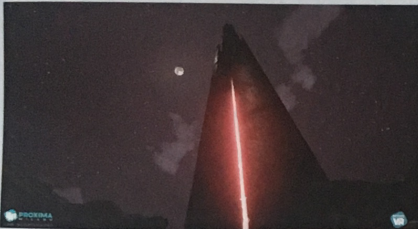


Il cinema oltre la "rimediazione" e la "rilocazione", il cinema ormai definitivamente "espanso" e persino "aumentato", ibrido. Il cinema che è diventato "cinematico", che attraversa media, display e device, che si ibrida e che colonizza nuovi spazi costruendo nuove forme, nuove prati-

che e nuovi modelli di esperienza come l'interazione. Il cinema del live cinema, dei film interattivi, delle WebTv, dei locative media, il cinema degli urban screen e dei media bulding, il cinema del documentario crossmediale... (Postcinema: simonearcagni.nova100.ilsole24ore.com)

L'Italia "immersiva"



Veaser: il trailer cinematografico in VR

Sarà ingombrante, in alcuni momenti può provocare leggere vertigini, ma sicuramente la tecnologia HTC Vive per la Realtà Virtuale (VR) è di un'altra categoria rispetto a tutto il resto. Due sensori tracciano uno spazio virtuale all'interno di uno reale, il casco riceve la trasmissione dei dati, le cuffie creano l'ambiente sonoro e i due sensori/joystick nelle mani permettono di muoversi, inviare comandi e interagire con gli oggetti virtuali. Muoversi nello spazio di prossimità è facile e naturale, coprire distanze più lunghe lo si può fare attraverso postazioni di teletrasporto. Le possibilità narrative sono quindi molto amplificate. Ho potuto accorgermene in prima persona provando l'esperienza del primo trailer di un film italiano girato in VR.

Si tratta del cortometraggio *Yonder* di Roberto Saku Cinardi: in pratica si viene proiettati in un cratere vulcanico (ovviamente spento) dell'isola di Lanzarote: davanti a noi rocce, alle spalle il mare e nel centro un monolito vagamente kubrickiano. Si tratta di una bomba sofisticata inesplosa con un meccanismo di intelligenza artificiale al suo interno. Siamo così chiamati a dialogare con la bomba, scoprire il mistero che sta intorno al micidiale dispositivo, muoverci in un ambiente che si carica di mistero, seguire il passare del tempo... Andrea Masera di Proxima Milano, la società che ha realizzato questo particolare trailer (si tratta di uno studio di effetti speciali e *motion graphic* per il cinema e per la pubblicità), ha chiamato questo prodotto para-cinematografico "Veaser" (Teaser in VR) ed è sicuramente un possibile nuovo strumento nelle mani della comunicazione e della pubblicità cinematografica e non solo.



VR made in Italy

Il mondo dei media italiano si sta iniziando a muovere nel settore VR, e anche con perizia. Untold Games, prestigioso marchio di *gaming*, sta lavorando da diversi anni per produrre "cinematic adventures for virtual reality". Game immersivi con una forte componente interattiva in grado di allacciarsi anche a una dimensione narrativa importante. Una frontiera dell'esperienza che incrocia *game*, narrazioni, interattività, portando l'utente al centro delle dinamiche visive, sensoriali, nel senso più pieno, studiando interfacce naturali e strategie immersive tecnologicamente avanzate. A sottolineare l'ingresso sempre più massiccio anche di creativi e produttori italiani nel mondo della VR e della AR (Realtà Aumentata) ci ha pensato una tavola rotonda che ho avuto l'onore di curare e moderare, organizzata all'interno dei Design Days (Brera Design Days Talks and Workshop - Milano 1-9 ottobre). In quell'occasione Paolo Bigazzi Alderigi ha parlato delle esperienze cinematografiche in AR realizzate con il gruppo Komplex, mentre Giovanni Caturano co-fondatore, presidente e CEO di Spin Vector ha mostrato alcune installazioni che si servono della AR, ambienti immersivi e *game*. Anche Davide Garofalo e la sua Xplored lavorano su *game* e nuove tecnologie in maniera creativa e innovativa, mentre Guido Geminiani di Oculustory.it ha presentato il suo approccio alla VR: riprese di *action* video, sport, pubblicità e persino *fiction*.

Fabio Mosca è convinto che AR e VR cambieranno il mondo e con la sua AnotheReality lavora su progetti ambiziosi anch'essi tra *game* e storytelling. All'incontro c'era anche Andrea Masera di Proxi-



ma Milano e inoltre Francesco Ferrazzino, CEO e fondatore di Proxy42 che ha presentato il suo *Father.io*, caso davvero significativo di produzione in AR italiana. Si tratta di un *massive multiplayer first person shooter*: un gioco da giocarsi *live* nella realtà attraverso la tecnologia della AR e un laser tag per smartphone che usa uno speciale *device* creato e sviluppato per un *immersive gameplay*. Un incontro fra tecnologia, gioco e narrazioni condivise davvero interessante che ha appena portato a casa un risultato straordinario: la campagna di *crowdfunding* lanciata nel 2016 sulla piattaforma Indiegogo ha infatti venduto più di 12.000 *device* e raccolto oltre 400.000 dollari. Parlare con questi creativi, produttori e imprenditori tecnologici dà le vertigini: un universo di forme, modi, di pratiche e di generi ibridi si affaccia sui mercati digitali e anche l'Italia sembra potersi ritagliare un proprio spazio.



Immagini in questa pagina sono Veaser Yonder