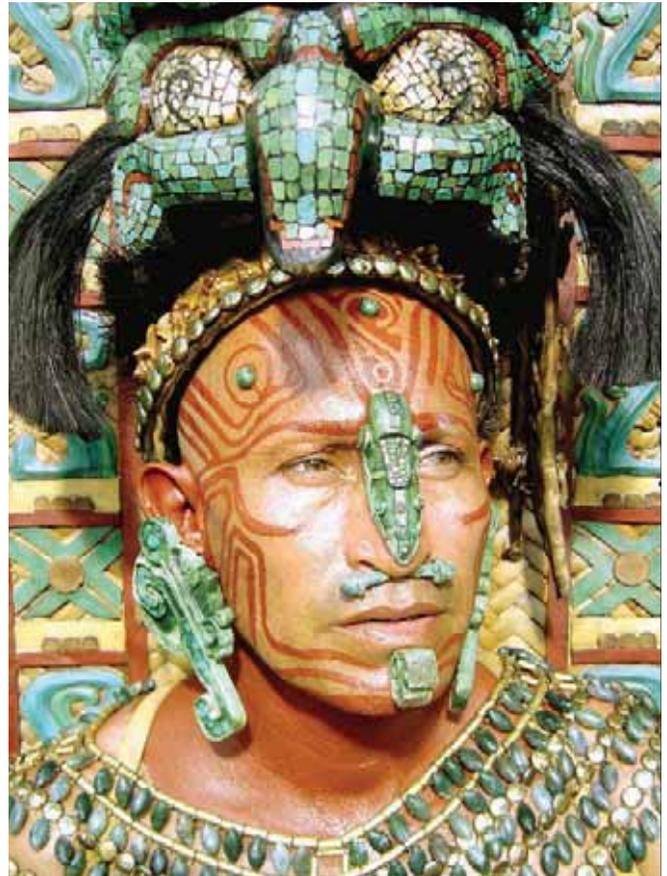
Two men of cinema who seemingly work in different ways but just like two architects they

*know exactly what they are designing: one has a need to search, look, study, while the other walks as he thinks, is elegantly Viscontinian, and able to perceive images before they appear to others. Aldo Signoretti formed himself professionally with Visconti - with whom he worked also in theatre – and with costume designers like Piero Tosi. He is part of that category of ‘Gentlemen’ of cinema so rich with cultural and professional experiences that they are able to work on any project. Just as Marcello Mastroianni performed at the same level for the master Fellini or a young director, Signoretti speaks of his work for Silvana Mangano or Nicole Kidman with the same devotion. The hair and wigs that worked for Fellini (who changed everything at the last minute but respected the time needed by Signoretti to do a good job), or that of the Mayans in *Apocalypto* or the changing colours of Santine’s hair in *Moulin Rouge*,*

are the features that characterise a face. He creates a dialogue to the end with the actor’s face, transforming his profession into an art. An art recognised, as often happens, more abroad than in Italy, which more readily strikes strict professionals rather than ourselves, perhaps by the fault of that creative DNA that has always guaranteed an innate capacity in us all. Heads are almost an obsession, yet nevertheless a conceived, designed, and elaborated product based on the form of the face, the hair always belongs to someone.

A confrontation with the form and a deep understanding of the materials turn art back into method, knowledge and production. To this we add the search for craftsmanship and the need to create machines like ovens or new colourings that allow us to go beyond, to produce something new but that is old, or to change colour under the effect of lights.

Just as every authentic author can’t say where the creative process begins - surely from the screenplay that like a good book evokes images - it is fundamental to consult that database of memory but especially the



genetic code: more or less ancestral memories that bring back things seen years before in who knows which museum or show, and also the visual heritage we Italians have. Vittorio Sodano is a young Neapolitan artist who admits that in order to exorcise his phobic terror of blood and wounds he started creating cadavers like those in Brian de Palma's *The Black Dahlia*. He is the one who before every project searches in history, in images, in documents and identifies the road to follow to create wounds, burns and other special effects on the bodies that lie, as if on surgery tables, in his aseptic laboratory. His expression is different than that of Signoretti and is less dream-like, aware that he still needs to experiment but nevertheless able to faithfully recount the story of an era, like the marks of a trauma. For him, too, the artistic aspect ends before the need to do something that is part of the larger project which is the movie, therefore the work, the sacrifice, the repetitions, the trials, the models, the hours worked everyday on make-up and not just the elaboration of a mask. In addition to the creation of effects for *Empire of the Wolves* or *Apocalypto*, to

us his most convincing result is the reconstruction of modern faces: *'Il Capo dei Capi'* but especially *'Il Divo'* are frames where the characters have a perfect image to embody the story. Notwithstanding his passion for directors/designers like Tim Burton or Guillermo del Toro, Sodano gives his best on a domestic product, like a big designer who knows how to design, in a contemporary fashion, items for everyday use. It is difficult for them to describe the exact creation process, much is based on experience and on that which they define the workshop or the laboratory, the contact with the shop master. We are talking about an artistic and artesanal expression different from that studied in the best of schools. It is an expression that is the fruit of Italian Mediterranean culture. Oscar nominees with *Apocalypto*, winners of the David di Donatello with *Il Divo*, capable of translating with the ability of an anthropologist the will of an American director like Mel Gibson but also of complying with the grotesque vision of Sorrentino without falling into the trap of the burlesque, they have just together completed Carlos Saura's *Don Giovanni*.

Felice Ragazzo

Il design dei sogni

Designing dreams

In senso stretto, design e sogni, parrebbero incompatibili. Consacrato all'arte del possibile, hic et nunc, il primo; imponderabile e voluttuoso patrimonio dell'inconscio, i secondi! Senonché, la realtà si mostra piena di sfaccettature, talora controverse. In effetti, come non leggere nell'oggetto industrialmente prodotto, e dal marketing di successo, tutta quella carica simbolica che ne dissolve la materia in un'aura immaginifica? E, parallelamente, come non pesare tutta la materialità insita nel soddisfacimento nella sfera del concreto di quella nebulosa di desideri, aspirazioni, pulsioni irrazionali, introiezioni recondite, proiezioni emotive, sogni appunto, che aleggia nella traballante psiche di noi esseri viventi e coscienti? Insomma, è proprio qui che, alla fin fine, occorre venire a parare per delineare uno scenario sugli stereotipi di «video», «animazione», «audio», e così via, veicolati da cinema, TV, web. Perlustriamo, allora, questa «fabbrica» dell'immaginario in cui l'illusione non è imbroglio e l'inganno è gioiosa essenza della finzione, tenendo la barra sugli aspetti professionali tra Roma e Lazio.

Più che una qualificata location, il luogo suggerisce l'idea di un «progetto» a lunga gittata, resistente alle evoluzioni sociali e che, anzi, si rinnova continuamente. Il termine «fabbrica» non è casuale, evoca l'idea di opificio in cui si isola e concentra una funzione di lavoro. Si ha proprio questa sensazione, per esempio, se si bordeggia il muro di cinta di Cinecittà, lungo Via di Torre Spaccata. La stessa cosa vale per gli ex stabilimenti De Paolis su Via Tiburtina. Un look un po' più aggiornato lo danno gli stabilimenti della ex Dear, tra Via Nomentana e Via Romagnoli, ora operativa sede RAI. L'idea di fabbrica evoluta, a ridosso di Roma, è data pure dal centro Dinocittà di Castel Romano. Incarnano invece l'impronta di aggiornato Centro Direzionale, e in effetti lo sono anche, gli stabilimenti RAI di Saxa Rubra. Insomma, se i primi esempi alludono all'idea della ferriera che si trasfigura nella ribalta o nel teatro di posa, questi ultimi inclinano verso l'astratto building in cui si pratica il dominio dell'etere. La fisicità di questo micro-report serve a mettere in chiara luce quanto di spessore operativo, al di là della creatività spettacolarizzante, ci

sia dietro la scena e lo schermo. Serve anche a delineare, per sommi capi, la fisionomia di un effettivo distretto produttivo, popolato di gente in carne ed ossa. Come si sa, in un contesto di tal tipo si sviluppano dinamiche relazionali, economiche, tecnologiche, umane e così via. Soprattutto, si sviluppano fenomeni euristici cognitivi, non agevolmente computabili, che una cerchia di attuali economisti definiscono "economia della conoscenza". Qui, tale fenomeno si appalesa più che mai, nel senso che, sia in seno alle grandi strutture dette prima, sia nelle imprese più piccole e poi tra operatori individuali, è altissimo il livello di intelligenza elaborativa profuso in ogni ganglio di attività.

Poiché in questa sede è significativo l'impatto del design, merita vedere in che cosa ciò consista. In effetti, quando negli anni '50 Cinecittà e De Paolis ospitavano intense attività produttive, più che di design, si dovrebbe parlare di ruolo ancillare dell'arte. Lo scultore d'avanguardia Edgardo Mannucci (sodale, tra l'altro, di Ettore Colla e Alberto Burri), per esempio, a periodi intermittenti si recava a Cinecittà per modellare sculture sceniche finalizzate a film del genere "Peplo", con gesso, murali di legno e mantelli di iuta. Questa sua competitiva tecnica ha una curiosa affinità rispetto a quella digitalizzata per realizzare i characters delle attuali video animazioni, dove si articola uno scheletro mobile (rigging) vestito di pelle stirabile (skinning) e che nell'evoluzione più recente raggruppa queste due nel motion-traker. Questa nuova forma creativa, più che nell'arte, ben gravita nella sfera del design, come stanno a dimostrare recenti Tesi di Laurea (Gian Mario Ortu, diid 28_07). Contraddice un po' questa asserzione l'attività di Fabio Massimo Iaquone, regista, video-artista, fondatore del concetto di "DVT" (Digital Video Theatre).

Questa pragmatica mistura tra, perseveranza creativa, voglia di stupire, innovazione tecnologica, linguaggio digitale, intraprendenza economica e così via, ha favorito l'ascesa di grandi celebrità. Un nome esemplare nel settore cinematografico è quello di Carlo Rambaldi: maestro della «meccanotronics», vari premi Oscar... Il cinema presenta altri interessanti aspetti. Sebastian Schadhauser, tedesco, ma italiano di adozione,

cofondatore a Roma, insieme a Italo Spinelli, del festival "Asiaticafilmmediale", sostiene due cose interessanti. Una di queste concerne l'alta eccellenza raggiunta da specialisti romani (insieme a realtà francesi) nel restaurare e (in alcuni casi) riversare in digitale film classici, tra cui quelli di Roberto Rossellini e Federico Fellini. Un'altra cosa spiccata consiste nel fatto che ora anche Roma è competitiva nella post-produzione digitale, mettendosi alla pari con realtà danesi, sempre ritenute le migliori. Un campo precipuo della comunicazione audio-visuale è quello che fa riferimento a scienza e cultura. La figura di Roberto Creton, fondatore e titolare di Kaleidos, riveste a questo riguardo una significativa importanza, anche per l'accuratezza in termini di visual e graphic design delle sue elaborazioni. Sono numerose le Soprintendenze, i Comuni, le Grandi Aziende, che hanno impegnato questo autore, oltre, beninteso, al Ministero dei Beni Culturali stesso, come per esempio è accaduto di recente in occasione del "Beijing world art museum".

In questo segmento di micro o piccole imprese è significativo osservare il carattere plastico di competenze, appartenenze, collaborazioni e così via. Per esempio, Gianluca e Corrado Rizzo, fondatori e titolari di Proxima, una società in fortissima ascesa e di altissima eccellenza nel campo degli effetti speciali e della post-produzione, prima operavano insieme alla Kaleidos.

Diamo infine uno sguardo al settore delle televisioni. Se per la comunicazione audio-visuale i grandi bacini di riferimento sono le Grandi Agenzie nazionali (Telecom, Enel, Ferrovie dello Stato, etc.) o le grandi banche, nel settore televisivo i numeri sono fatti da RAI e Mediaset, e in piccolo da La 7. Cosa succede per la miriade di televisioni locali? Anche qui si registra un retaggio di grande fervore creativo, ora però minacciato da una situazione meno favorevole, anche per le ragioni riportate appena sopra.

Beatrice Notargiacomo, architetto, image manager della storica televisione musicale romana "Magic TV" (non più attiva da agosto 2008), sottolinea con rammarico il fatto che la crisi economica e le ristrutturazioni in atto stiano fiaccando quel generoso ruolo di incubatore portato avanti da queste imprese TV, con riflessi non proprio desiderabili sui «sogni» di chi aspira a creare movies e fare video-design.

Abbasanta (OR) Centro culturale, realizzazione e installazione del filmato "...Passavamo sulla terra leggeri..." | Abbasanta (OR) cultural centre, filming and installation of the film '... Passavamo sulla terra leggeri...'

Cinecittà.

Iaquone Attili Studio, spettacolo "Visioni", 2009 | "Visioni" show, 2009.



Strictly speaking, design and dreams might seem incompatible. Design is dedicated to the art of the possible, to the here and now; while dreams are the imponderable and sensual heritage of the unconscious! However, reality has many — sometimes controversial — facets. Indeed, in industrially manufactured products and in successful marketing, we can't ignore all the symbolism that dissolves matter in an imaginative aura. And, similarly, we can't avoid weighing all the materiality inherent in concretely satisfying that nebula of desires, aspirations, irrational urges, hidden introjections, emotional projections, in a word, dreams, that waft through our wavering psyche, as living and conscious beings. All things considered, it's here that we need to look if we are to outline a scenario about the stereotypes of 'video', 'animation', 'audio', and so on, transmitted by cinema, TV and the Web.

So, let's explore this 'factory' of the imaginary where illusion isn't cheating and deception is the joyous essence of fakery, focussing on the professional aspects located in Rome and in the Lazio region.

More than a specific location, the spot suggests the idea of a long-range 'project', one that resists social change and, instead, continually renews itself. I use the word 'factory' intentionally, because it evokes the idea of manufacturing with an isolated and concentrated labour function. We get this very impression, for example, if we stroll along the enclosing walls of Cinecittà, on Via di Torre Spaccata, or past the former De Paolis buildings on Via Tiburtina. The former Dear buildings, between Via Nomentana and Via Romegnoli, are a bit more modern, and now house RAI's operations. Near Rome, the Dinocittà centre at Castel Romano gives the idea of an evolved factory. The RAI works at Saxa Rubra, on the other hand, incarnate the imprint of an updated Administrative Centre, which indeed, they are. In short, while the first examples are reminiscent of the idea of an ironworks that is transfigured in the forestage or in the studio, the latter incline towards an abstract building in which mastery of the airwaves is practiced. The physicality of this micro-report serves to highlight how much operative depth there is behind the scenes, beyond

spectacular creativity. It also serves to give a rough outline of the physiognomy of a true productive area, inhabited by real flesh-and-blood people.

We all know that in this type of context, relational, economical, technological and human dynamics are developed. But above all, heuristic and cognitive phenomena are developed, which cannot be easily computed, and which a group of current economists defines as the 'knowledge economy'.

Here, this phenomenon is even more in evidence, in that, both in the heart of the former major structures, and in smaller companies and individuals, the level of elaborative intelligence is high and abundant in every nerve of activity.

Since in this case, the impact of design is significant, it is worthwhile examining what it consists of. Indeed, when, in the Fifties, Cinecittà and De Paolis were the hub of intense production, more than design, we should speak of the ancillary role of art. The avant-garde sculptor Edgardo Mannucci (companion of Ettore Colla and Alberto Burri), for example, would occasionally go to Cinecittà to model sculptures for the sets of 'sword-and-sandal' films, using plaster, wooden murals and jute capes. His competitive technique has a curious affinity with the digital techniques used today to create characters in animated videos, where a mobile skeleton (rigging) is dressed in stretchy skin (skinning) and are brought together in more recent evolutions with the motion-tracker. More than in art, this new creative form gravitates in the sphere of design, as demonstrated by recent theses (Gian Mario Ortu, diid 28_07). However, this assertion is contradicted a bit by Fabio Massimo laquone's activity as director, video-artist, and founder of the 'DVT' concept (Digital Video Theatre).

This pragmatic mix of creative perseverance, the desire to surprise, technological innovation, digital language, economic entrepreneurship, etc. has favoured the ascension of major celebrities.

One exemplary name in the film sector is Carlo Rambaldi, the master of 'mechanotronics', who has several Oscars to his credit. Cinema also has other interesting aspects. Sebastian Schadhauer (German by birth but

Italian by adoption) and Italo Spinelli cofounded the 'AsiaticaFilmMediale' festival in Rome, demonstrating two interesting things. One is the high level of excellence attained by Roman specialists (along with French specialists) in restoring and (in some cases) converting classic films into digital format, including classics by Roberto Rossellini and Federico Fellini.

Another unmistakable thing is that Rome has now become competitive in digital post-production, on par with Danish firms, which have always been considered the best.

A major field in audio-visual communication is that related to science and culture. Roberto Creton, founder and owner of Kaleidos, is especially important in this regard, for the accuracy of his visual and graphic designs. Many government offices, municipalities and major corporations have called on this author, as has, naturally, the Ministry of Cultural Heritage itself, including recently for the 'Beijing World Art Museum'.

Within this segment of micro-firms and small businesses, it is significant to observe the plasticity of the skills, memberships, collaborations, etc.

For example, Gianluca and Corrado Rizzo, the founders and owners of Proxima, a rapidly growing and exceptional special effects and post-production company, used to work for Kaleidos.

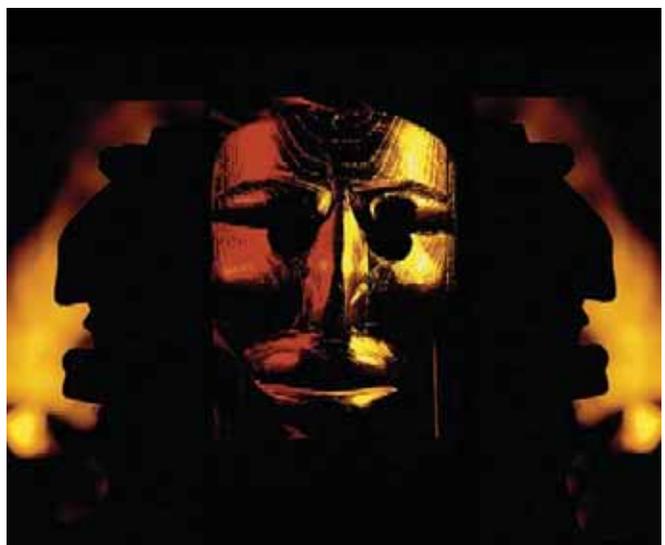
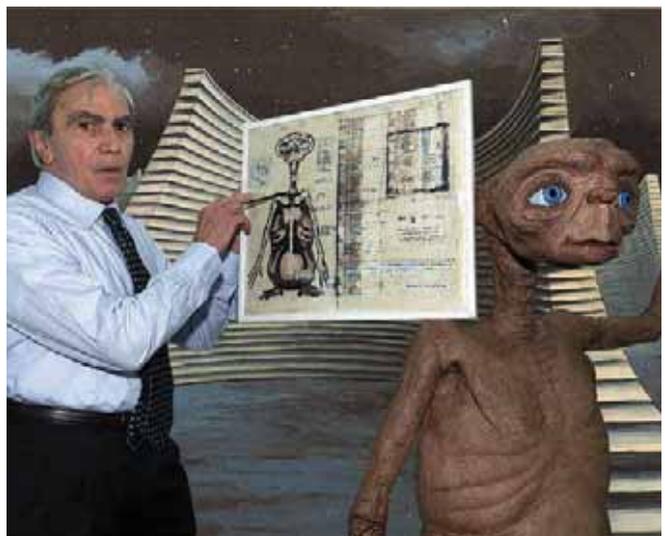
Finally, let's take a look at the Italian television sector. While, in audiovisual communication, major references are large national companies (Telecom, Enel, Ferrovie dello Stato, etc.) or large banks, in the television sector, they are basically RAI and Mediaset, and less importantly La 7. But what about the myriad local television stations? Here too, a highly creative network is being woven, although it is being threatened by a less favourable situation, also for the reasons mentioned above.

