

**Nuove tecnologie.** In sette anni 240 progetti con un impatto di 41 milioni di euro e oltre 100 milioni incassati al botteghino

# Realtà virtuale, economia reale

Entro la fine del 2015 pronta la «Film House» con avatar e scenari sintetici

di **Emilio Cozzi**

Sarà come provare la meraviglia di quei primi spettatori di Auguste e Louis Lumière, quelli che il 6 gennaio 1896 - una settimana dopo la serata che già infiammava il chiacchiericcio parigino - si racconta fuggissero di fronte al treno in arrivo a La Ciotat.

Solo che stavolta non si vedrà spuntare la locomotiva dall'angolo di un lenzuolo. Con più probabilità le si starà a bordo, o magari dentro una delle carrozze digitali per mezzo di avatar olografici.

Potrebbe succedere fra poco più di un anno in una delle sale dedicate ai nuovi orizzonti dell'audiovisivo di «Apulia Film House», nome provvisorio del fiore all'occhiello museale di Apulia Film Commission.

Non che l'attenzione al futuro si esaurisca fra le mura ancora in allestimento nell'ex Palazzo del Mezzogiorno, dentro la Fiera del Levante; virtual camera system e chroma screen, una mediateca e tre cineporti, un circuito di 20 sale dedicato all'audience development e una production guide con photo gallery geolocalizzata: lungi da anglicismi chiamati a imbellettare il poco o nulla, trattasi, appunto, dei più moderni fra gli ingredienti già a disposizione della film commission pugliese.

Per riassumerli in italiano basterebbe evidenziare la capacità della fondazione di intercettare e valorizzare qualsiasi nuova forma di produzione, fruizione ed espressione dell'immagine, dalla video arte alla narrazione interattiva.

Una sensibilità orientata al virtuale, ma con risultati concreti: dal 2007 Apulia Film Commission ha supportato 240 progetti di cui 96 realizzati solo negli ultimi 23 mesi, con un impatto economico diretto di 41 milioni di euro per oltre 100 milioni incassati al botteghino.

Nel biennio della propria esistenza, la Mediateca Regionale di Bari ha organizzato 50 rassegne, 50 fra laboratori e corsi, e 15 showcase; i 20 cinematografi del ribattezzato «Circuito d'autore» - caso di gestione unico fra le film commission italiane - hanno programmato 300 film di cui 80 in esclusiva regionale. Nel solo 2013 i tre cineporti di Lecce, Foggia e del capoluogo hanno ospitato circa 150 eventi culturali, 11 rassegne e oltre 90 giornate di preparazione e approfondimento, coinvolgendo 30mila persone, 50mila in meno di quelle accorse all'edizione 2014 di Bif&st, il festival di punta fra quelli promossi da AFC, arrivato al suo quinto anniversario.

Tornando alla Film House, se ne prevede l'ultimazione entro la fine dell'anno prossimo, anche per quanto concerne affidamento e realizzazione dei contenuti.

«Fra i molti progetti, stiamo valutando l'allestimento di una piattaforma digitale che permetta il contatto diretto fra finanziatori e idee - spiega Daniele Basilio, da agosto alla direzione di AFC - oggi abbiamo un ruolo di intermediazione che rischia di appesantire il contatto fra risorse creative e finanziarie. Proprio come espresso dal «Forum di produzione», con cui in ottobre sottoponiamo una ventina di sce-

neggiature selezionata attraverso un bando a 50 fra broadcaster, coproduttori potenziali e distributori, o da «PugliaExperience», un workshop itinerante che trasforma 16 soggetti internazionali in progetti ambientati qui. Credo che il futuro dovrà sempre più basarsi sulle sinergie fra l'iniziativa privata e le istituzioni. Perché non rendere più fluido anche questo passaggio cruciale?». Qualcosa di molto simile alla production guide già in uso: un database multipiattaforma con ogni informazione utile sui 938 professionisti residenti e le 130 aziende con sede legale in regione. «Una community profilata e sempre accessibile - continua Basilio - proprio come la location gallery, l'archivio di oltre 10mila foto geo referenziate. È uno strumento che permette, anche attraverso un telefono, di ritracciare un professionista in loco, o l'ambiente perfetto per girare una scena. Un social network per addebi ai lavori». E dalle conseguenze estese oltre la rete digitale.

«Il nostro campo d'azione è necessariamente legato alla tecnologia. In maniera piuttosto eccezionale stiamo però stimolando lo sviluppo di imprese all'avanguardia, anche a noi non direttamente connesse: ne sono esempi la piattaforma di comunicazione dedicata a *Braccialettirossi*, la serie tv rivolta ai giovani e diretta da Giacomo Campiotti, o il progetto del Politecnico di Bari premiato con un «Faculty Google Award» nella categoria «Networking» - il Congestion Control for Web Real Time Communication, sviluppato dal team di Saverio Mascolo, nda -, così co-

me le sempre più numerose aziende impiegate nella produzione di droni o di videogiochi, un settore dalle ampie potenzialità che ci auguriamo cresca di più da queste parti».

E cui, non a caso, la nascente Film House dedica un bando.

«L'Apulia Film House. The Game - conferma Cristina Piscitelli, responsabile Progetti comunitari della fondazione - un concorso per realizzare un gioco mobile, connesso alle infrastrutture tecnologiche dello spazio museale e in grado di personalizzarne le visite attraverso avatar tridimensionali e interattivi.

È un progetto che ben interpreta la volontà della fondazione di far diventare il museo uno spazio esperienziale, dove interagire con quanto esposto».

A questo serviranno, nell'area «Nuovi mondi», le sale dedicate a motion e facial capture, in cui i visitatori muovendosi animeranno controparti digitali o forniranno loro tratti e mimica facciale, e la zona dedicata al virtual camera system, nella quale si potrà manovrare una cinepresa virtuale per riprendere a piacimento uno dei tre scenari sintetici.

Infine, nella «Sala Tridente», il percorso museografico basato sui cimeli della collezione Martino - De Rosa, con alcune repliche manipolabili, culminerà nell'exhibit Ologramma, che consentirà a due visitatori in sale separate di dialogare con la proiezione tridimensionale l'uno dell'altro. Senza bisogno di visori, o superfici di proiezione.

Nessun lenzuolo, insomma, ma con lo stesso stupore di quei primi spettatori dei fratelli Lumière.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Nella Fiera del Levante

Virtual camera system e chroma screen, mediateca, tre cineporti, 20 sale, production guide con photo gallery geolocalizzata



2009. «Noi credevamo» di Mario Martone



2010. «Il villaggio di cartone» di Ermanno Olmi



2011. «È stato il figlio» di Daniele Cipri