Beatrice Notargiacomo, an architect, and the image manager of the historic Roman musical television station 'Magic TV' (no longer active since August 2008), bitterly explains that restructurings and the recession have been weakening that generous role of incubator these TV firms played, dashing the 'dreams' of those who aspire to create movies and video design.

Magic TV.

Carlo Rambaldi con | with E.T. l'extra-terrestre.

Museo della Maschera Mediterranea Mamoiada, Nuoro, Multimediale a 3 schermi sulla processione carnevalesca dei Mamuthones | Museo della Maschera Mediterranea Mamoiada, Nuoro, Three-screen multimedia presentation on the Carnival procession of the Mamuthones.





Nicola Sganga

nico@visiondigital.it

Inizia la sua carriera in postproduzione cinematografica presso Proxima. Supervisore 3D, con all'attivo più di trenta film e 3DArtist Senior al film *Romanzo Criminale*, premiato con il David di Donatello 2006, è attualmente impegnato presso la Vision Digital. Professore universitario presso la Facoltà di Architettura "Valle Giulia", e professore al Master dell'INARCH, istituto nazionale di architettura, garantisce un legame tra professione e insegnamento, applicando le tecniche cinematografiche alla rappresentazione architettonica.

*Nicola Sganga began his career in film postproduction as 3D supervisor at Proxima, with over 30 films to his credit, and as 3D senior artist for the film *Romanzo Criminale*, which won the David di Donatello award in 2006. He currently works at Vision Digital. He is a professor at the 'Valle Giulia' faculty of architecture at the University of Rome, and professor of the master's programme at INARCH national institute of architecture, guaranteeing a link between the profession and teaching, and applying film techniques to architecture.*

Rodolfo Migliari

www.visiondigital.it

Attualmente impegnato presso la Vision Digital come supervisore agli effetti visivi, è esperto in previsualizzazione architettonico-scenografica e tecnologie real-time applicate al progetto. Nel 2006 è supervisore agli effetti visivi in *Fascisti su Marte* di C. Guzzanti. Nel 2007, in occasione del Festival del Cinema di Roma, nella sezione corti, ottiene una Menzione della giuria per le migliori scenografie digitali. Dal 2006 al 2008 è stato professore a contratto di 3D e compositing presso la Facoltà di Architettura "Valle Giulia".

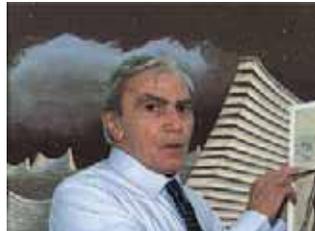
*Currently working at Vision Digital as visual effects supervisor, Rodolfo Migliari is an expert in architectural set design pre-visualisation and real-time technologies applied to projects. In 2006, he was visual effects supervisor for *Fascisti su Marte* by C. Guzzanti. In 2007, at the Rome Film Festival, he received a jury's mention for the best digital set design in the short films section. From 2006 to 2008, he was a short-term 3D and compositing lecturer at the 'Valle Giulia' faculty of architecture at the University of Rome.*

Iaquone Attili Studio

www.iaquoneattili.com

"La tecnologia è per noi lo strumento che ci permette di visualizzare le nostre sensazioni. Fuori da tutti i rumori, oltre tutti i rumori. La semplicità e la complessità del mondo reale, i paesaggi uguali e sempre diversi, le città, i viaggi, i colori e le forme, le grandi nostalgie, le giornate che si aprono e si chiudono, l'erudizione della nostra sensibilità, i corpi, il movimento, la poesia dei gesti e i flussi della logica, la velocità, la gioia." (F.P.)

'Technology is the tool which allows us to picture our feelings. Outside all the noises, besides all the noises. The simplicity and complexity of the real world, the landscapes always the same and different at the same time, cities, travels, colours and shapes, great nostalgias, days starting and ending, the education of our sensitivity, bodies, movements, the poetry of gestures and the streams of logics, speed, joy'.



Marco Quintavalle

www.quint-essenza.com

Direttore creativo di Vianet dal 2006, Marco Quintavalle è laureato in Economia e Commercio e diplomato in Digital Design presso lo IED. È stato direttore creativo in Phorma Studio e art director in Micron-Asa, Corip, Bitmap, Vertigo e Studio Leonirossi. Ha al suo attivo moltissimi lavori per clienti nazionali e internazionali e numerosi riconoscimenti in Italia e all'estero, tra i quali spiccano: il "Flash Film Festival" di San Francisco per il cortometraggio "Max & Isa" e due premi (oro e bronzo) presso l'Art Directors Club Italia, sezione Web Design.

ViaNet creative director since 2006, Marco Quintavalle is graduated in Economics and he has a degree in Digital Design at the IED. He was creative director and art director in Phorma Studio in Micron-Asa, Coripe, Bitmap, Vertigo and Studio Leonirossi. He has a lot of work for national and international customers and numerous awards in Italy and abroad, among which: the "Flash Film Festival" in San Francisco for the short film "Max & Isa" and two awards (gold and bronze) at the Art Directors Club Italy Section Web Design.

Carlo Rambaldi

Carlo Rambaldi è noto a livello internazionale per le sue opere in campo cinematografico e degli effetti speciali. Ha vinto l'Oscar per i migliori effetti speciali per ben tre volte: il primo arriva con il film King Kong del 1976, per il quale crea un pupazzo di 12 metri, il cui volto era in grado di esprimere le più comuni emozioni; successivamente nel 1979 per Alien contribuisce all'ideazione della creatura aliena divenuta poi celebre e nel 1982 crea il suo capolavoro, commuovendo il mondo intero con E.T. l'extra-terrestre di Steven Spielberg. (F.P.)

Carlo Rambaldi is famous worldwide for his works in the field of films and special effects. He was awarded three Academy Awards for the Best Special Effects: the first on the occasion of the film 'King Kong', in 1976, for which he built a 40-foot mechanical dummy whose face could show the most common feelings; later on, in 1979, for the film 'Alien', he contributed to the creation of the would-be famous alien creature and in 1982 he created his masterpiece, moving the whole world with 'E.T. The Extraterrestrial', directed by Steven Spielberg.

Dante Ferretti

Classe '43, Ferretti si impone fin dal suo esordio come autentico genio della scenografia. Trasferitosi a Roma lavora come assistente scenografo finché, nel '69, firma "Medea". In seguito lavora con importanti registi italiani come Comencini, Scola e Zeffirelli. Particolarmente fortunato il sodalizio con Fellini durato 5 film, da "Prova d'orchestra" a "La voce della luna". Verso la metà degli anni '80, Ferretti approda ad Hollywood, periodo in cui ottiene diverse nomination all'Oscar e ben due vittorie: prima con "The Aviator", poi con "Sweeney Todd: Il diabolico barbiere di Fleet Street". (S.P)

Born in 1943, Dante Ferretti imposed himself as a true genius of art direction right from day one. After moving to Rome, he worked as an assistant art director until Medea in 1969. Subsequently, he worked with major Italian directors like Comencini, Scola and Zeffirelli. His association with Fellini lasted five films, from Orchestra Rehearsal to The Voice of the Moon. In the mid-Eighties, Ferretti headed to Hollywood, where he was nominated for several Oscars, winning two: first with The Aviator, then with Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street.

Gianni Quaranta

Scenografo, Arsìe 1943. Premio Oscar per Camera con Vista, nel 1987. Ha lavorato con i migliori registi cinematografici, teatrali e televisivi del mondo, da Francesca Archibugi, Franco Zeffirelli, Gerard Corbiau e James Ivory. È direttore dell'Accademia Italiana, scuola per costumisti e scenografi, e designer con sedi a Firenze e Roma.

Production designer, born in Arsìe in 1943. Oscar winner for Set Decoration for "A Room With a View" in 1987. He has worked with the world's best film, theatre, and television directors, including Francesca Archibugi, Franco Zeffirelli, Gerard Corbiau, and James Ivory. He is the director of the Accademia Italiana, a school for costume, set, and production designers with seats in Florence and Rome.



Piero Tosi

Allievo di Ottone Rosai, inizia la sua professione di costumista per il cinema nel 1950, con *Bellissima*, film interpretato da Anna Magnani. Tra i registi con cui ha collaborato Visconti, Bolognini, Risi, Comencini, Monicelli, De Sica, Pietrangeli, Pasolini e Zeffirelli. Nella sua carriera ha ottenuto 5 nominations ai Premi Oscar, 2 premi BAFTA, 3 David di Donatello e 8 Nastri d'argento per i migliori costumi. Oggi si dedica all'insegnamento presso il Centro Sperimentale di Cinematografia di Roma. (I.C.)

Tosi was a pupil of Ottone Rosai and started to work as a costume designer in 1950 in the film 'Bellissima', featuring Anna Magnani. Visconti, Bolognini, Risi, Comencini, Monicelli, De Sica, Pietrangeli, Pasolini and Zeffirelli are some of the directors with whom he collaborated. During his career, he got five nominations for Academy Awards, won two BAFTA awards, three 'David di Donatello' awards and eight 'Nastri d'Argento' (Silver Ribbons) awards for the best costume design. Today he teaches at the Centro Sperimentale di Cinematografia in Rome.



Gianna Gissi

g.gissi@mclink.it

Costumista, Pola 1943. Si diploma a Roma al Liceo Artistico di Ripetta, e prosegue gli studi all'Accademia di Costume e Moda di Roma, diplomandosi a pieni voti. Inizia la sua carriera firmando alcuni importanti sceneggiati televisivi degli anni '70 per B. Fenoglio, B. Benfatti, D. D'Anza, e varie commedie ed opere in prosa per la regia di Ferrero, Lodovici, Ripandel. Ha vinto numerosi premi tra cui due volte il "David di Donatello".

Born at Pola in 1943, she is a costume designer. She has obtained a certificate from the Artistic High School in Via Ripetta in Rome and went on studying at the Academy of Costume and Fashion in Rome, where she got full marks for her diploma. She has started her career signing some important dramatizations of the Seventies for B. Fenoglio, B. Benfatti, D. D'Anza, as well as several comedies and prose works under the direction of Ferrero, Lodovici, Ripandel. She has won several awards, among which the "David di Donatello" twice.



Luigi Marchione

videoazzurro@yahoo.it

Scenografo. Si diploma al Liceo Artistico e successivamente consegue il Diploma di Laurea presso l'Accademia di Belle Arti. Inizia come scenografo nel 1987 e lavora in numerosissimi film e opere teatrali. Tra gli ultimi film che ha curato nel 2006 c'è "Commedia sexy" di A. D'Alatri. Ha vinto numerosi premi tra cui due volte il "David di Donatello" nel 2002 per la scenografia di "Il Mestiere delle Armi" e nel 2004 per la scenografia di "Cantando dietro i paraventi".

Set Designer. He has obtained a certificate at the Artistic High School in Rome and then got his degree at the Academy of Fine Arts. He started working as set designer in 1987 and has worked in many films and theatre shows. Among the latest films he worked for in 2006, there is "Commedia sexy" by A. D'Alatri. He has won numerous awards, among which the "David di Donatello" twice: in 2002 for the designs of "Il Mestiere delle Armi" and in 2004 for the design of "Cantando dietro i paraventi".



Graziella Pera

info@graziellapera.it

Architetto, scenografo, costumista e fashion designer. Si laurea in architettura ed inizia la sua carriera come scenografa e costumista. Nel 1992 crea la griffe Grace Pear e realizza capi di alta moda e numerose sfilate. È vicepresidente del Premio Cinears "La chioma di Berenice", insegna all'università di Palermo nel corso sperimentale "Progettista di moda". Ha collaborato con lo IED di Roma tenendo un master sulla TV. Ha vinto il premio qualità per "Ricominco da tre" di M. Troisi.

Architect, set, costume and fashion designer. She has obtained a degree in architecture and started her career as set and costume designer. In 1992 she created the brand Grace Pear for high fashion garments, organizing various fashion shows. She is the vice president of "La chioma di Berenice" Award and teaches at the University in Palermo in the experimental course "Fashion Planner". She also worked for the IED in Rome, holding a master course on television. She was presented with the quality award for the film "Ricominco da tre" by M. Troisi.

Gaetano Castelli

www.gaetanocastelli.com

Scenografo, Roma 1938. Artista di fama europea, lavora alla Rai dalla fine degli anni Sessanta. Ha collaborato a lungo con Antonello Falqui, il padre della rivista televisiva italiana, ed ha realizzato le scenografie di molti Festival di Sanremo. Particolarmente attento alla sintesi tra colori e grafica, ha spesso adottato soluzioni e materiali all'avanguardia per la realizzazione dei suoi lavori. Docente di scenografia all'Accademia di Belle Arti di Roma, dove si era diplomato, è oggi Presidente della stessa.

Born in Rome, he is a set designer. Artist of European renown, he has been working in Rai since the end of the Sixties. He worked for a long time with Antonello Falqui, the father of the Italian television revue, and has prepared the stage designs for many Sanremo Festivals. Particularly careful about the synthesis between colours and graphics, he has often adopted state-of-the-art solutions and materials for the carrying out of his works. He obtained his degree from the Academy of Fine Arts in Rome and today he both chairs it and teaches in it.

Alida Cappellini e Giovanni Licheri

www.cappellinilicheri.com

Alida Cappellini, Roma 1943, scenografa e Giovanni Licheri, Roma 1950, architetto, formano la coppia di scenografi e costumisti che ha firmato molte trasmissioni Rai di successo tra le quali Indietro Tutta, Domenica In e I Cervelloni. Dopo una carriera condotta in altri settori dello Spettacolo, hanno incontrato Renzo Arbore, che ha contribuito al loro successo di scenografi televisivi. Con lo showman pugliese, hanno fondato un'azienda di arredamento la Miami Swing.

Alida Cappellini - a set designer, born in Rome in 1943 - together with Giovanni Licheri - architect, born in Rome in 1950 - form the couple of set and costume designers who have signed many successful Rai broadcasts, among which Indietro Tutta, Domenica In and I Cervelloni. After developing their career in other show business fields (, they met Enzo Arbore, who has contributed to their success as television set designers. With the showman from Apulia, they have created a furniture company called Miami Swing.

Fabrizio D'Agnano

www.totemsub.it

L'esperienza videografica di Fabrizio D'Agnano inizia nel 1999 con la fondazione della Totemsub per la produzione di fucili subacquei in legno. Il preferenziale punto di vista di pescatore in apnea e l'interesse per la conoscenza dell'ambiente marino, lo portano a dedicarsi allo studio ed alla divulgazione di inediti contenuti di biologia ed etologia marina in relazione all'uomo. I suoi cortometraggi, particolarmente apprezzati da un pubblico eterogeneo, sono attualmente in programmazione su SKY nel canale Caccia Pesca. (A.L.C.)

The video-graphic adventure of Fabrizio D'Agnano started in 1999 when he established Totemsub, a company building crafted wooden spearguns. His privileged point of view as a spearfisher and his interest to discover the sea world have pushed him to research and publish unpublished works of marine biology and ethology in relation to man. His short films, which are especially appreciated by a heterogeneous audience, are now shown on the Italian Sky channel 'Caccia e Pesca' (Hunting and Fishing).

Focus

Vision

Cinema senza confini | *Beyond the movies borders*

Emanuele Cucuzza Fondata nel 2006 da Nicola Sganga e Rodolfo Migliari, già professionisti operanti nel settore, Vision (www.visiondigital.it) è una società specializzata in effetti visivi, i cosiddetti visual effect o vfx, nient'altro che la versione digitale degli sfx (o special effects) analogici. Sia Sganga, che risponde alle nostre domande, che Migliari provengono dal mondo dell'architettura, ma la loro amicizia nasce sui set cinematografici, una vera passione per entrambi. L'idea di fondere le proprie professionalità in una nuova società nasce su consiglio di Massimo Contini, fondatore della società di postproduzione Grande Mela. È proprio lui, infatti, il primo a dar loro fiducia nel 2006 in qualità di supervisore alla postproduzione del film "Fascisti su Marte" di Corrado Guzzanti. Otto persone fisse e altri sette free lance si ritrovano così a lavorare e dormire negli uffici di Vision per un mese intenso. Quel primo incarico, però, li porta già alla prima candidatura per il David di Donatello, un traguardo poi conquistato nel 2009 con il film "Il Divo" di Paolo Sorrentino. Da allora Vision deve molto anche al celebre direttore della fotografia Luca Bigazzi con il quale spesso collabora.





E.C.: Il vostro primo importante riconoscimento è arrivato per un film che apparentemente non sembra aver avuto bisogno dei vostri servizi, il che è decisamente la migliore conferma delle vostre capacità...

N.S.: "Ne "Il Divo" siamo intervenuti in un centinaio di shot e, come dici tu, la cosa che ci rende più felici è che pochi se ne siano accorti. L'intervento in realtà nasce molto prima che le scansioni del girato arrivino sui nostri server; gli effetti visivi richiedono una progettazione che inizia in preproduzione. In questa fase il regista ed il direttore della fotografia individuano le situazioni che, per limiti fisici, economici e/o temporali non possono essere realizzate "in camera". Discutono quindi con noi la possibilità di intervenire sulla ripresa con gli strumenti digitali. Ad esempio nella sceneggiatura di Paolo Sorrentino si parla di un colloquio fra Andreotti e Gorbaciov in una dacia russa d'inverno. Gli esterni sono, però, quelli della Val d'Aosta ad agosto: ai visual effect il compito di cambiare la stagione e il luogo. Nulla di diverso rispetto al modus operandi dei nostri predecessori analogici che dipingevano l'estensione della scena su lastre di vetro posizionate davanti alla camera... Il vetro ed il pennello sono ora rimpiazzati da monitor e tavoletta, ma l'unica vera rivoluzione apportata dal digitale è il controllo degli elementi dinamici. Un esempio in tal senso è quello di un'altra scena, quella in cui un suicida si lancia dall'ultimo piano di un palazzo e, a seguito di un volo di trenta metri, si schianta contro la camera. Decisamente troppo anche per lo stuntman più coraggioso, ma roba da poco per un attore virtuale cui tutto è concesso nell'arco della sua breve vita di circa 150 fotogrammi. Sempre digitale era anche la scritta sul muro di via del Corso, per la quale i permessi per utilizzare vernici lavabili non arrivavano mai... Inoltre abbiamo portato gli esterni notturni ad albe grazie ad un environment digitale e ad una ricostruzione delle quinte architettoniche, laddove i palazzi filmati si fondevano con la notte."

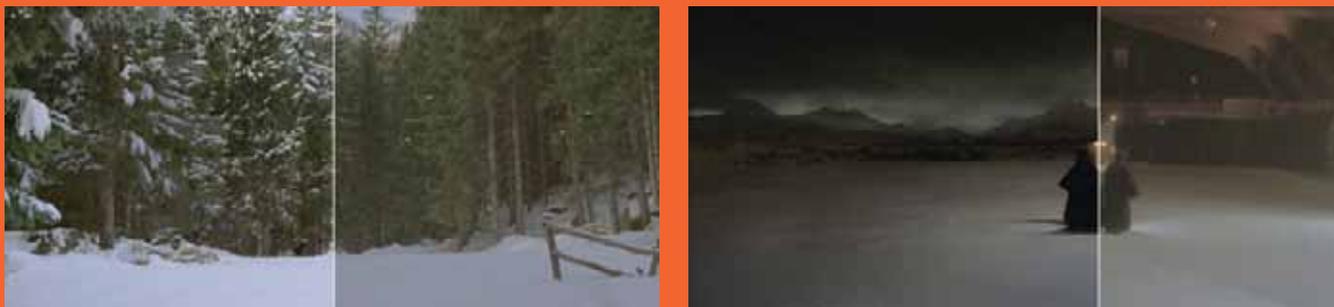
Scene tratte da "Il Divo" di Paolo Sorrentino, Indigo Film |
Scenes from "Il Divo" of Paolo Sorrentino, Indigo Film.

E.C.: Quali sono i motivi principali per cui vengono richiesti i vostri servizi?

N. S.: "Generalmente il nostro aiuto viene richiesto in due direzioni: una artistica ed una tecnica. Spesso risolviamo problemi legati a permessi o alla pericolosità di alcune scene, integriamo ed amplifichiamo effetti speciali, stabilizziamo riprese e permettiamo l'abbattimento di costi di produzione... ma il nostro impulso più importante è quello creativo."

E.C.: Di quale altro progetto siete più fieri?

N. S.: "Un altro bel lavoro è stato sicuramente quello per "Lezione 21" di Alessandro Baricco... Comunque all'ultima edizione del Festival di Venezia avevamo ben tre film: "Lo spazio bianco" di Francesca Comencini, "La doppia ora" di Giuseppe Capotondi, "Cosmonauta" di Susanna Nicchiarelli, e l'anno scorso abbiamo ricevuto un premio al New York Independent Film Fest come migliore film fantasy per "Il posto vuoto", prodotto e realizzato con Paolo Gaudio."



E.C.: Quali sono i prossimi film in cui vedremo ben mimetizzati i vostri effetti visivi?

N. S.: "Ora stiamo lavorando all'ultimo film di Kiaro Stami con Juliette Binoche e fotografato da Luca Bigazzi, ma stanno per uscire anche "Ce n'è per tutti" di Luciano Merchionna, dove abbiamo realizzato un Colosseo interamente virtuale, e "Aspettando Godard" di Alessandro Aronadio, dove abbiamo scenografie digitali e insetti animati..."

E.C.: Come vi integrate operativamente con le professionalità tradizionali?

N. S.: "Con il regista, il direttore della fotografia e lo scenografo abbiamo un rapporto di scambio costruttivo, teso a progettare la scena prima delle riprese. In particolare dobbiamo molto a Luca Bigazzi, direttore della fotografia dal quale c'è sempre molto da imparare..."

E.C.: Tra lungometraggi, corti, video musicali, videoinstallazioni e spot, dove si sperimenta di più?

N. S.: "Pubblicità e video sono sempre all'avanguardia perché cercano un forte impatto, ma non è un settore che ancora trattiamo... Invece nel cinema,

soprattutto autoriale, si cerca il realismo... A parte qualche corto, la nostra sperimentazione come Vision è stata richiesta, però, nel mondo dell'Opera. Partendo dai bozzetti del celebre scenografo Pieralli, abbiamo contribuito alla realizzazione di alcune opere liriche insieme a Sergio Metalli, come le scenografie digitali per "Il Fidelio" diretto da Zubin Metha..."

E.C.: Quali sono le nuove frontiere ancora da abbattere nel vostro campo?

N. S.: "Ormai è difficile che qualcosa non sia realizzabile.

All'estero le società di postproduzione, forti di budget altissimi, investono molto in ricerca e sviluppo, integrando nuovi applicativi che sono in grado di colmare le lacune dei software esistenti. Un fatto importante che sicuramente rivoluzionerà il settore sarà il progressivo passaggio dal ciclo produttivo ibrido attuale (analogico - digitale) a quello completamente digitale, che permetterà a più registi l'opportunità di girare film a budget ridotti."



E.C.: Che percorso formativo consiglieresti ai giovani che vogliono seguire le vostre orme?

N. S.: "La realtà è che attualmente, sia in Italia che all'estero, chi lavora in questo settore, anche ai massimi livelli, è autodidatta... Comunque ci stiamo muovendo per creare una valida offerta."

E.C.: Quali sono i software che bisogna sapere utilizzare?

N. S.: "Per il compositing Nuke, Fusion e Toxic. Per l'editing 3d: 3D Studio, Maya, XFI e Houdini. Invece per poter inserire degli elementi 3D in una scena soprattutto movimentata, bisogna saper utilizzare i software di match moving, che ricostruiscono il percorso e le caratteristiche della camera analizzando una sequenza di fotogrammi. Ma la vera differenza la fa comunque l'idea e quindi la persona e non uno strumento come il software."

Scene tratte da "Lezione 21" di Alessandro Baricco, Fandango e Potboiler | *Scenes from "Lezione 21" of Alessandro Baricco, Fandango and Potboiler.*

Scene tratte da "Ce n'è per tutti" di Luciano Melchionna, AMovie | *Scenes from "Ce n'è per tutti" of Luciano Melchionna, AMovie.*



Mattepainting per il film
 "Fascisti su Marte" di
 C. Guzzanti, Fandango |
 Mattepainting for "Fascisti su
 Marte", a movie of
 C. Guzzanti, Fandango.



Founded in 2006 by Nicola Sganga and Rodolfo Migliari, two professionals already working in the field, Vision (www.visiondigital.it) is a company specialised in visual effects or vfx – simply a digital version of the analogue sfx (or special effects). Both Sganga - who is answering our questions - and Migliari come from the world of architecture, but their friendship started on film sets, a true common passion. The idea of merging their professional skills to establish a new company was suggested by Massimo Contini, the founder of Grande Mela, a post-production company. As a matter of fact, he was the first to put his confidence in them in 2006 as the post-production supervisor for the film 'Fascisti su Marte' by Corrado Guzzanti. Eight permanent employees plus seven free-lancers thus found themselves working and sleeping inside Vision's offices during an intensive month. That initial assignment, though, earned them a first nomination for the David di Donatello award, which they received in 2009 with the film 'Il Divo' by Paolo Sorrentino. Since then, Vision's success has also been ensured by Luca Bigazzi, a cinematographer who often works with them. about 60/70 km, with a quick charge capacity. The modularity of the project gives the opportunity to update the motorbike constantly and to differentiate it. Modularity, which is the distinguishing feature of Elettra, becomes the characteristic feature of the whole range of motorcycles whose components make the Racing version, for example, differ from that of forest rangers or that of rescuers.

E.C.: You received your first important recognition for a film that does not seem to have needed your services, which is undoubtedly the best evidence of your skills...
 N.S.: ' In 'Il Divo' we have worked on a hundred shots and, as you say, what makes us particularly satisfied is that few people have noticed that. In fact, our work starts long before the material 'in the can' reaches our servers; visual effects require a



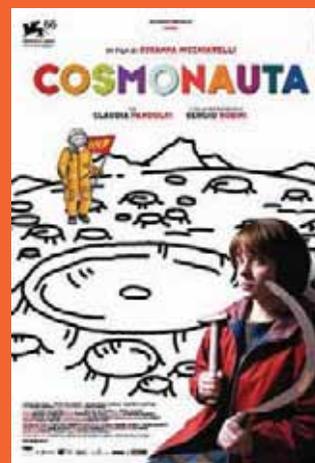
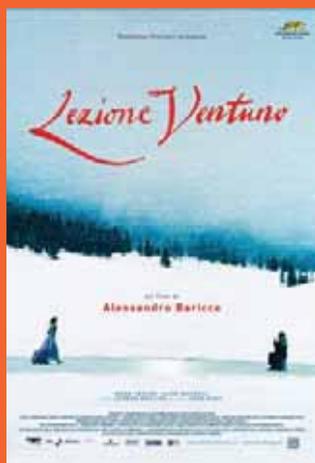
Mattepainting di Rodolfo Migliari di uno shot del film "Ce n'è per tutti" di Luciano Melchionna, con Stefania Sandrelli e Lorenzo Balducci, prodotto da A-Movie | Migliari's mattepainting of a shot of "Ce n'è per tutti", a movie of Luciano Melchionna, with Stefania Sandrelli and Lorenzo Balducci, A-Movie.



planning that begins in the pre-production phase. That is when the director and the cinematographer identify the situations that, due to physical, economic and/or time-related limitations, may not be achieved 'in the camera'. Then they discuss the possibility of processing the material shot with digital tools with us. For example, Paolo Sorrentino's script mentions a conversation between Andreotti and Gorbaciov inside a Russian dacha during the winter. Yet, the location shot is in Val d'Aosta in August: visual effects must change the season and the location. Nothing different from the modus operandi of our analogue predecessors who used to draw the scene extension on glass plates placed in front of the camera... The glass and the brush have now be replaced by a monitor and a slate, but the only real revolution brought about by the digital is the control of dynamic elements. An example of this is provided by another scene, where a suicide jumps off the top floor of a building and, after a thirty-metre flight, comes crashing into the camera. Definitely too much even for the bravest of stuntmen, but a piece of cake for a virtual actor for whom anything is possible during his brief life consisting of some 150 frames. The sign on the wall along via del Corso was also digital, as we never got the authorisation to paint it with wash-out colours... In addition, we have turned exterior night shots into sunrises, thanks to a digital environment and to a reconstruction of the surrounding architecture, where building outlines are blended into the night.'

E.C.: What are the main reasons that people ask for your services?

N. S.: 'Our help is usually required for two reasons: an artistic one and a technical one. We often solve problems related to authorisations or to dangerous scenes, we complement and enhance special effects, we stabilise the shootings and we help reduce production costs... but we are predominantly motivated by a creative impulse'.



E.C.: What project are you most proud of?

N. S.: 'Another excellent job has certainly been the one we have carried out for Alessandro Baricco's 'Lezione 21' ... Anyway, we had three films at the latest Venice Film Festival: 'Lo spazio bianco' by Francesca Comencini, 'La doppia ora' by Giuseppe Capotondi, "Cosmonauta" by Susanna Nicchiarelli, and last year we were awarded at the New York Independent Film Fest for the best fantasy movie with 'Il posto vuoto', produced and directed with Paolo Gaudio."

E.C.: What are the forthcoming movies where we shall expect to find your visual effects – no doubt properly camouflaged?

N. S.: 'We are currently working on Kiarostami's latest film starring Juliette Binoche and with the cinematography by Luca Bigazzi, but other forthcoming releases are 'Ce n'è per tutti' by Luciano Merchionna, where we created an entirely virtual Coliseum, and 'Aspettando Godard' by Alessandro Aronadio, which includes digital background designs and animated insects...'

E.C.: How do you interact in your work with traditional film professionals?

N. S.: 'With the director, the cinematographer and the art director, we create a constructive relationship based on mutual exchange, aiming at planning the scene before the shooting. In particular, we owe a lot to the cinematographer Luca Bigazzi, from whom we have always so much to learn...'

E.C.: Where is there more experimentation – in feature films, shorts, video-installations or commercials?

N. S.: 'Advertising and videos have always been on the cutting edge, because they search for a forceful impact, but it is a field we have not yet entered.... Instead, in



cinema, especially in art films, realism is mainly pursued... Except for a few shorts, our experimentation as Vision has however been required in the Opera world. Starting from the sketches of the famous art director Pieralli, we have contributed to staging a few operas together with Sergio Metalli, like the digital setting for 'Il Fidelio' directed by Zubin Metha...'

E.C.: What are the new borders yet to be overcome in your field?

N. S.: 'Nowadays there is hardly anything that can't be done. Abroad, post-production companies endowed with huge budgets invest a lot in research and development, adding new applications that are able to fill the gaps of existing software. An important event that will certainly revolutionise the industry will be the gradual shift from the current hybrid production cycle (analogue-digital) to a completely digital one, enabling more directors to make films with a limited budget.'

E.C.: What kind of training would you recommend to young people wanting to follow in your steps?

N. S.: 'Actually, in Italy, as well as abroad, those working in this field, even at top levels, are self-taught ... Yet, we are working in order to offer a valuable specialisation.'

E.C.: What software does one need to be able to use?

N. S.: 'Nuke, Fusion and Toxic for compositing. 3D Studio, Maya, XFI and Houdini for 3d editing. Instead, in order to insert 3D elements in a scene – particularly in a very active one - you need to know how to use match-moving software, reproducing the movement and the features of the camera by analysing a sequence of frames. But what really makes a difference is the idea, that is the person, and certainly not a mere tool, that is the software.'

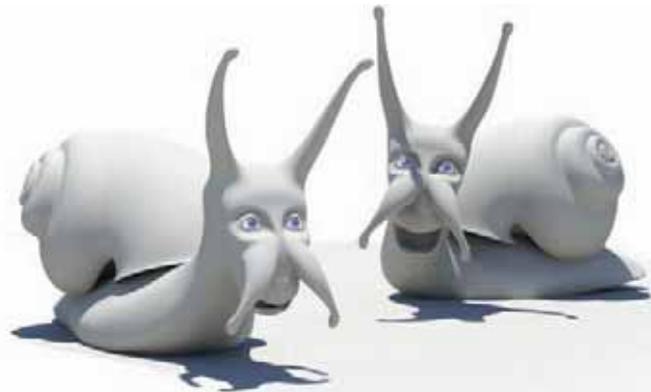
Factory

Ivan Paduano

“Italia ci sei?” potremmo gridare nell’enorme vallata dell’intrattenimento multimediale e sentire soltanto l’eco più e più volte. D’accordo, abbiamo poco da scusarci siamo molto indietro rispetto ai paesi concorrenti. Nel momento in cui le altre nazioni sviluppavano comparti interessanti e professionisti, l’Italia si divertiva a scopi piazzare copertine ed a fare sogni utopici che si risolvevano in applicativi e video somiglianti più alla pubblicità di un mobilificio su di una rete privata locale che ad un vero e proprio progetto. Se a questo aggiungiamo una serie di personaggi raccapriccianti quali Francesco Carlà, eroi veri quali i Dardari Bross ed un immane dispendio di denaro pubblico (che continua imperterrita ma dal lato web) la frittata è presto fatta. E invece no, perché gli italiani sono gente tignosa a cui una parola, prima o poi in un discorso, per quanto complicato possa essere, tocca sempre (Fellini-Visconti docet). Presentiamo perciò di seguito due realtà italiane degne di attenzione, la prima Gameprog Italia (www.gameprog.it) è un moderno contenitore per la creazione di team per lo sviluppo video ludico, riferimento per le software house italiane e leader in Europa per numero di accessi. L’altra, la pluripremiata Graphilm, attiva da ben un ventennio è un avanguardistico studio cinematografico con al vocazione per il cinema d’animazione. Abbiamo quindi di che consolarci nell’attesa di un futuro radioso perché, se le fondamenta son queste, il grattacielo ha ben che sperare di poter, fra una decina di anni, se non competere con Burj Dubai, prendere l’ascensore fino agli ultimi piani delle Petronas Twin Towers.

Evans Saliaj, “DoctorLum” character editor per applicazione medica pediatrica | “DoctorLum” character editor for medical pediatrics application.

‘Italy, are you there?’ we might yell in the huge multimedia entertainment valley and only hear our echo, over and over again. Alright, no useless apologies, we’re a long way behind our competitors. When other nations were developing interesting sectors and professionals, Italy was pushing off crib blankets and having utopian dreams that materialised into applications and videos more similar to furniture commercials broadcasted on a private local channel than to true projects. If we add to this a series of horrific figures like Francesco Carlà, real heroes like the Dardari Bross and a dreadful amount of wasted public money (still flowing undeterred for the Web), it is a huge mess. Not really, because Italians are a stubborn people, who sooner or later end up expressing what they think, complicated as it may seem (see Fellini-Visconti). Let us then introduce two noteworthy Italian companies below: the first, Gameprog Italia (www.gameprog.it), is a modern container for the creation of a team for play-oriented video development, a reference point for Italian software houses and a leader in Europe in terms of number of visits. The other, the much awarded Graphilm, active for twenty years as an avant-garde film studio with a vocation for animated cinema. We have, therefore, enough to be comforted by, as we await a bright future: if these are the foundations, in ten years or so the skyscraper may not quite compete with the Burj Dubai – but we may be able to take the lift and reach the upper floors of the Petronas Twin Towers.



GPI

Futuro anteriore del verbo scommettere | *Future perfect of the verb 'to bet'*

C'erano una volta lo sviluppatore Matthew Smith, il programmatore Matthew Smith, il compositore Matthew Smith ed il grafico Matthew Smith. Questa bella favoletta si chiamava Jet set Willy, era il 1984 e chi scommetteva su questa impresa si chiamava Software Projects, una ditta inglese che produceva videogiochi. Se cercassimo accuratamente in questo cassetto dei ricordi salterebbero fuori altre splendide perle e personaggi ancora più splendidi: Ron Hubbard, Monty on the Run, Barbarian, Maria Wittaker, Dizzy, Team 17. Leggende, come gli unicorni ed il lupo di cappuccetto rosso, attori di pionieristici tempi in cui si sfornavano veri capolavori nel chiuso di un' unica stanza ed i character non erano frutto di una indagine di mercato ma della fantasia di chi li creava (pakku, pakku, pakku... dovrebbe far saltare alla memoria qualcosa). Va bene, altri tempi, ci sarebbe molto discutere se migliori o peggiori, comunque a velocità diverse, molto diverse. Oggi le software house sono molto diverse e non per il numero dei dipendenti quanto piuttosto per la diversità di formazione e specializzazione di ognuno. Se escludiamo tutta una serie di "operai" della creatività le specializzazioni dei Faber Creator devono essere di altissimo profilo. "Gameprog Italia" nasceva, proprio così, nel dicembre del 2002 come associazione culturale tra professionisti, appassionati, avanguardisti e folli scommettitori del proprio tempo e delle proprie conoscenze, convinti che puntare sulla formazione dei nuovi professionisti della video ludica fosse una strada vincente. L'anomalia italiana (questa sì che lo è), nel campo, ha davvero del paradossale. Nel momento in cui le nostre università hanno iniziato a formare professionisti, il comparto si è arenato seppellendo realtà come la Simulmondo o l'Idea (ancora oggi quel "se sei italiano come me..." che campeggiava all'inizio dei loro titoli mi trasmette un brivido) posizionandoci poi anche alle spalle degli amici polacchi della Mirage Media, con buona pace di Janosik che se la rideva sulla collina ascia in mano e cappellino con la penna. Pagine e forum, con 12.000 accessi giornalieri, che sviscerano non soltanto (Boriosi! Che Shaun Southern mi

perdoni) elementi di programmazione, ma anche game design, grafica, modellazione, audio e tutto ciò che serve per inoltrarsi, partendo da zero, nell'unico mondo parallelo che non ha bisogno di droghe. Ma non solo, GPI è anche un job&learning social network (la veste completa è attesa per dicembre 2009). Nell'epoca in cui Facebook e Twitter raccolgono milioni di informazioni dagli utenti, è possibile sfruttare in maniera virtuosa lo scambio veloce di informazioni che questa tecnologia permette tramite vetrine dei propri lavori, promozioni, presentazioni e gruppi specifici su argomenti di innovazione, nonché recruitment office per le realtà nascenti o consolidate del software italiano. Il mondo di competenze trasversali che viene a galla spulciando il sito è impressionante: dagli studi sociologici, a registi, traduttori ma anche doppiatori o fumettisti per le fasi di storyboarding e character design, con il massimo invito al confronto ed all'innovazione più spinta in un territorio che ad oggi, in Italia, somiglia ad un deserto dell'Arizona, piatto, sabbioso e con poche piante che sono, però, dei Cactus. Un vero e proprio pallino di GPI, quello dell'innovazione, che ha portato negli anni a preziose collaborazioni con importanti riviste di settore nazionali ed internazionali: The Games Machine, Login, Game Programming, nonché alla presenza costante agli eventi più gettonati del comparto (CWT Festival, Play the game) e l'organizzazione di "class" del livello di "Italian Videogame Developers Conference" e "Gamecom" in partnership ufficiale con AIOMI (associazione italiana opere multimediali ed interattive). Anche il "dietro le quinte" del Network è decisamente singolare: quaranta testimonial delle più diverse formazioni, a partire dal fondatore Daniele Vergini a professionisti di consumata esperienza tecnico programmatica come Sebastiano Mandalà, Stefano Arcidiacono, Giuseppe Campanella, fino ai docenti virtuali come Ivan Paduano. Tutti cresciuti negli anni ruggenti dell'Arcade il cui mondo è sigillato da chiavi antiche della preistoria informatica, i cui frammenti, se l'avventura vi piace, sono contenuti nelle parole di questo articolo che non avete capito.



Once upon a time there was the developer Matthew Smith, the programmer Matthew Smith, the composer Matthew Smith and the graphic artist Matthew Smith. This delightful little fairy tale was called *Jet Set Willy*, it was 1984 and the people gambling on this undertaking were called Software Projects: a little English video game production company. If we were to look carefully into this cache of memories, we would come across other delightful gems and even more delightful characters: Ron Hubbard, *Monty on the Run*, *Barbarian*, *Maria Whittaker*, *Dizzy*, *Team 17*. They are legends, like unicorns and the wolf in *Little Red Riding Hood*, stars of pioneering times when real masterpieces were churned out of the closed space of a single room and characters were not the fruit of market research but of the fantasy of their creators (pakku, pakku, pakku... now that should bring back some memories). OK, these were other times and whether they were better or worse could be the subject of a long discussion, but the pace was certainly different, very different. Today software houses have changed a great deal and not so much in terms of the

number of employees as the variety of training and specialization they all have. If we exclude the 'labourers' in creativeness, extremely high specialization is required of these Faber Creators. 'Gameprog Italia' was founded exactly upon these lines in December 2002 as a cultural association of professionals, enthusiasts, pioneers and insane gamblers of their own time and knowledge, who were certain that focusing on the training of new video games professionals could be a successful road to take. The Italian anomaly (and that really is the right word for it) in the field is truly paradoxical. Just when the country's universities started training professionals, the industry ran aground. We lost companies like *Simulmondo* and *Idea* (still now that 'se sei italiano come me...' – meaning 'if you're Italian like me...' – that stood out at the beginning of their releases sends shivers down my spine) and even ended up behind our Polish friends at *Mirage Media*, to the delight of *Janosik*, who stood laughing on the hill with an axe in his hand and a feather in his cap. There are pages and forums, with 12,000 visits a day, that not only go into depth (with apologies to Shaun



Screen Play da | from "Nemensi l'era oscura", Swanking G&P, Rpg play by chat.



Work in progress da | from "Nemensi l'era oscura" Swanking G&P Rpg play by chat.

Screen Play "fantasy commander" Pmstudios, java game.

Screen Play "Sbk09" milestone.

Gianni Soldati, "Machine Hayabusa" modello 3d celebrativo, originale: Toei Animation, Go Nagai.

Southern, how conceited!) on aspects of programming, but also game design, graphics, modelling, audio and everything you need to make your way, starting from scratch, into the only parallel world that does not require the use of drugs. But that's not all, for GPI is also a job & learning social network (the complete format is expected in December 2009). In an age in which Facebook and Twitter gather masses of data from users, it is possible to make good use of the rapid information exchange that this technology allows through showcases of one's own work, promotions, presentations and specific groups for innovative subjects, not to mention recruitment offices for up-and-coming or established Italian software houses. The world of genre-spanning skills that comes to light as you scrutinize the site is striking: from sociological studies to directors and translators, but also dubbing experts and comic strip artists for the storyboarding and character design phases. There is great encouragement to compare ideas and be highly innovative in an area which, in Italy at present, seems like a desert in Arizona: flat, sandy and with little plant life, yet coming in Cactus form.

GPI has a real thing for innovation, which over the years has led to valuable projects with big national and international sectoral magazines such as *The Games Machine*, *Login* and *Game Programming*, as well as its constant presence at the industry's most popular events (CWT Festival, *Play the Game*) and the organization of such prestigious 'classes' as the 'Italian Videogame Developers Conference' and 'Gamecom' in official partnership with AIOMI (the Italian Association for Multimedia and Interactive Works). The 'behind the scenes' area of the Network is also rather singular: forty endorsers from a wide variety of professional backgrounds, from the founder Daniele Vergini to accomplished experts with vast technical experience in programming such as Sebastiano Mandalà, Stefano Arcidiacono and Giuseppe Campanella, plus virtual teachers like Ivan Paduano. They all grew up in the glory years of the Arcade, a world which is sealed by ancient keys from the prehistory of computers. If you like adventures, fragments of it can be found in the words in this article that you did not understand.

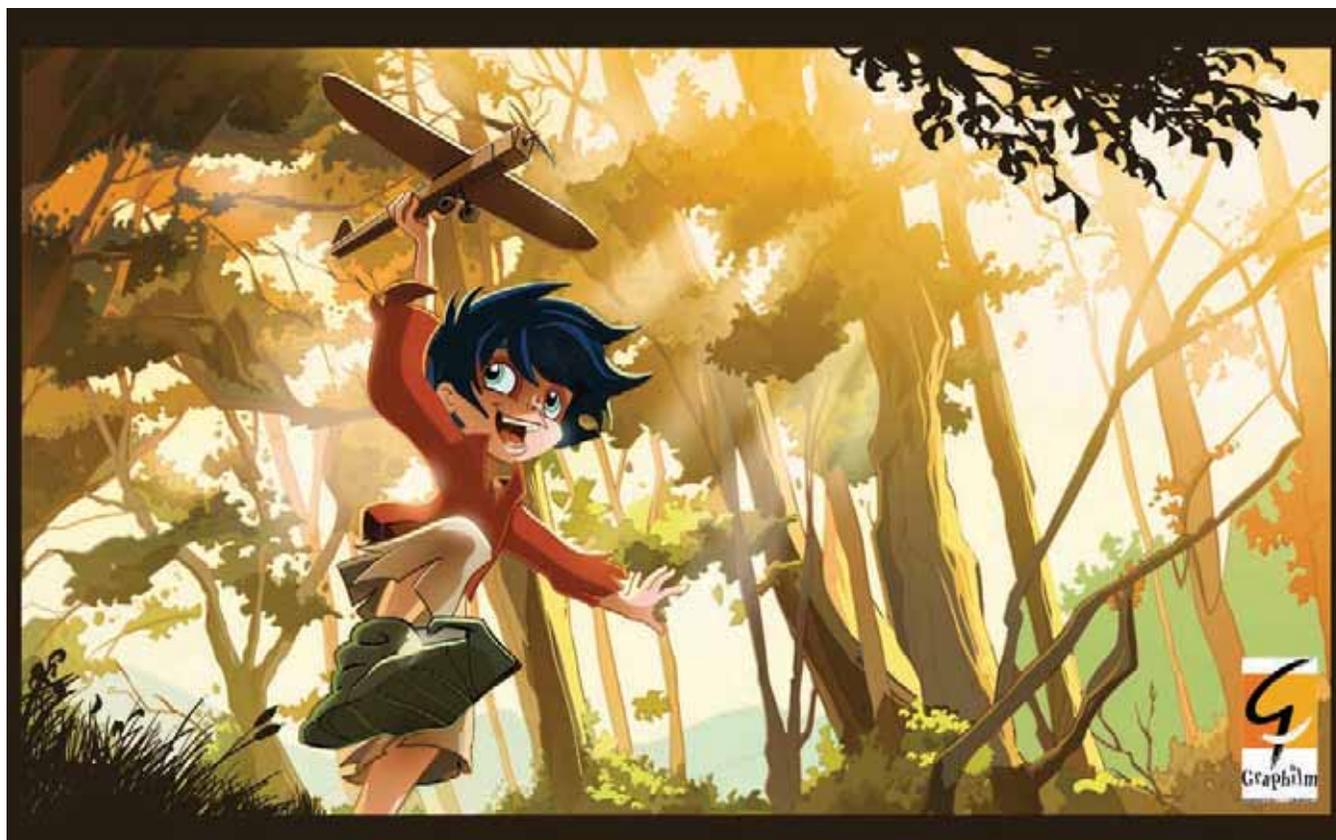
Graziano Mario Valenti

Graphilm

Animazione multimediale fra tradizione e nuove tecnologie | *Multimedia animation between tradition and new technologies*

L'evoluzione tecnologica - in particolare quella informatica - che ha caratterizzato l'ultimo ventennio, ha profondamente trasformato la produzione, la distribuzione e la fruizione dei prodotti d'animazione. Il cartone animato, un tempo realizzato con tecniche manuali di esecuzione diretta dei numerosi disegni necessari a soddisfare l'animazione, oggi si avvale della virtualità operativa, offerta dalle tecniche digitali, consentendo al creativo di concentrarsi sull'espressione e l'efficacia comunicativa di pochi fotogrammi chiave dell'intera sequenza e producendo per via automatica, grazie alle tecniche di interpolazione, ogni gruppo di fotogrammi intermedio. L'innovazione tecnologica ha permesso anche di elevare l'operatività del disegno, offrendo non solo uno spazio digitale a due dimensioni, analogo a quello del foglio di carta, ma anche uno spazio virtuale a tre dimensioni, nel quale modellare, animare e filmare i personaggi.

Tuttavia, la trasformazione più significativa prodotta dall'evoluzione del digitale, è da rintracciarsi nel cambio dei media attraverso i quali viene oggi fornito il prodotto di animazione, alludendo in particolare ai cambiamenti indotti da quell'insieme di tecnologie, che ne rendono oggi la fruizione mobile e interattiva. L'esperienza del cartone qui travalica i confini della fruizione passiva e diventa esperienza attiva, lambendo le frontiere dei videogames, fino quasi a confondersi con essi. La realtà laziale, grazie alla presenza del significativo mercato indotto dall'industria cinematografica e televisiva, ha mostrato sempre notevole energia creativa in questo specifico settore produttivo, spesso generata dalla capacità intuitiva e realizzativa di giovani imprenditori, che hanno saputo cavalcare questa trasformazione, facendola propria e finalizzando alla comunicazione i nuovi strumenti operativi, integrandoli con la formazione e l'esperienza tradizionale.





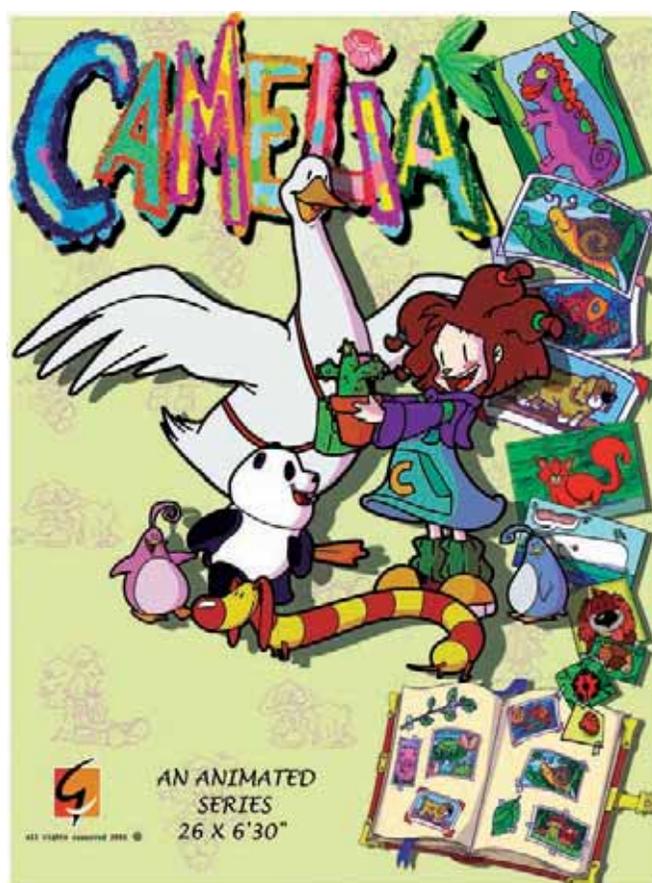
È il caso della Graphilm, per esempio, azienda consolidata avente alle spalle un'attività ventennale, nata dalla volontà creativa di Maurizio Forestieri, con l'obiettivo di operare nella realizzazione di prodotti di animazione per serie tv, lungometraggi, video clip e spot pubblicitari. Un'attività che, dalle prime realizzazioni fino ad oggi, evidenzia un'elevata qualità della produzione, certificata dai numerosi riconoscimenti nazionali e internazionali che, con continuità temporale, sono stati riconosciuti alla Graphilm.

Significativi della qualità e dell'evoluzione produttiva dell'azienda sono le prime partecipazioni al festival di Cannes, risalenti agli anni 1988 e del 1995 con i corti "PAS-TA-SHOOT-AH" e "DOMO"; la selezione del corto "Salomè", proiettato nel 1990 al MOMA di New York, in rappresentanza del prodotto di animazione italiano; il popolare "Totò Sapore e La Magica Storia della Pizza" premiato nel 2004 al "Festival Internacional de Cine par la Infancia y la juventud of Buenos Aires"; infine "I Gladiatori" premiato nel 2008 al festival internazionale dell'animazione televisiva e multimediale "Cartoon on the Bay".

La Storia Di Bum Bum,
Produzione | *Production*: Graphilm
Autori | *Authors*: Francesca
Chericoni, Giovanni Di Gregorio,
Maurizio Forestieri
Format: Feature Film.

Schizzi della scenografia realizzata
per il progetto dal titolo "Fight
for the Element" | *Sketches of
set design made for the project:
"Fight for the Element"*.





Oltre che un curriculum artistico di rilievo, l'azienda ha mostrato di possedere elevata esperienza cinematografica e conoscenza dei processi legati all'animazione, muovendosi agilmente fra la produzione tradizionale dei cartoons e le nuove tecnologie. Proprio a seguito di queste prerogative, Graphilm è stata partner preferenziale di grandi produzioni italiane ed estere fra cui Rai, Medusa, Ferrero Magic Production Group, Xilam-France, Canal +, Ellipsanime. Sensibile al cambiamento dei media e affiancata a nuovi partner, l'azienda si è impegnata recentemente in prodotti legati al web, sperimentando anche le nuove possibilità operative, offerte dalle specifiche più avanzate del web 2.0 ; oltre alle realizzazioni prodotte per la Ferrero , come "Mostri e Pirati", di notevole interesse è il social network dedicato ai bambini mypage.it. Nel 2007 Graphilm, è stata modificata nell'articolazione della compagine societaria, arricchendosi in termini

di figure manageriali specializzate e di partnership, affiancandosi in particolare la società Teamworks, attiva nell'ambito del licensing e dell'acquisizione di diritti TV e Home Video sui mercati nazionali ed internazionali. Attualmente Graphilm è impegnata nella produzione esecutiva di SPIKE TEAM, serie animata 26 x 26' (Lucky Dreams-Rai Fiction), è inoltre concentrata a incrementare lo sviluppo produttivo delle properties, forte di un portfolio ricco di progetti di serie Tv attivati in coproduzione con Rai Fiction e del progetto di Bumbum, un lungometraggio theatrical in fase di preproduzione.





Totò Sapore e La Magica Storia della Pizza

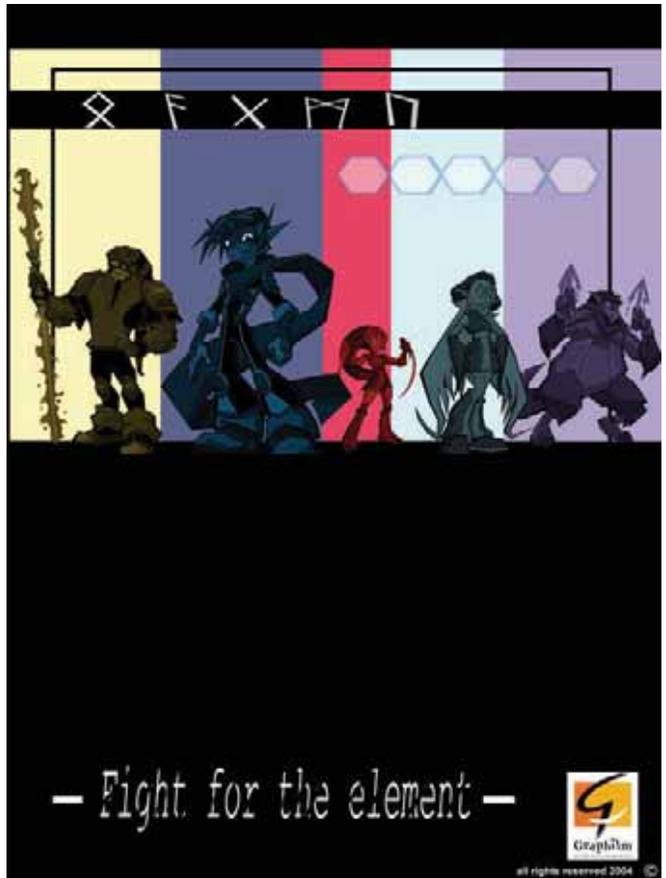
Anno | Year: 2003
 Produzione | Production: Medusa, Lanterna Magica
 Regia | Director: M. Forestieri
 Autori | Authors: U. Marino, M. Forestieri
 Premi | Awards: 2004 - Festival Internacional de Cine par l'Infancia y la juventude of Buenos Aires.

Camelia

Anno | Year: 2003
 Produzione | Production: Graphilm srl/Rai-Fiction
 Autori | Authors: M. Forestieri, C. Mastrangelo
 Format: 26 x 6'30"
 Target: 4-6 years old
 Premi | Awards: 1999 - Cartoon Forum, Vicenza.

Mostri e Pirati serie tv

Anno | Year: 2008
 Produzione | Production: MPG
 Regia | Director: Maurizio Forestieri
 Autori | Authors: F. Artibani.



Fight for the element serie tv
 a cartoni animati in tecnica 3D | tv series cartoon, serial.

Salomè short film

Anno | Year: 1989
 Produzione | Production: Graphilm srl
 Regia | Director: Maurizio Forestieri
 Autori | Authors: M. Forestieri
 Premi | Awards: 1990 - MoMA, New York; 1989 - Festival de Bourge à Bresse.



Pas-Ta-Shoot-ah short film

Anno | Year: 1987
 Produzione | Production: Graphilm sr
 Regia | Director: Maurizio Forestieri
 Autori | Authors: M. Forestieri
 Premi | Awards: 1988 - Festival de Cannes.





Ne-Row è l'eroe di "Fight for the element" ed è un incrocio fra un elfo ed un umano. La storia di "Fight for the Element" si sviluppa in un futuro ipertecnologico | *Ne-Row is the half-human, half-elf hero of 'Fight for the Element'. The story takes place in an ultra-technological future.*

MyPage.it, il primo Web 2.0 dedicato ai bambini, per un Edutainment di qualità a tutela dei più piccoli | *MyPage.it, the first Web 2.0 dedicated to children, aimed at quality edutainment in the interests of safeguarding younger audiences.*

The technological development that we have seen over the last twenty years – particularly in the world of computers – has led to huge changes in the production, distribution and enjoyment of animated output. Cartoons were once made using manual techniques to directly create the numerous pictures necessary for the animation effect. Nowadays virtual methods made possible by digital technology are employed, allowing creative talents to concentrate on the expression and communicative effectiveness of the few key frames of the entire sequence, while automatically producing the intermediate groups of frames with interpolation techniques. Technological innovation has also increased the efficacy of images, providing not only a two-dimensional digital space similar to that offered by a sheet of paper, but also a three-dimensional virtual space in which it is possible to model, animate and film characters. However, the most significant transformation produced by digital evolution can be found in the media used to supply animated products today. This refers in particular to the changes brought about by the forms of

technology that now allow mobile and interactive use. In these instances, cartoons cross the boundaries of passive enjoyment and become an active experience bordering on the realm of video games, to the point where the two almost become indistinguishable. Thanks to the presence of the significant market induced by the film and television industry, in the Lazio region there has always been considerable creative energy in this specific area of production. It is often generated by the intuition and executive skills of enterprising young people, who have ridden this wave of transformation and conquered it. They have used the new tools available for communication, integrating them with traditional training and experience. For example, this is the case with Graphilm, an established company that has been in the business for twenty years. It built up around the creative ambitions of Maurizio Forestieri, with the objective of producing animation for television programmes, feature films, video clips and adverts. Ever since its first projects, Graphilm has had high production standards, as proven by the numerous



national and international awards that it has continually received over time. Testimony to the quality and productive development of the company are its first appearances at the Cannes Festival, dating back to 1988 and 1995 with the shorts 'PAS-TA-SHOOT-AH' and 'DOMO'; the selection of the short 'Salomè', which was screened at New York's MoMA in 1990, to represent Italian animation; the popular 'Totò Sapore e La Magica Storia della Pizza', which won an award at the 2004 Buenos Aires 'Festival Internacional de Cine para la Infancia y la Juventud'; and finally 'I Gladiatori', which won an award in 2008 at the 'Cartoons on the Bay' international television and multimedia animation festival. In addition to its impressive artistic portfolio, the company has shown that it has vast experience in film and great knowledge of animation processes, deftly moving between traditional cartoon production and the new forms of technology. It is thanks to these very qualities that Graphilm has been chosen as a valued partner for large Italian and international productions by names including Rai, Medusa, Ferrero Magic Production

Group, Xilam-France, Canal+ and Ellipsanime. Aware of the changes to media and now working alongside new partners, the company has recently been involved in products linked to the web. They have put to the test the new working options provided by the more advanced specifications of web 2.0; in addition to their projects for Ferrero, such as 'Monsters and Pirates', the mypage.it social network for children is very interesting. In 2007, Graphilm's company structure underwent changes. It was enhanced with new specialist managerial figures and partnerships, in particular with Teamworks, which is involved in licensing and the acquisition of TV and Home Video rights on the national and international markets. Graphilm is currently working on the executive production of SPIKE TEAM, an animated series of 26 episodes lasting 26 minutes (Lucky Dreams-Rai Fiction). It is also focusing on increasing the productive development of properties, bolstered by the wealth of television series co-produced with Rai Fiction and by Bum Bum, a theatrical feature film project that is in pre-production at present.

Andrea Granelli

Contaminazioni digitali: le avanguardie del multimedia design nel Lazio | *Digital contamination: the avant-garde of multimedia design in Lazio*

Il settore dell'audiovisivo, grazie anche alla tumultuosa rivoluzione delle tecnologie digitali, sta trasformandosi in maniera radicale: i contenuti tendono sempre più frequentemente a digitalizzarsi, rendendo possibili straordinarie manipolazioni e trasformazioni, oltre che la combinazione di materiali un tempo incompatibili. Infatti le nuove tecnologie:

- consentono contaminazioni fra contenuti d'archivio e nuove informazioni digitali: prodotti come la *docu-fiction* sono esempi di questo filone;
- possono personalizzare i contenuti in funzione del tipo di spettatore e consentono una interazione adattando i percorsi narrativi alle scelte (oltreché alle caratteristiche) di chi li vede;
- possono essere riutilizzati e ricontestualizzati dagli stessi utenti, dentro nuovi format o su nuovi device;
- consentono la produzione di contenuti "artificiali" verosimili che rendono possibili nuove forme di simulazione (o descrizione) della realtà;
- consentono una vera e propria "immersività" dello spettatore nei contenuti rappresentati che può addirittura potenziare le sue capacità sensoriali, creando quella che viene chiamata "iper-realtà" (si pensi per esempio alla capacità di amplificare le immagini per osservare particolari non visibili a occhio nudo o a alle visioni notturne rese possibili con occhiali agli infrarossi);
- creano un *continuum* fra i contenuti tradizionali e la luce che – da semplice strumento di illuminazione – si trasforma in sfondo o contenuto (il film proiettato), contribuendo addirittura a completare o "restaurare" particolari o colori di antichi reperti archeologici, come nel caso recente dell'"illuminazione-restauro" della colonna di Traiano o dell'Ara Pacis.

Infine, con sempre maggiore frequenza, i contenuti escono dallo schermo – prigione dove le prime tecnologie li avevano confinati –, "entrano" in nuovi *device* (dalle console di videogiochi ai *car GPS*) e soprattutto "ri-abitano" i luoghi: mura, facciate di edifici, monumenti storici, piazze diventano i nuovi "schermi di pietra" dove il contenuto digitale si espande e prende forma trasformando l'ambiente circostante.

Per potere utilizzare queste nuove funzionalità servono innanzitutto notevoli competenze tecniche: linguaggi di programmazione, protocolli di comunicazione, algoritmi per la modellazione degli effetti di illuminazione, driver

per controllare periferiche specifiche. Inoltre serve una nuova sensibilità che potremmo chiamare umanistica che fa in modo che i contenuti arrivino alla testa e al cuore dello spettatore, dialogando sia con la dimensione cognitiva che con quella emozionale. Infine va posseduta una dimestichezza con la dimensione spaziale e corporea. Sempre più frequentemente questi contenuti richiedono all'utente interazioni fisiche e delimitano gli spazi in cui gli spettatori si possono muovere, fondendo la realtà virtuale con quella materiale.

Queste competenze caratterizzano – di fatto – l'identikit di molte aziende innovative che operano in questo ambito. Questo settore è particolarmente forte nel Lazio non solo per la maggiore concentrazione – a livello italiano – di competenze sull'audiovisivo (reso possibile dall'esistenza di importanti realtà come RAI, Cinecittà, Centro sperimentale di cinematografia, ...) ma anche per la presenza di un pubblico attento e curioso che contribuisce ad alimentare la domanda innovativa.

Nel vasto panorama laziale – di fatto un vero e proprio ecosistema – abbiamo identificato alcuni soggetti, che spiccano per specifici aspetti innovativi.

Virtual Italian Parks è un'azienda che opera nel campo dei Servizi alle aziende in Ambienti Immersivi ed Interattivi Tridimensionali, soprattutto attraverso una piattaforma ad-hoc: Moondus. Si tratta di un motore per ambienti 3D in grado di integrare *feature* di lavoro collaborativo con funzioni proprie dei mondi virtuali – riproduzione di ambienti reali, simulazioni, chat – all'interno di ambienti interattivi di alta qualità estetico/visuale. L'offerta di V.I.P. si rivolge principalmente ad aziende, pubblica amministrazione ed università e permette di costruire in tempi brevi soluzioni di e-Learning & Collaboration.

Moby Tv è un servizio televisivo innovativo che diffonde quotidianamente un palinsesto informativo e di intrattenimento su schermi video installati a bordo dei mezzi del trasporto pubblico. Il piano di linea dettagliato e l'indicazione visiva e sonora delle fermate – offerte da Moby Tv – permettono a passeggeri inesperti di muoversi in tutta tranquillità all'interno del territorio urbano, mentre le indicazioni sui siti d'interesse che si incontrano lungo il tragitto consentono al turista di scoprire la città e all'utente

di tutti i giorni di riscoprirla.

Livia Cannella è una *visual artist* da sempre interessata alle qualità rappresentative dello spazio pubblico, originariamente esplorate attraverso l'attività urbanistica svolta per molti anni, ha successivamente individuato nell'ambito scenografico – attraverso il prevalente utilizzo delle tecnologie della luce – il terreno di espressione ideale per la valorizzazione dei luoghi. Le sue installazioni di proiezione scenografica hanno interessato i più prestigiosi siti storico-monumentali dell'area romana, come la Colonna Traiana, protagonista della prima sperimentazione di ripristino virtuale cromatico.

Flyer Communications è una media agency che sviluppa servizi incentrati sulla comunicazione digitale. L'azienda offre idee evolute per un uso libero e innovativo delle tecnologie, unendo strategia e creatività per definire e migliorare continuamente l'immagine e il rapporto con l'ambiente in cui opera. Flyer Communications contiene, inoltre, uno spazio di sperimentazione, il Flyer Lab, al cui interno nel corso degli anni sono stati ideati e realizzati una serie di progetti. Tra di essi i più rilevanti sono FlxER.net – un open framework per la realizzazione di videoinstallazioni e performance – e Shockart.net – progetto recente focalizzato sull'esplorazione delle possibilità offerte dai media digitali.

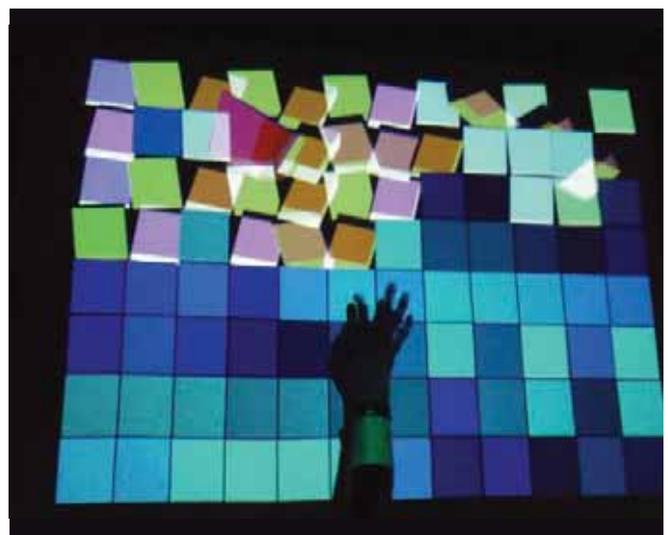
Unicity è una Web & Multimedia Agency impegnata nella ricerca e nell'applicazione di modelli di fruizione per il mercato dei nuovi media. L'ambito operativo spazia dalle più recenti applicazioni in rete alla realizzazione di sistemi multimediali, dando vita al progetto del committente grazie alle sue capacità strategiche, tecnologiche, di marketing e graphic design. Unicity si pone sul mercato con una proposta articolata di servizi che vanno dalla realizzazione di portali e siti web allo studio e sviluppo di progetti complessi. Unicity sviluppa inoltre tecnologie di composizione di immagini ad altissima definizione (Gigapixel), di streaming di alta qualità, e più in generale soluzioni di imaging per la fruizione dei Beni Culturali.

Meritano, infine, una menzione **Rainbow CGI**, nata da un'idea di Iginio Straffi, il padre delle marchigiane WinX, di cui Rainbow CGI ha prodotto il lungometraggio animato, e Direct2Brain, factory di effetti speciali di altissima qualità, con sede a Latina.

MobyTv, schermo sugli autobus di Roma | *MobyTv*
– Screen on Rome's buses.

Flyer Communicatons, Visual interattivo costruito con Flxer | *Flyer Communicatons*
– Interactive visual created using Flxer.

Rainbow CGI, le WinX in versione 3D | *Rainbow CGI*,
3D WinX.



The audiovisual sector is being radically transformed, partly through the tumultuous revolution of digital technologies: more and more often, content is being digitised, permitting extraordinary manipulations and transformations, while combining materials that were previously incompatible.

Indeed, the new technologies:

- Allow contaminations between archived content and new digital information: products like docu-fiction are examples in this sector;
- Can customise content based on the type of viewer and allow interaction while adapting the narrative to the viewers' choices (and characteristics);
- Can be reused and re-contextualised by the users themselves, in new formats or on new devices;
- Permit the production of realistic 'artificial' content that allows new forms of simulation (or description) of reality;
- Allow the viewers to be truly 'immersed' in the content, enabling them even to strengthen their sensory capacities, creating what is called a 'hyper-reality' (such as the ability to amplify images in order to observe details not visible to the naked eye, or night vision made possible with infrared goggles);
- Create a continuum between traditional content and light, which is transformed from a simple tool for illumination into background or content (projected films), even helping to complete or 'restore' the details or colours of ancient archaeological elements, such as in the recent 'illumination-restoration' of Trajan's column and the Ara Pacis in Rome.

Finally, with increasing frequency, content moves off the screen — the prison in which it had been confined by early technologies — to 'enter' new devices (from gaming consoles to car GPS) and especially to 're-inhabit' spaces: walls, building facades, historic monuments and city squares become new 'stone screens' where digital content can expand and take shape, thereby transforming the surrounding area. Major technical skills are primarily needed to use these new functions: programming languages, communication protocols, modelling algorithms for

lighting effects, drivers to control specific peripherals. A new sensitivity is also needed, one we might call 'humanist', ensuring the content enters the viewer's head and heart, dialoguing with both the cognitive and emotional dimensions.

Finally, mastery of space and the body is also needed. More and more often, this content requires physical interactions with the users and delimits the spaces in which viewers are permitted to move, establishing a virtual reality.

These skills have become the de facto identity of many innovative companies working in this field. This sector is particularly dynamic in the Lazio region, not only for the high concentration — at the Italian level — of audiovisual skills (made possible by the existence of major broadcasting entities like RAI, Cinecittà, Centro Sperimentale di Cinematografia, etc.) but also because of the presence of an audience that is both attentive and curious, which helps feed demand for innovation. We have identified a few subjects on the Lazio landscape — a veritable ecosystem — that stand out for their specific innovations.

Virtual Italian Parks works in the business services field in Three-Dimensional Immersive and Interactive Environments, primarily using an ad hoc platform called Moondus: a 3-D environment engine that integrates the features of collaborative work with functions specific to virtual worlds - reproducing actual environments, simulations and chat - within interactive atmospheres of high aesthetic and visual quality. VIP's offering is intended primarily for businesses, government entities and universities and is used to construct e-Learning & Collaboration solutions in a short time.

Moby Tv is an innovative television service provider that broadcasts information and entertainment programming daily to video screens on board public transit vehicles.

The detailed route maps and visual and audio instructions — provided by Moby Tv — assist inexperienced passengers as they travel through the city, while information on sites of interest along the route help tourists discover and commuters rediscover the city.

Livia Cannella, Roma, Piazza del Campidoglio, "Immagini dell'antico" | "Images of the ancient".

Unicity, postazione di regia digitale | digital directing station.

Video musicale "Imparare dal vento", artista: Tiromancino, produzione e post-produzione: Direct2brain | Music video "Imparare dal vento", artist: Tiromancino, production and post-production: Direct2brain.

Livia Cannella is a visual artist who has always been interested in the representative quality of public spaces, initially explored through her career as an urban planner. After many years, she discovered the ideal way to show off locations through the stage setting use of lighting technologies.

Her set projection installations have spotlighted some of the most prestigious historic and monumental sites in Rome, like the Trajan's column, which was the canvas for the first experiment in virtual colour restoration.

Flyer Communications is a media agency providing digital communication services.

It offers advanced ideas for the free and innovative use of technologies, combining strategies and creativity to define and continuously improve images with respect to the environment in which they are used.

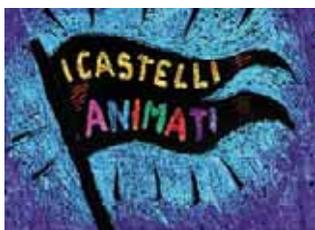
Flyer Lab, Flyer Communications' experimental unit, has conceived and completed a number of projects over the years, two of the most relevant of which are FlxER.net, an open framework for video installations and performances, and e Shockart.net, a recent project exploring the possibilities of digital media.

Unicity is a Web & Multimedia Agency researching and applying Internet usage models for the new media market. It works on everything from the most recent web applications to creating multi-media systems, bringing clients' projects to life through its strategic, technological, marketing and graphic design skills.

Unicity offers a well-constructed service offering from web site and portal creation to the study and design of complex projects. It also develops very high-definition image composition technologies (Gigapixel), high-quality streaming, and more generally imaging solutions for Cultural Heritage.

Also worthy of mention are **Rainbow CGI**, born of an idea by Iginio Straffi (the father of the 'WinX' cartoon characters born in the Marche region), for whom Rainbow CGI produced the animated feature film; and **Direct2Brain**, a very-high quality special effects factory, based in Latina.





I Castelli Animatei

www.castellianimatei.it

I Castelli Animatei – Festival Internazionale del Cinema di Animazione, 25 – 29 Novembre 2009. I Castelli Animatei si svolge da 14 anni a Genzano di Roma. È uno dei Festival di animazione più importanti d'Europa e presenta ogni anno il meglio del cinema di animazione mondiale: più di 2500 film prodotti da più di 400 aziende da 40 Paesi del mondo. Vengono presentati al Festival: lungometraggi in anteprima, cortometraggi, serie TV, spot, effetti speciali, videoclip, prodotti per internet e per telefonia mobile. Partecipano al Festival i più grandi artisti del mondo.

I Castelli Animatei – International Animated Film Festival, 25 – 29 November 2009.

I Castelli Animatei has been held in Genzano di Roma for 14 years. It is one of the biggest animation festivals in Europe and every year it features the best animated films in the world: more than 2500 films produced by more than 400 companies from 40 countries. The Festival sees the presentation of: previews of feature films, shorts, TV series, adverts, special effects, video clips, and products for the internet and mobile phones. The biggest artists in the world take part in the festival.



Roma Lazio Film Commission

www.romalaziofilmcommission.it

Roma Lazio Film Commission offre alle produzioni, nazionali e internazionali, un servizio di location scouting, alla scoperta delle location più adatte e innovative. Attiva convenzioni per offrire alle produzioni le migliori condizioni per hotel, service, trasporti, catering, servizi per la post-produzione, supporto promozione e anteprime etc.

RLFC supporta le produzioni cinematografiche e audiovisive dando vita a piattaforme per lo sviluppo della coproduzione internazionale con l'organizzazione di incontri di coproduzione durante i principali festival del cinema (Cannes, Berlino, Roma). (F.P.)

Roma Lazio Film Commission offers both domestic and international productions location search services, helping find the most suitable and innovative film locations. It arranges special agreements to offer productions the finest conditions for hotels, services, transport, catering, post-production services, promotional and premiere support, etc. RLFC supports film and broadcasting productions, creating platforms for the development of international co-productions by organising co-production meetings during major film festivals (Cannes, Berlin, Rome).



Fondazione Lazio Audiovisivo

www.romafictionfest.it

Sostenere imprese e lavoratori del settore dell'audiovisivo del Lazio, coordinando i diversi interventi a sostegno del comparto, che occupa nella regione 130 mila persone, compreso l'indotto. Questo il compito della neonata Fondazione Lazio per l'Audiovisivo, promossa e attivata dalla Regione Lazio. La Fondazione nasce innanzitutto per dare solidità e una struttura stabile al "RomaFictionFest", e l'obiettivo è quello di svolgere il ruolo di cabina di regia, di coordinamento degli interventi per il settore.

Supporting companies and people working in audiovisual industry in the Lazio region through the co-ordination of several actions aimed at supporting the industry, which employs 130,000 people in the region, including related industries: this is their goal, the mission of the 'newborn' Fondazione Lazio per l'Audiovisivo (Lazio Foundation for Audiovisual Industry), which was promoted and started up by Lazio regional government. The Fondazione was first of all founded to provide soundness and a stable framework to 'RomaFictionFest', with the aim of acting as a steering committee and co-ordinator of industry actions.



Cinecittà Luce

www.cinecitta.com

Cinecittà Luce nasce nel maggio del 2009 a seguito della fusione tra Cinecittà Holding e l'Istituto Luce. CINECITTÀ LUCE è la società pubblica che opera come braccio operativo del Ministero per i Beni e le Attività Culturali la cui missione è il sostegno alla cinematografia italiana. Tra le diverse attività svolte, organizza in tutto il mondo, d'intesa con le principali istituzioni culturali internazionali, rassegne e retrospettive sul cinema italiano classico e contemporaneo.

Cinecittà Luce was founded in May 2009 after the merging between Cinecittà Holding and Istituto Luce. CINECITTÀ LUCE is a state-owned company acting as the executive arm of the Italian Ministry for Cultural Heritage, whose mission is to support Italian film industry. Included in the several activities carried out, the company organizes film festivals and retrospective exhibitions about Italian classic and contemporary films all around the world, in collaboration with the main international cultural institutions.

Clonwerk

www.clonwerk.it

La Clonwerk è una società di servizi multimediali fondata nel 1984 a Milano e dal 2004 con sede anche Roma. I soci fondatori iniziano la loro collaborazione nel 1979 quando, ispirati dal film "Star Wars" cominciano a costruire robot animati in scala reale da noleggiare per la realizzazione di fiere ed eventi. Oggi è una realtà che fornisce servizi e strumenti per la comunicazione con soluzioni complete di produzione e gestione dei contenuti per l'emittenza televisiva. Tra i loro principali clienti Mediaset, Rai, Sky ed Extra tv, il nuovo network televisivo laziale. (L.B.)

Clonwerk is a multimedia service company that was founded in Milan in 1984. Since 2004 it has also had an office in Rome. The founding partners began working together in 1979. Inspired by the film 'Star Wars', they started building life-size moving robots to hire out for fairs and events. Today they supply communication services and tools, complete with production and management for television broadcasting. Their biggest clients include Mediaset, Rai and Extra TV, the new television network for Lazio.

Associazione Mar

mar@pelagos.tv

Associazione MAR (Associazione per le Attività e le Ricerche Marine) vuole dare risalto alle ricchezze del mare attraverso le immagini subacquee, e non soltanto; immagini che la web tv dedicata al mondo sommerso realizza con estrema professionalità e dedizione. (P.C.)

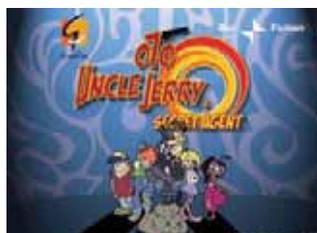
Associazione MAR (Association for Marine Activities and Research) intends to highlight the sea richness through underwater images, and more; images that the web tv devoted to the underwater world broadcasts with the utmost professionalism and dedication.

Associazione Pelagos

www.pelagos.tv

Nata nel 2006, Pelagos Tv è stata la prima webtv in Europa dedicata alla valorizzazione e alla promozione del rapporto uomo-mare attraverso video, documentari, reportage, servizi giornalistici e format dedicati alle risorse naturalistiche, commerciali, turistiche e sportive del "Pianeta Azzurro". Il team di Pelagos Tv sono composti da esperti di comunicazione e della produzione di materiale documentaristico e fotografico attivi da anni in ambito scientifico, artistico e commerciale nel settore marino e in quello della valorizzazione audiovisiva del patrimonio ambientalistico e culturale italiano.

Created in 2006, Pelagos Tv has been the first European web tv devoted to the enhancement and promotion of man-sea relationship, through videos, documentaries, reportages, press stories and formats dedicated to natural, trade, tourist and sports resources of the 'Blue Planet'. Pelagos Tv's team is composed of experts in communication and in the production of documentary and photographic material, who have worked for several years in the scientific, artistic and commercial sectors related to the sea, as well as in audiovisual promotion of Italy's environmental and cultural heritage.



Graphilm

www.graphilm.com

Graphilm S.r.l. nasce a Roma nell'88. Opera nel settore della produzione e realizzazione di prodotti animati come serie TV o film TV, lungometraggi, videoclip e pubblicità. La mission dell'azienda, promossa dal manager e direttore artistico M. Forestieri, è di costituire un'organizzazione che raggiunga il giusto compromesso tra l'arte e l'industria perpetuando la tradizione dei cartoni animati e confrontandosi con l'avvento delle nuove tecnologie: comunicazione visiva, siti web e animazione 3D.

Graphilm S.r.l. was founded in Rome in 1988 and has worked in the sector of production and realization of animated products like TV series or movies, full-length films, video clips and publicity. The main goal, set by artistic director and manager M. Forestieri, is an organization which achieves the right compromise between art and the industry while maintaining the tradition of animated cartoons and at the same time confronting the arrival of new technologies: visual communication, websites and 3D animation.

Digital Video SpA

www.toonz.com

Digital Video SpA, PMI romana sita in Via S. Bargellini, opera dal 1981. Da oltre 10 anni, con il software Toonz, l'azienda è Market Leader nella creazione di prodotti professionali per l'animazione, ed è partner tecnologico di alcuni tra più illustri Studios, in ogni parte del mondo (Fox Animation, Curious Pictures, Studio Ghibli, ...). Toonz opera inoltre presso università italiane e straniere. Digital Video ha sviluppato pure altri prodotti quali Linetest, Scintillae, Toonz Plug-in per Softimage XSI. (F.R.)

Digital Video SpA, a Rome-based small-medium enterprise founded in 1981 with headquarters in Via S. Bargellini. Thanks to the Toonz software, the company has been the market leader for more than 10 years in the creation of professional animation productions and it is now the technological business partner of some of the most famous Studios, from any part of the world (Fox Animation, Curious Pictures, Studio Ghibli, etc.). Furthermore, Toonz is also used in Italian and foreign universities. Furthermore, Digital Video developed other products such as Linetest, Scintillae, Toonz Plug-in for Softimage XSI.

Proxima

www.proximasfx.com

Nata nel 1991 con la vocazione di produrre innovazione e qualità a sostegno della comunicazione visiva, Proxima si occupa della realizzazione di effetti visivi digitali e della post-produzione digitale per il cinema, la televisione, la pubblicità. Ad oggi può vantare la produzione di effetti visivi digitali per oltre 200 film italiani e internazionali per il cinema e la televisione. Per il lavoro svolto, Proxima ha ottenuto numerosi riconoscimenti e premi, non ultimo il David di Donatello 2006 per i Migliori Effetti Visivi (per il film "Romanzo Criminale" di Michele Placido). (S.P.)

Founded in 1991 to offer innovation and quality in support of visual communication, Proxima produces digital visual effects and works in digital post-production for cinema, television and advertising. It can lay claim to having produced digital visual effects for over 200 Italian and international films for cinema release and the television. Proxima has received numerous awards and prizes for its work, not least of which is the 2006 David di Donatello for Best Visual Effects (for the film 'Romanzo Criminale' by Michele Placido).

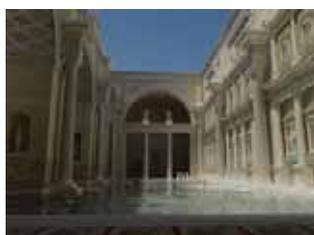


Infobyte

www.infobyte.it

Infobyte S.p.A. è leader in Italia nella progettazione di nuove forme di comunicazione, intrattenimento e formazione basate su tecnologie d'avanguardia. Dal 1989 si distingue nel settore della realtà virtuale e delle opere digitali dedicate alla divulgazione e alla valorizzazione del patrimonio culturale. Da oltre dieci anni è esponente di punta nel settore della Real-Time Visual Simulation e dei Virtual Set applicati al broadcasting. Sviluppa soluzioni d'avanguardia per tutte le principali piattaforme tecnologiche: dal web al mobile, dall'IPTV al Digitale Terrestre incluse tutte le consolle di nuova generazione.

Infobyte S.p.A. is a leading Italian designer of new forms of communication, entertainment and training based on cutting-edge technology. Since 1989 it has been a prominent player in the sector of virtual reality and digital works for the popularization and promotion of cultural heritage. For over ten years it has been at the forefront of real-time visual simulation and virtual sets for broadcasting. It develops avant-garde products for all of the main technological platforms: from the web to mobile systems, from IPTV to digital terrestrial television, including all of the latest generation consoles.



Altair4

www.altair4.it

La struttura nasce dalla coesione di diverse discipline di carattere tecnologico ed artistico che hanno riscontrato nel mezzo multimediale avanzato lo strumento ideale per fornire dei servizi di tipo divulgativo e informativo in particolare per la valorizzazione del patrimonio artistico. I principali lavori riguardano la rappresentazione e la ricostruzione in 3d del patrimonio artistico passato con la realizzazione di dvd, web e produzioni televisive che esaltano attraverso l'interattività virtuale i contenuti culturali artistici della storia. (L.B.)

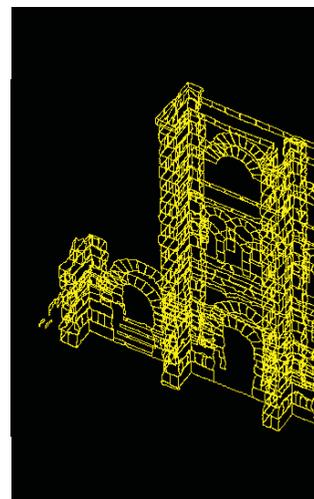
This organization is built on a combination of various technological and artistic disciplines. In advanced multimedia tools, it has found the ideal means of supplying popularization and information services, with a particular focus on the promotion of artistic heritage. Its main projects involve 3D representation and reconstruction of the artistic heritage of the past, through the production of material for DVDs, the web and television, offering virtual interaction with cultural and artistic elements from history.



Kaleidos srl

Kaleidos - produzioni audiovisive, comincia ad operare su iniziativa di Roberto Créton a partire dal 1983 a Roma. Fin dall'origine l'attività volge verso la "multivision" sistema di proiezioni su grandi schermi realizzato attraverso un numero variabile di diaproiettori pilotati da computer. A questo sistema, si aggiunge successivamente quello della Computer Graphics in 2 e 3 dimensioni. Interlocutori di Kaleidos sono i grandi Enti di Stato, le Soprintendenze, i Comuni, oltre a importanti Aziende private. (F.R.)

Kaleidos - audiovisual production, was started up by Roberto Créton in 1983 in Rome. Since the beginning, its main activity has been 'multivision show', a system of projections on large screens made up of several computer-controlled slide projectors. A 2D and 3D Computer Graphics system was later added to it. Kaleidos clients are large State bodies, regional boards of the Ministry for Cultural Heritage, town local governments as well as important private companies.



CNR ITABC

www.itabc.cnr.it

L'Istituto per le Tecnologie Applicate ai Beni Culturali (ITABC) è stato fondato nel 1981 ed ha sede presso l'Area di Ricerca CNR Roma1 di Montelibretti. Coerentemente con la necessità di un approccio multidisciplinare e interdisciplinare alla ricerca sui beni culturali, all'interno dell'ITABC, fin dalla sua costituzione come Istituto, operano archeologi, architetti, chimici, fisici, geologi, ingegneri ed informatici, competenze indispensabili per lo studio del Patrimonio.

The Institute for Technologies Applied to Cultural Heritage (ITABC) was founded in 1981 and it based at the Research Area of CNR Roma1 in Montelibretti. Since its establishment as an Institute, archaeologists, architects, chemists, physicists, geologists, engineers and computer work in ITABC, skills needed for studying the Patrimonio.

Innovation

Ivo Caruso

La produzione audiovisiva, in Italia, appare percorsa da motivi di crisi e da una generale incertezza produttiva; ma anche da fermenti di vitalità notevoli. Ne sono sintomi il proliferare delle scuole di cinema, il fiorente panorama delle piccole produzioni indipendenti, l'arcipelago dei cortometraggi, la ricca produzione documentaristica, l'ottimo stato di salute della videoarte. Ancora irrisolto (o risolto localmente, sporadicamente e senza una precisa strategia) resta il problema fondamentale del nostro cinema: spesso manca un rapporto sinergico e virtuoso con l'universo nazionale ed internazionale dei media e delle istituzioni, ed ancora è poco definito un ruolo preciso all'interno della riorganizzazione tecnologica, creativa, economica che sta investendo tale settore. Fare innovazione nel variegato campo dell'audiovisivo significa sicuramente puntare sull'utilizzo delle tecnologie digitali, sulle partnership internazionali e, in generale, sulla ridefinizione dei metodi di produzione e di consumo. Nel Lazio operano due importanti realtà produttive che hanno fatto dell'innovazione il proprio valore aggiunto, la leva su cui puntare per rendersi esclusivi rispetto ai diretti concorrenti, rispettivamente nei campi della documentaristica subacquea e dell'animazione 3D. La Totem Sub e la Rainbow CGI sono aziende che, se pur estremamente diverse tra loro, sono capaci di investire sulle nuove tecnologie come sulle professionalità dei singoli che operano al loro interno, al fine di creare un reale "cinema di mestiere", privo di ogni possibile traccia di amatorialità.

Rainbow CGI, Bloom, dal film Winx Club, 2007 | Rainbow CGI, Bloom, Winx Club, 2007.

Rainbow CGI, locandina e scene dal film Winx Club, 2007 | Rainbow CGI, Winx Club movie poster and scenes, 2007.

Audio-visual production in Italy seems strewn with crisis patterns and general uncertainty, but also with remarkable sparks of vitality.

Signs of this are the multiplying film schools, the blooming array of small, independent productions, the host of shorts, the wealth of documentary production, and the extremely healthy state of video art. Yet to be solved though (with the exception of some local, sporadic solutions without a precise strategy) is the fundamental problem of Italian cinema: it is often lacking a synergistic and virtuous relationship with the national and international media and institutions, and it still does not have a precise and clearly defined role in the technological, creative and economic restructuring that is taking place in the sector. Being innovative in the varied audio-visual field undoubtedly means using digital technology, international partnerships and, in general, redefining production and consumption methods. In the Lazio region there are two important production companies that have made innovation their added value, the leverage to exploit in order to become exclusive compared to their direct competitors. Underwater documentary company Totemsub and 3D animation firm Rainbow CGI are completely different organizations but they have both shown competence in investing in new technology and in the professionalism of the individuals that work for them, with the aim of creating genuinely 'expertly crafted films', free of any possible traces of amateurism.



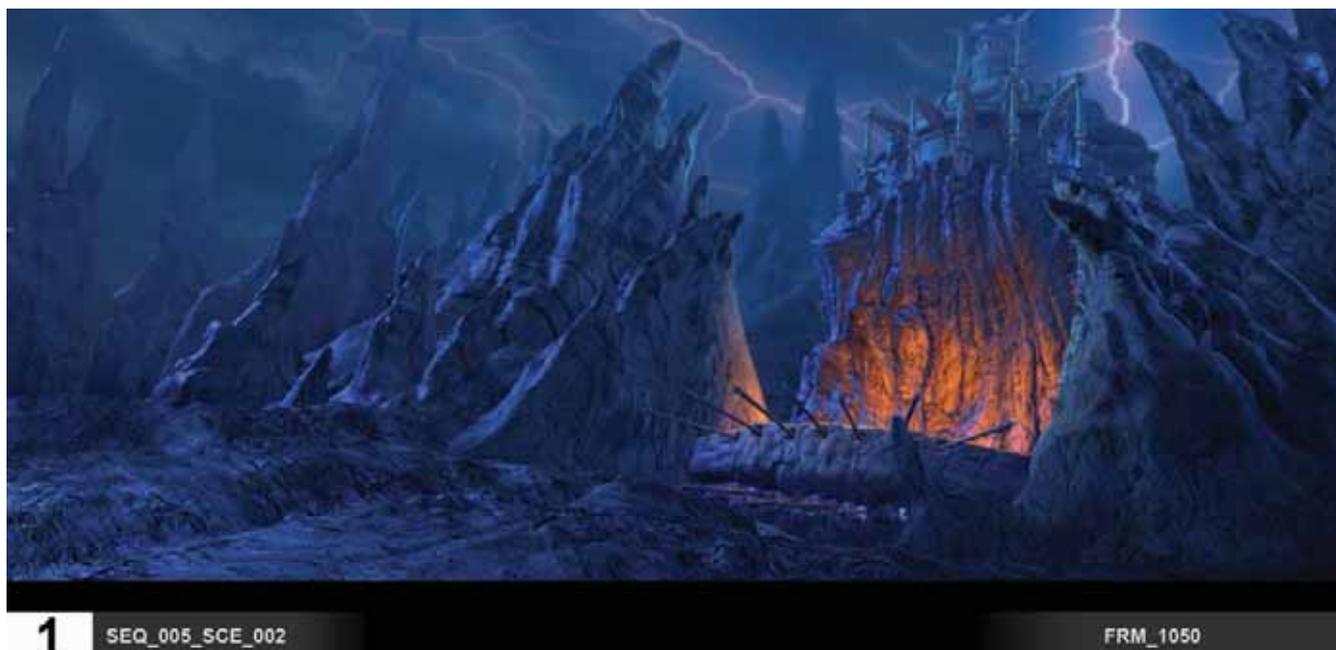


Rainbow CGI

Un arcobaleno tridimensionale: i segreti del successo delle Winx | *A three - dimensional rainbow: the secrets of the Winx's success*

Come riporta lo statuto di A.S.I.F.A. (Association Internationale du Film d'Animation) *"the art of animation is the creation of moving images through the manipulation of all varieties of techniques apart from live action methods"*. È animazione quindi tutto ciò che non è ripresa dal vero del movimento, ma creazione di quest'ultimo grazie a diverse tecniche, che vanno dal disegno animato, al disegno su pellicola, dall'animazione di oggetti, pupazzi o figure ritagliate fino alla computer animation. Chiaramente le tecnologie digitali, negli ultimi 20 anni, hanno sempre più acquistato importanza nel processo di rinnovamento. Generalmente si ritiene che l'animazione in Italia sia un settore culturale pressoché coincidente con un'offerta d'importazione, che non produca lungometraggi, che non investa in formazione, e in cui l'imprenditoria tenti la via della collaborazione con partner stranieri più che quella del rischio industriale. In direzione opposta rispetto a tale trend lavora la Rainbow CGI, una struttura unica nel panorama europeo per esperienza e infrastrutture, capace di offrire un servizio ai massimi livelli per tutte le esigenze di animazione 3D, con una continua ricerca di innovative soluzioni tecniche e creative, in grado di investire nei settori artistici ed autoriali, approfondendo lo sviluppo di uno stile narrativo e grafico personale. Lo studio è stato inaugurato, ed ha presto raggiunto il successo, con il lancio, nel 2007, del film d'animazione "Winx Club - Il Segreto del Regno Perduto".





Rainbow CGI, scena dal film *Winx Club*, 2007 | *Rainbow CGI, Winx Club movie scene*, 2007.

Rainbow CGI, schizzo di riferimento per personaggio inserviente, per *Winx Club 2*, 2008 | *Rainbow CGI, reference sketch for the character attendant*, for *Winx Club 2*, 2008.

Rainbow CGI, riferimenti planimetrici per la stanza di Bloom, per *Winx Club 2*, 2008 | *Rainbow CGI, planimetry reference for Bloom's room*, for *Winx Club 2*, 2008.



La Rainbow CGI S.r.l. nasce a Roma su iniziativa di Iginio Straffi, fondatore della Rainbow S.p.A, e creatore delle Winx. La società è operativa dal marzo 2006 in una funzionale sede, attrezzata con tecnologie aggiornate, interamente riprogettata, dall'impianistica alla suddivisione degli spazi, per essere dinamica e logisticamente adattabile ad ogni esigenza di produzione. La sede romana dispone di mezzi e spazi necessari per poter seguire tutte le fasi che una produzione cinematografica richiede: dalla sceneggiatura agli *storyboard*, dalle *color key* alla creazione in 3D di personaggi, set ed oggetti di scena, dalla fase di *layout* all'animazione vera e propria, dallo shading al rendering, dal compositing al montaggio definitivo.

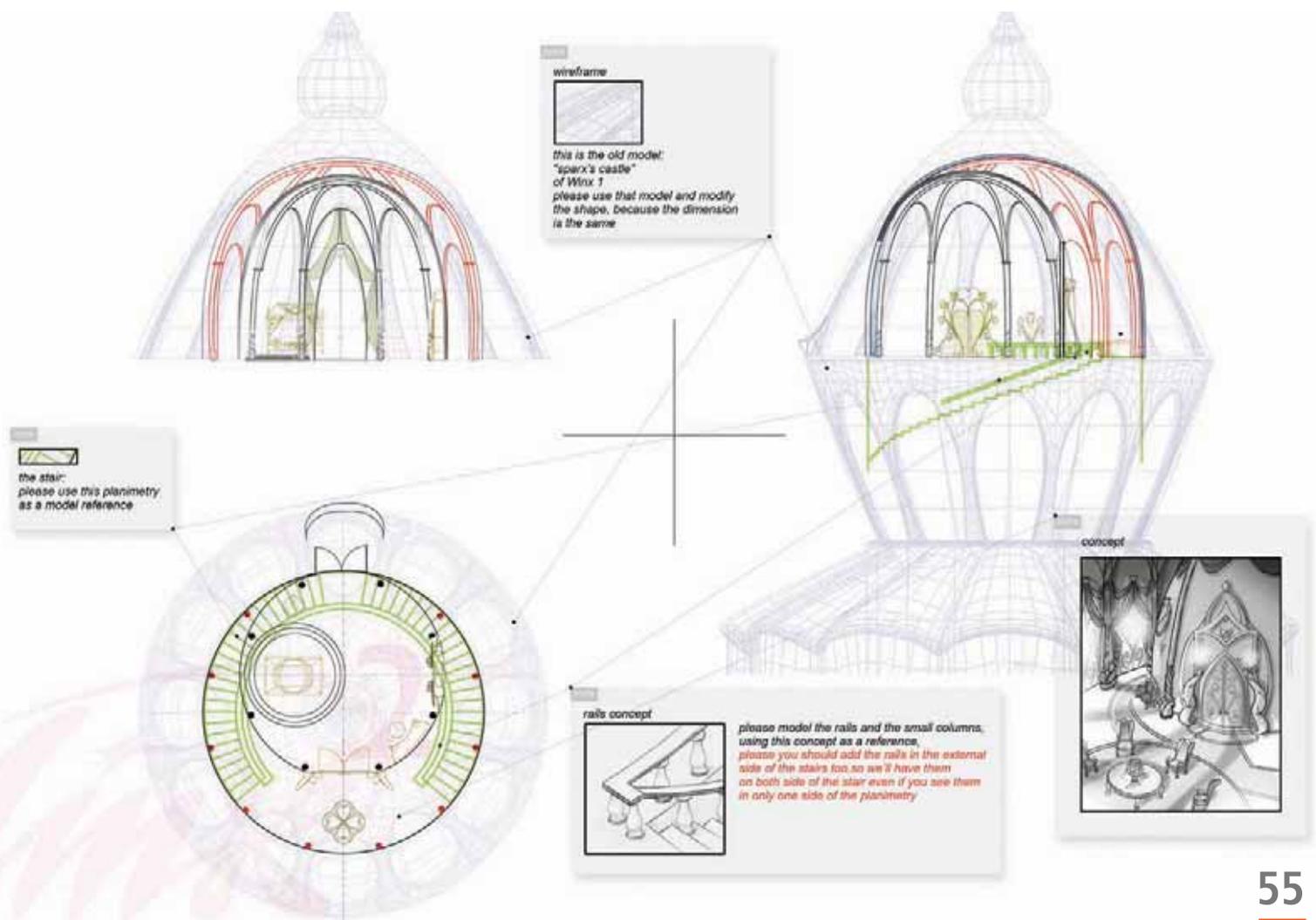
Per scrivere la sceneggiatura del film "Winx Club - Il Segreto del Regno Perduto" ci sono voluti 3 anni dalla prima idea all'ultima modifica e 2 anni di produzione. Sono stati realizzati 4.000 schizzi di preparazione per arrivare alla definizione 3D delle 50 scenografie e dei 200 modelli, numero che tiene conto anche delle trasformazioni che hanno i vari personaggi nel corso del film. Il film ha comportato inoltre un livello di complessità notevole dovuto al numero elevato di personaggi rispetto alla media delle produzioni: le protagoniste sono infatti 6 e non una sola. Ogni Winx ha inoltre diversi modelli e cambi d'abito: nel film ne compaiono circa 7 diversi per ognuna. In totale ci sono circa 170 personaggi in più varianti di vestiti e pettinature e almeno due versioni principali come per le Winx: una fashion e una fairy. In tutto il film, si possono contare circa 125.000 *frame* finali e oltre 5 milioni di *layer* (livelli diversi che compongono ogni fotogramma).

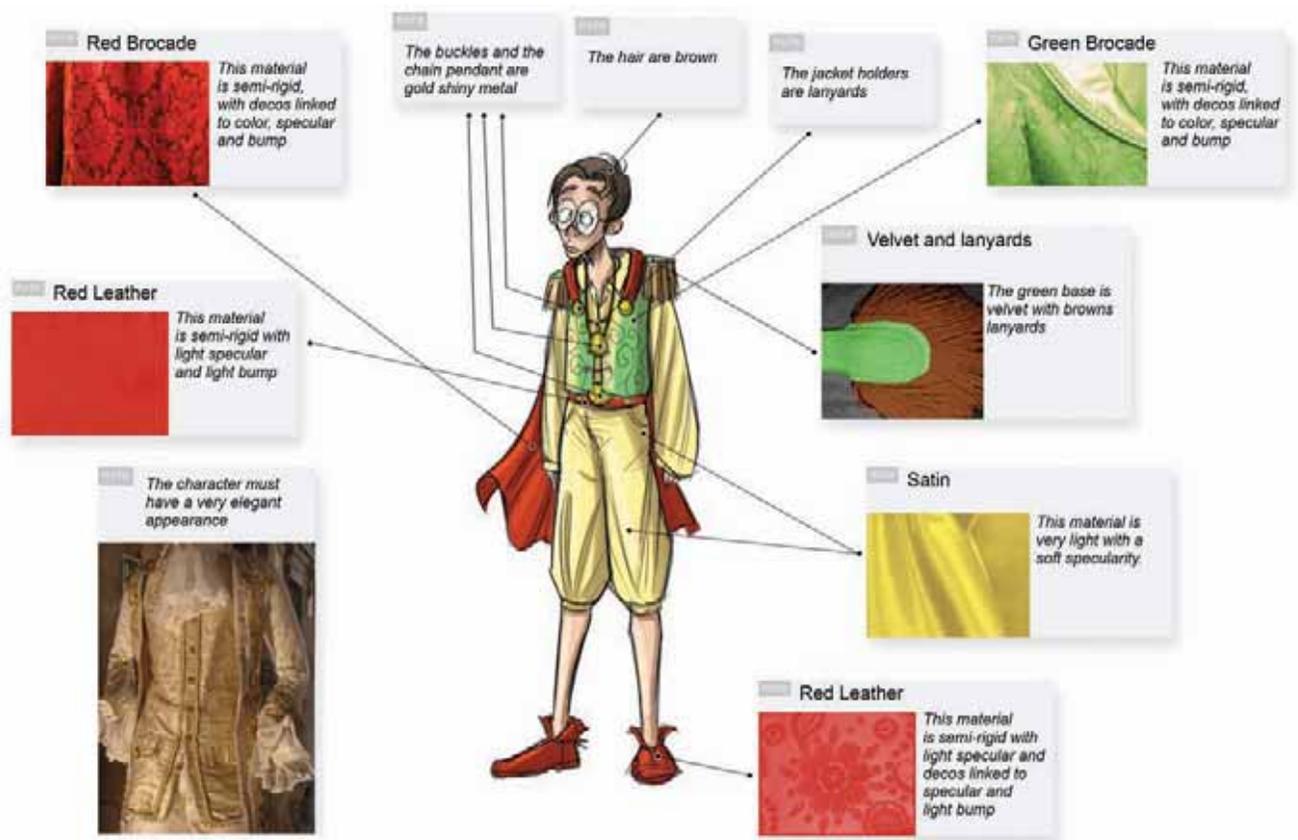
Le Winx sono uno straordinario caso di successo interamente italiano in un genere, il cinema d'animazione fantasy, in cui il nostro Paese è sempre stato solo un mercato di sbocco per prodotti di *entertainment* concepiti all'estero. Le alate fatine hanno infatti conquistato un seguito fedelissimo tra le bambine nella fascia d'età compresa fra i 6 e i 10 anni circa in 130 nazioni del mondo, diventando praticamente l'unico caso di cartone animato italiano venduto anche in USA e in Giappone, patria degli "anime" che negli anni recenti hanno colonizzato i gusti dei più giovani anche nell'emisfero occidentale.

"Le Winx sono frutto di una lunga elaborazione, di ricerche su soggetti e su personaggi che hanno richiesto diversi anni di duro lavoro prima di essere pronti al lancio sul

mercato. Il format che vede un gruppo di sei amiche affiatate e integrate pur nella differenza delle personalità e dei gusti, sicuramente è un concetto molto importante, specie per il target di riferimento delle Winx. Se poi si aggiunge l'ingrediente della magia, ovviamente come strumento di lotta contro il male, il concept si rafforza maggiormente". Così Iginio Straffi spiega il successo delle sei fatine divenute in breve tempo oggetto di un vero e proprio fenomeno di culto. Con 600 licenziatari in tutto il mondo, il giro d'affari dei prodotti in vendita a marchio Winx supera la cifra di 1,5 miliardi di euro. Il brand Winx è infatti n°1 tra i prodotti in licenza più venduti; basti pensare che nella categoria *fashion doll*, Winx presenta ben 25 referenze di prodotto all'interno della top 100 dei prodotti più venduti. E ancora le linee di abbigliamento, i libri, le figurine, i DVD, gli orologi da polso, il corredo per la scuola, la linea da toilette, i cosmetici, l'area food e la linea da tavola per assicurarsi la presenza delle Winx in ogni momento della giornata.

Un successo spiegabile con il fatto che le Winx rappresentano perfettamente le identità, ma anche i sogni e le aspirazioni delle *tweens* di oggi: sono fashion, attente alle novità e all'hi-tech, con una passione per la musica ed un'incondizionata fiducia nell'amicizia, nella solidarietà e nello spirito di gruppo. Ma vanno a scuola, si innamorano e sognano una vita da principesse. Non puro intrattenimento, ma un modello aspirazionale. Non solo fenomeno mediatico, ma un vero e proprio stile.





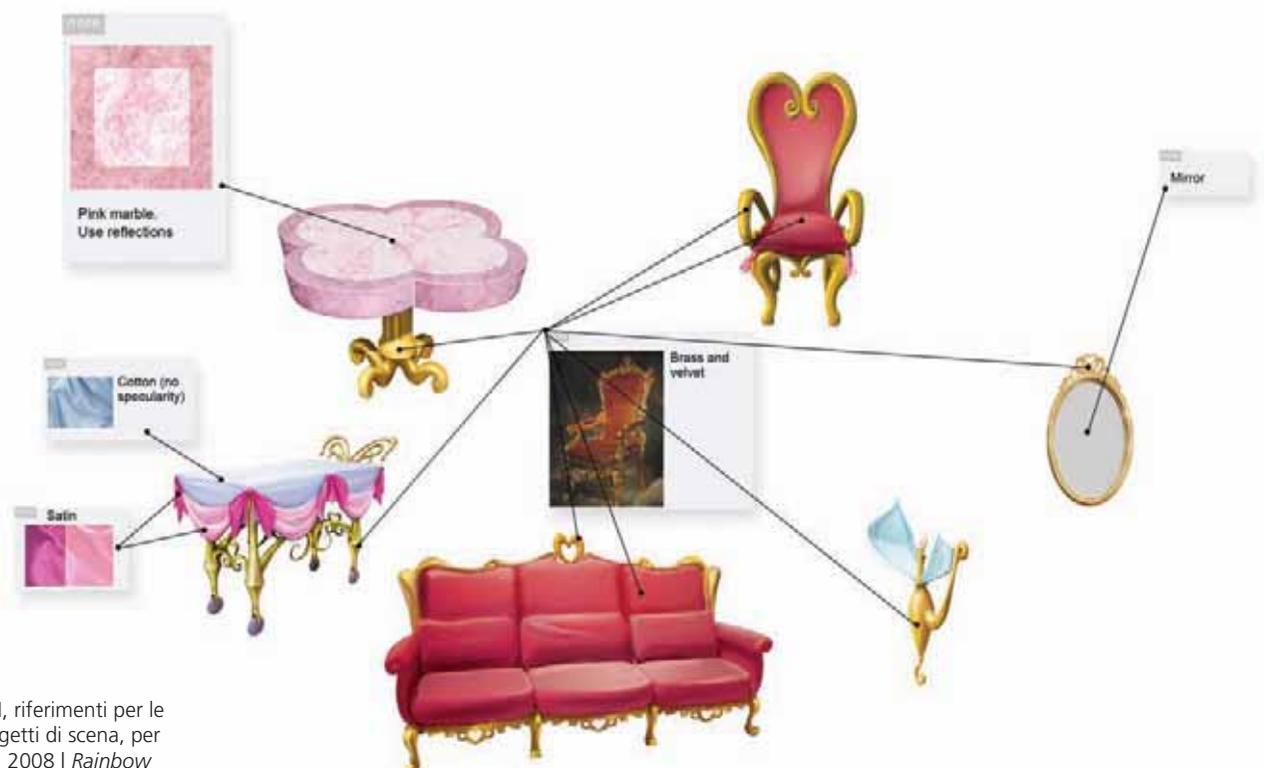
Rainbow CGI, riferimenti per le texture del personaggio corteggiatore nerd, per Winx Club 2, 2008 | Rainbow CGI, texture reference for the character nerd suitor, for Winx Club 2, 2008.

Rainbow CGI, schizzo di riferimento per personaggio inserviente, per Winx Club 2, 2008 | Rainbow CGI, reference sketch for the character attendant, for Winx Club 2, 2008.



ASIFA's (Association Internationale du Film d'Animation) articles of association state that 'the art of animation is the creation of moving images through the manipulation of all varieties of techniques apart from live action methods'. This means that animation is anything that isn't the filming of real movements, but instead is the creation of movement using a variety of techniques, from animated drawings on film, animated objects, dolls or cut-outs to computer animation. In the past 20 years, digital technologies have gained increasing importance in a renewal process. It is generally considered that practically all animation in Italy is imported; the country doesn't produce feature films, doesn't invest in training, and entrepreneurs seek collaborations with foreign partners rather than take industrial risk. The mirror image of this trend is Rainbow CGI, a structure that is unique on the European landscape because of its experiences and infrastructures, its ability to offer high-level services for all 3D animation needs, with a constant search for innovative technical and creative solutions, and an ability to invest in artistic and authorial sectors, developing a personal narrative and graphic style. The studio was inaugurated, and immediately successful, with the launch of the animated film 'Winx Club – The Secret of the Lost Kingdom', in 2007. Rainbow CGI S.r.l. was born in Rome on the initiative of Iginio Straffi, founder of Rainbow S.p.A, and creator of the Winx. The company began operations in March 2006 in functional offices, with up-to-date technologies, which had been entirely redesigned, from plant engineering to the division of the spaces, to be dynamic and logistically adaptable to any production requirement. The Roman offices have the necessary resources and spaces for film production, from the screenplay to storyboards, from the colour key to 3D creation of characters, sets and set objects, from layout to actual animation, from shading to rendering, from composing to final editing. It took three years to write the screenplay of the film 'Winx Club - The Secret of the Lost Kingdom', from the initial idea to the final modification, and two years of production. A full 4 000 sketches were made before arriving at the 3D definition of the 50 sets and 200 models, a number which also includes the transformations the characters go through during the film. The film also had a significant level of complexity

due to a larger than usual number of characters with respect to an average film: indeed, there are six protagonists and not just one. Not only that, but each Winx has various models and changes of clothing: in the film each of them has around seven. In total, there are some 170 characters in a wide variety of clothing and hairstyles and at least two main versions of the Winx: a fashion version and a fairy. In the entire film, there are about 125,000 final frames and over five million layers (different levels making up each frame). The Winx are an extraordinary all-Italian success story in a genre — fantasy animation cinema — in which our country has always been just a market for entertainment products created abroad. The winged fairies have won a faithful following of little girls aged six to ten, in some 130 nations around the world, becoming practically the only case of an Italian cartoon sold in both the USA and in Japan, the land of anime, which in recent years have also won the hearts of children in the west. 'The Winx are the fruit of a long elaboration, of research on the subjects and characters which required several years of hard work before we were ready to launch it on the market. The format with six friends, who are close and united despite their different personalities and tastes, is certainly a very important concept, especially for the Winx's target audience. Then, when we add the ingredient of magic, obviously as a tool to fight evil, the concept is strengthened even further.' This is how Iginio Straffi explains the success of the six fairies that became a veritable cult phenomenon in a short time. With 600 licensees around the world, sales of products under the Winx brand top €1.5 billion. Indeed, the Winx brand is the single most sold licence: in fashion dolls alone, there are 25 Winx product references among the top 100 products sold. Then there's the clothing line, the books, cards, DVDs, watches, school supplies, toiletries, cosmetics, food and tableware, to ensure the Winx are a part of every moment of the day. Their success can be explained by the fact that the Winx perfectly represent the identity, but also dreams and aspirations of today's tweens: they are fashionable, attentive to all that's new and hi-tech, with a passion for music and an unconditional faith in friendship, solidarity and group spirit. But they also go to school, fall in love and dream of a life as princesses. More than pure entertainment, they're a model to aspire to. More than a media phenomenon, they're a veritable style.



Rainbow CGI, riferimenti per le texture di oggetti di scena, per Winx Club 2, 2008 | Rainbow CGI, props texture reference, for Winx Club 2, 2008.

Antonio Las Casas

Totem Sub

Documentarista per caso | *A documentarist by accident*

La Totemsub nasce nel 1999 a Roma, dall'intraprendenza di Fabrizio D'Agnano, per dare corpo ad una intuizione che si rivelò vincente: costruire fucili subacquei artigianali in legno, elaborando un progetto originale per adeguarlo alle esigenti richieste della pesca in Mediterraneo, e codificando un ciclo produttivo all'avanguardia. Nel corso degli anni Fabrizio, sempre presente in prima linea nella comunicazione di una immagine etica e sostenibile del pescatore in apnea, si rese conto di come questa disciplina fosse erroneamente considerata dall'opinione pubblica come un'attività cruenta ed incivile. Questo insostenibile equivoco lo ha spinto ad impugnare la videocamera, la cui domestichezza era stata acquisita durante le numerose prove in vasca dei fucili, per cominciare a raccontare alla gente comune qualcosa sul mare... qualcosa che nessun documentarista mai è riuscito a fare in decenni di riprese e studi sul mondo marino! Dopo le prime fortunate esperienze di lungometraggi autoprodotti, nel 2004 la Totemsub ha stretto una collaborazione con il canale di Caccia e Pesca di Sky, per la redazione di numerosi episodi sulla "vita del mare" e del pescatore apneista, sia sotto che sopra la superficie, accompagnati da notevolissime osservazioni di etologia e biologia marina. Il tutto girato a profondità e luoghi accessibili a tutti, quindi vicino alla gente comune e distante da molti video analoghi, girati spesso con intenti autocelebrativi. Colui che dotato di bombole si immerge sotto la superficie del mare è sostanzialmente un turista, ovvero un fruitore passivo, in grado di esplorare un ambiente ostile alla vita dell'uomo solo grazie a dei dispositivi tecnologici, e che normalmente ignora regole e dinamiche del luogo che esplora. Insomma è l'ennesimo consumatore dell'ambiente, che si pone come un passivo "sgranocchiatore" di pop-corn al cinema. L'apneista compie un gesto atletico in ordine ad una disciplina interiore al pari delle più evolute forme di meditazione dinamica, così come insegnato nelle Arti Marziali orientali. Egli è un essere in armonia con se stesso e con l'ambiente che lo circonda, è un'entità naturale che in modo naturale esplora la natura, dentro e fuori di sé. La ricerca e l'esplorazione del proprio io, riporta alla luce quegli istinti ancestrali che normalmente vengono sopiti nella vita in "civili" consorzi, consentendo alla spinta alla predazione, tipica della specie di uomo cacciatore-raccogliatore cui apparteniamo, di riemergere. Il pescatore subacqueo evoluto, come per esempio Fabrizio D'Agnano, si pone così in un punto di vista preferenziale; egli è disponibile e fortemente motivato a leggere tutti quei piccoli indizi in grado di segnalare la presenza dei pesci, animali selvatici tra i più difficili da avvicinare. L'esplorazione in apnea di un ambiente ostile alla vita umana come l'acqua, comporta numerose e diverse difficoltà: sia l'operatore che l'attore devono muoversi in una perfetta sincronia di azioni, al fine di non vanificare né la cattura né la ripresa; entrambi devono essere più pesci dei pesci stessi, centellinare

Il branco di castagnole che si dirige verso il fondo, rivela l'avvicinarsi di un predatore | The Mediterranean chromis shoal that goes towards the depth, reveal the approach of a predator.

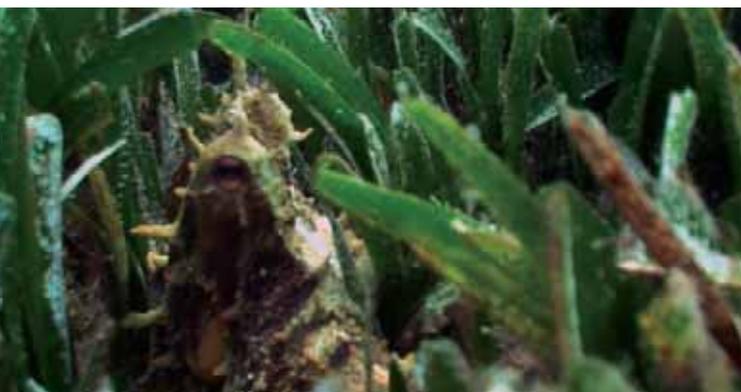
Fabrizio D'Agnano in azione, mentre riprende un esemplare di granseola in parete | Fabrizio D'Agnano in action, while shooting a granceola specimen on a deep wall.



la ridotta autonomia e mobilità, il tutto utilizzando la ristrettissima percezione ambientale che può avere l'uomo sott'acqua, riservata alla sola vista peraltro limitata dalla maschera. Migliaia di ore in acqua sono state necessarie al raggiungimento del necessario affiatamento con l'operatore Maurizio Faggioli, elemento insostituibile del team. Il genere di video che ne scaturisce è qualcosa di simile al reportage di guerra ed al cinema da battaglia, nonostante ciò le riprese, sia in oggettiva che in soggettiva, sono di altissima qualità ed interamente girate in full HD. Alle normali difficoltà del documentarista terrestre che cerca di avvicinare un animale selvatico (non ammaestrato come in certi parchi), si sommano sia le difficoltà della caccia subacquea che quelle legate all'equipaggiamento da ripresa che deve introdurre la minore turbativa ambientale possibile. Essendo l'attività svolta esclusivamente in apnea, non è possibile utilizzare ingombranti scafandri stabilizzati ed illuminatori, come vediamo nella maggior parte dei documentari subacquei. Per soddisfare tali esigenze alla Totemsub, sono costantemente impegnati nella progettazione e realizzazione di speciali custodie stagne dedicate alle videocamere, dall'impiego estremamente pratico e funzionale, con ingombri ridottissimi e dal profilo idrodinamico. Non dimentichiamo che essendo necessario scendere e risalire da profondità intorno ai 20mt con le proprie forze e con un solo respiro nei polmoni, qualsiasi orpello può diventare un insostenibile freno verso la superficie e l'aria. Degno di nota lo speciale microfono messo a punto dallo stesso D'Agnano, grazie ad una speciale membrana è in grado di funzionare egregiamente come acquofono quando si trova in immersione, ed allo stesso tempo come microfono terrestre non appena viene a mancare la pressione idrostatica. Questo consente una inedita registrazione a presa diretta e senza interruzione sia dei suoni in immersione che di quelli in superficie. A proposito: ma chi è che ha definito il mare come il "regno del silenzio"? Mai definizione fu così... superficiale! La scelta del video come mezzo di comunicazione preferenziale è perseguita con l'intento di comunicare in modo diretto con le nuove generazioni, insegnando loro quale formidabile mondo e risorsa si cela sotto la superficie del mare. Ogni cattura quindi non è fine a se stessa ma diventa occasione di osservazione e conoscenza dell'ambiente marino: quale occasione migliore per scoprire il ruolo di una certa alga, di un determinato animale o della corrente che tira in quel momento ed in quel luogo, per cercare di comprendere come funziona la vita negli abissi? Le catture sono accuratamente selezionate con senso etico, al pari degli indiani d'America che abbatterono senza ingordigia solo i bisonti di cui necessitavano e con i quali vivevano in simbiosi, così il pescatore subacqueo cattura esclusivamente esemplari adulti e selezionati senza impattare sullo stock ittico locale.

Un polpo nascosto tra la posidonia | *An octopus hidden between Neptune Grass.*

Fabrizio D'Agnano in azione, sul cappello di una secca profonda | *Fabrizio D'Agnano in action, on a top of a deep bank.*





Totemsub was founded in Rome in 1999 on the initiative of Fabrizio D'Agnano. He put an idea he had into practice, and it turned out to be a winning one: making wooden spearguns by hand, developing an original project to adapt it to the demanding requirements of fishing in the Mediterranean, and putting together a cutting-edge production cycle. Over the years Fabrizio has always taken a hands-on role in conveying an ethical, sustainable image of free-diving spear fishers, and he realised that in public opinion this activity was erroneously considered cruel and barbaric.

This untenable misunderstanding encouraged him to pick up a video camera, which he had learnt how to use during the numerous underwater tests for the guns, and start telling everyday people about the sea: something that no documentary maker has ever managed to do in decades of filming and study of the marine environment!

After the success of the first, self-produced films, in 2004 Totemsub started working with Sky's Hunting and Fishing channel on a number of episodes about 'life at sea' and skin-diving fishers, both under and on the surface. These were accompanied by truly remarkable observations on ethology and marine biology. It was all filmed at depths and in places that are accessible to all, so it was close to normal people and a far cry from many similar productions, which are often made with self-celebratory intentions.

Those who equip themselves with tanks to dive below the surface of the sea are essentially tourists, or passive users. They are only able to explore an environment that is hostile to human life thanks to technological devices and are normally unaware of its rules and dynamics. In short, they are just another group in a long line of consumers of the environment, even though they present themselves like passive 'popcorn munchers' at the cinema. Skin-divers carry out an athletic act following inner discipline on a par with the most developed forms of dynamic meditation, such as those taught in Oriental martial arts. They are in harmony with themselves and the surrounding environment, natural beings that in a natural manner explore nature, within and without themselves. Research and exploration of one's own Ego brings back to the surface those ancestral instincts that are normally dulled in life in 'civilized' societies. This allows the re-emergence of a drive for predation that is typical of the hunter-gatherer species of human to which we belong. Accomplished skin-diving fishers such as Fabrizio D'Agnano thus give themselves a favourable outlook; they are willing and highly motivated to interpret all of those little clues that can give away the presence of fish, which are among the most difficult wild animals to approach. Skin-diving to explore an environment like water that is hostile to human life entails a great variety of difficulties: both the cameraman and the protagonist have to move with perfectly synchronized actions in order to ensure that neither the catch nor the filming is compromised; both have to be more piscine than the fish themselves while rationing their limited autonomy and mobility, all with the highly restricted environmental perception that humans have under water, essentially consisting of sight alone, and even that is constrained by the mask. It took thousands of hours in the water to reach the right

Fabrizio D'Agnano dopo la cattura di uno splendido esemplare di Ricciola di 45kg | Fabrizio D'Agnano after the capture of a fine specimen of a Amberjack of 45kg weight.

Eleganti voli di corvine in Corsica | Elegant Corvinas flight in Corse depth.



level of mutual understanding with the cameraman Maurizio Faggioli, an irreplaceable part of the team.

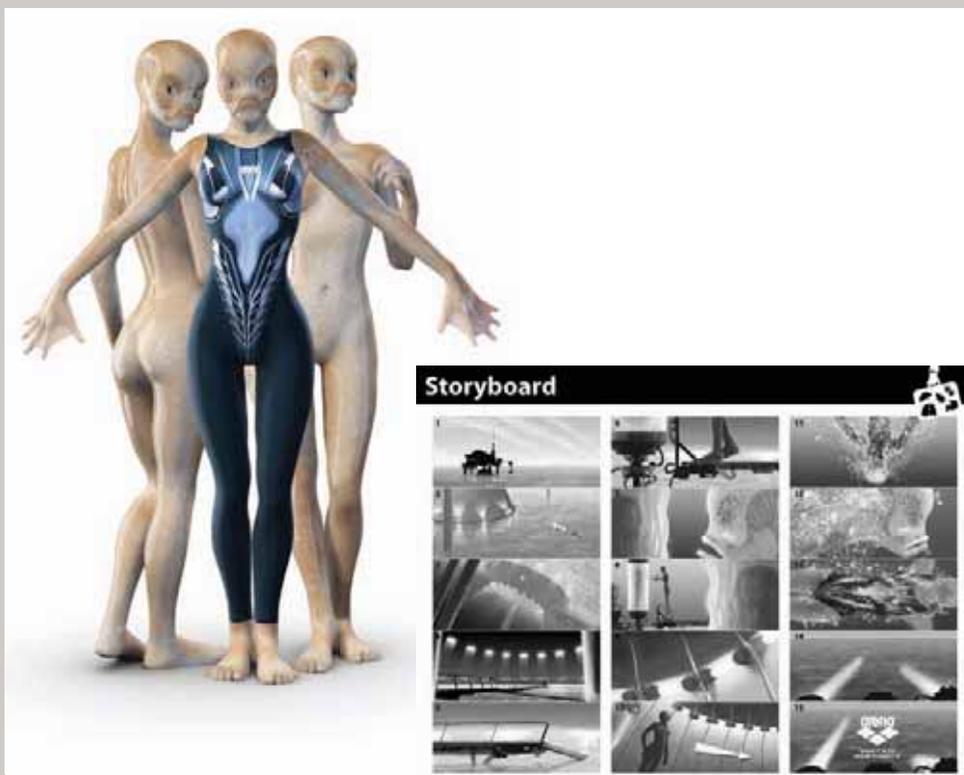
The resulting genre of video is along the lines of combat reporting and war films. Nonetheless, the filming, both in objective and subjective shots, is of very high quality and entirely in full HD. Alongside the normal difficulties experienced by documentarists on land when they try to approach wild animals (and not tame ones like in certain parks), there are both the difficulties of underwater hunting and those connected to filming equipment that must produce the smallest amount of environmental disturbance possible. As everything takes place while the participants are holding their breath, it is not possible to use cumbersome stabilizing and illuminating housing like that seen in most underwater documentaries. In order to satisfy these requirements, at Totemsub they are constantly designing and producing special waterproof cases for video cameras that are extremely practical and functional, ultra-compact and streamlined. We must not forget that they have to dive and swim back up from depths of around 20 m using their own strength and with only one breath in their lungs, so any frills can become intolerable hindrances on the way to the surface and the air. It is worth giving a particular mention to the exceptional microphone perfected by D'Agnano. Thanks to a special membrane, it works excellently both underwater and in the open air as soon as the hydrostatic pressure is released. This allows unprecedented live, uninterrupted recording of both the sounds underwater and those on the surface. By the way, who was it that called the sea the 'realm of silence'? Never was a definition so... superficial! The choice of video as the preferred means of expression has been made with the intention of communicating directly with the younger generations, teaching them what a formidable world and resource is hidden under the surface of the sea. Each catch is therefore not just an end in itself but also an opportunity to observe and get to know the marine environment: what better occasion to discover the role of a certain alga or animal, or of the current flowing at that time in that place, and to attempt to understand how life works in the deep? The catches are carefully selected in an ethical manner. Just as Native Americans, without greed, only killed as many bison as they needed and lived in harmony with them, spear fishers solely catch selected adult specimens, without having a significant impact on the local fish stock.

Un grosso astice rientra nella sua tana | A big lobster coming back in his cave.



Fabrizio D'Agnano con una spigola catturata in inverno | Fabrizio D'Agnano with a sea-bass captured in the winter.





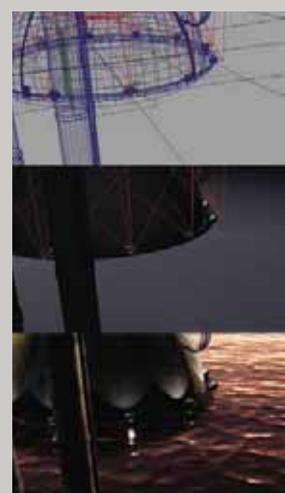
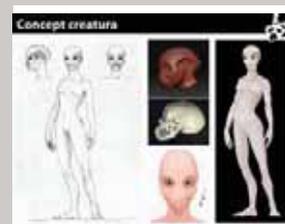
**Character design finalizzato alla promozione di un prodotto |
Character design for product promotion**

Gian Mario Ortu

Progetto sperimentale | *Experimental project*
Tutor: Carlo Martino, Ivan Paduano

La creazione di un personaggio si pone ai vertici della complessità nel settore della computer grafica. Ad esso fanno capo i più svariati campi come fotografia, disegno, anatomia umana e animale, ottica dei materiali, matematica e programmazione, recitazione, biologia, animazione, composizione dell'immagine, scultura, linguaggio dei colori... Lo studio segue un percorso completo sulla creazione di un character per sponsorizzare un prodotto commerciale esistente, la tuta da competizione Powerskin della Arena.

The creation of a character is one of the most complex procedures in the computer graphics sector. It encompasses a huge variety of fields, such as photography, design, human and animal anatomy, material optics, mathematics and programming, acting, biology, animation, image composition, sculpture, the language of colours and more besides. The thesis follows the complete creation process of a character to sponsor an existing commercial product, Arena's Powerskin racing suit.





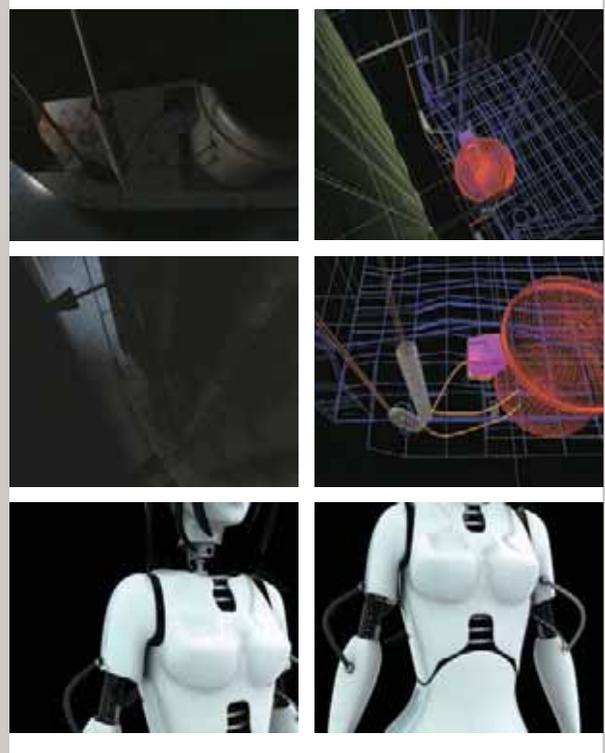
Il cinema e la rivoluzione digitale | Cinema and the digital revolution

Roberto Avenoso

Progetto sperimentale | *Experimental project*
Tutor: Salvatore Santuccio

Cortometraggio di animazione 3D realizzato seguendo le fasi tipiche di produzione di un film di animazione, elaborando alcune problematiche di particolare rilievo, quali Global Illumination, resa delle superfici "pelose" dei personaggi, studio dei movimenti e del loro sincronismo con la colonna sonora. Durata: circa 6 minuti. Il progetto è scaturito da una più ampia ricerca in forma scritta sull'impatto delle tecniche digitali nei metodi di lavorazione e produzione in ambito cinematografico.

A 3D animated short following the typical production phases for an animated film and dealing with some particularly important issues, such as global illumination, rendering the characters' 'hairy' surfaces, and studying movement and its synchronism with the soundtrack. Length: approximately 6 minutes. The project sprang from broader written research on the impact of digital techniques on film-making and production methods.



Showreel 2006

Sara Snaidero

Progetto sperimentale | *Experimental project*
Tutor: Nicola Sganga

"Showreel_2006" presenta, in maniera dinamica e originale, la realizzazione degli effetti visivi per una scena del telefilm "Codice Rosso", con Alessandro Gassman, svolti presso la società ProximaSFX, e la costruzione di un character: il robot Shirin. "Showreel_2006" si caratterizza per lo studio della modellazione, texturing e lightning di ogni setting e per l'integrazione delle scenografie con elementi virtuali (set extension), per un progetto all'insegna della verosimiglianza.

'Showreel_2006' is a dynamic and original presentation of the production of visual effects for a scene in the television series 'Codice Rosso' starring Alessandro Gassman, which took place at the company ProximaSFX, and the construction of a character: the robot Shirin. The project involves work on modeling, texturing and lighting for every setting and the inclusion of virtual elements in scenes (set extension), to give a highly realistic result.