

REAL TIME

all'avanguardia da dieci anni

La notizia, giusto un mese fa, ha fatto il giro del mondo: si stringono i tempi per arrivare alla diffusione di una nuova console portatile che possa permettere di vivere esperienze di gioco tridimensionali senza bisogno di indossare occhiali speciali. Per ora si chiama semplicemente Nintendo 3DS ed è stata presentata dall'azienda giapponese all'ultimo Electronic Entertainment Expo di Los Angeles. La nuova versione della DS portatile è dotata di uno schermo superiore da 3,53 pollici e di un touchscreen da 3,02 pollici, oltre a possedere due fotocamere esterne e una interna che garantiscono l'effetto tridimensionale e permettono di scattare foto in 3D. Nintendo punta moltissimo sull'ultima nata della sua generazione di console, che dal 2005 a oggi hanno visto un vero e proprio boom con oltre 130 milioni di pezzi venduti. Questa volta, infatti, non siamo di fronte a un restyling. La svolta è radicale. E non c'è solo Nintendo a giocare questa partita fondamentale per lo sviluppo di molti comparti, tra cui quello della comunicazione. Anche in Italia c'è qualcuno che aveva saputo intuire le effettive conseguenze per la industry dell'innovazione 3D, di fatto anticipando i tempi. Già dieci anni fa, alcuni precursori avrebbero scommesso sul fatto che gli schermi digitali cinematografici italiani, allora davvero rari e del tutto futuristici, sarebbero diventati prima o poi centinaia. Oggi le sale stanno proponendo un'offerta sempre più basata su schermi in 3D. Sta cambiando, e molto velocemente, il modo di guardare i film al cinema, e stiamo avvicinandoci a passi rapidi verso la visione di qualsiasi evento in chiave tridimensionale, dalle partite di calcio ai concerti musicali, passando per i documentari e i cartoni animati. Insomma, sta

GIÀ DAL 1997 I FRATELLI IVO E MATTEO VOLPI, ALLA GUIDA DELL'INNOVATIVA STRUTTURA MILANESE, HANNO CERCATO DI COGLIERE NOVITÀ E POTENZIALITÀ DEL 3D PER IL MARKETING MODERNO, ANCHE IN CHIAVE PROMOZIONALE, PUBBLICITARIA. UNA SFIDA ENTUSIASMANTE CHE ORA STA RISCUOTENDO IL GIUSTO SUCCESSO



Innovatori nel Dna

Ivo Volpi, in primo piano, e il fratello Matteo, in secondo piano, sono i fondatori di Real Time, che vanta ormai molti clienti interessati al sistema stereoscopico

cambiando anche la normale visione della cara, vecchia televisione, mentre troveranno un posto rilevante in questo flusso di trasformazione anche i display dei cellulari e quelli dei computer. Una corsa verso il futuro che, in effetti, ha già raggiunto traguardi significativi. E chi sapeva da tempo cosa avrebbe prodotto un simile cambiamento di prospettiva aveva pure ipotizzato in che modo la visione televisiva, ad esempio, avrebbe fatto i conti con un'evoluzione tecnologica inarrestabile. Una vera e propria girandola di novità, capace di produrre nel giro di pochi anni una serie di risultati stravolgenti, dai televisori a scher-

LA PAROLA MAGICA: STEREOCOPIA

La stereoscopia ci permette di cogliere il rilievo degli oggetti grazie alla visione binoculare. Gioca sul fatto che ognuno degli occhi, per la posizione che occupa sul viso dell'uomo, vede un'immagine lievemente differente; questo perché nello spazio i nostri occhi sono in due posizioni diverse, separate tra loro da circa 65 millimetri. Al cervello giungono, quindi, due immagini leggermente diverse tra loro, che vengono poi elaborate per creare un'unica immagine,

mo piatto all'alta definizione, passando per Blu-ray, satelliti HD, audio multicanale. Ma, soprattutto, quella novità davvero rivoluzionaria che sta coinvolgendo ogni genere di intrattenimento, pubblicità compresa: la visione tridimensionale.

IN PRIMA LINEA CON TALENTO E COMPETENZE

Chi aveva previsto tutto questo, preparandosi per tempo e adeguando competenze e talento, si chiama Real Time. Fa un certo effetto incontrare oggi i due fratelli a capo dell'innovativa azienda milanese, i fondatori Ivo e Matteo Volpi. Sono più o meno gli stessi, sempre vulcanici e parecchio indaffarati, e la mente corre sul filo dei ricordi, andando immediatamente a un pomeriggio di almeno otto anni fa, quando i discorsi sul tridimensionale e sulle nuove frontiere del video parevano cose da marziani. Invece, oggi c'è il boom. E Real Time è in prima linea. «Non facciamo altro che ribadire la nostra filosofia consueta, sempre orientata al futuro. Cercando di stare un passo più avanti - spiega Ivo Volpi -. E' questa la mission, da quando siamo nati». Chiaro l'intento: sviluppare una società che ormai ha percorso strade di innovazione e originalità in grado di qualificarla in modo singolare nel mercato italiano della comunicazione, troppo spesso caratterizzato da omologazione e processi standardizzati. Magari per cercare quello che ancora non c'è. E applicarlo al panorama italiano della comunicazione. «Il nostro lavoro si indirizza là dove spicca la volontà di innovare. E oggi questo avviene principalmente nell'ambito del 3D», aggiunge Ivo Volpi. In casa Real Time si padroneggiano le tecniche più avanzate di creazione, modellazione e generazione di scene statiche e animate in computer grafica. Gli effetti tri-

dimensionali non conoscono segreti: una preparazione necessaria alla costruzione e alla piena realizzazione di progetti che spaziano dalle ambientazioni architettoniche all'industrial design, fino alle animazioni video dedicate espressamente al cinema e alla pubblicità nelle sue molteplici prospettive. Uno spirito altamente creativo, dunque, di spiccata intraprendenza, oggi concentrato su una parola magica che davvero è di gran moda: stereoscopia. Vale a dire quella particolarissima tecnica che permette di cogliere il rilievo degli oggetti grazie alla visione binoculare. «La stereoscopia 3D una è stupenda forma di comunicazione, ma con troppi chiacchieroni intorno - commenta Matteo Volpi -. Noi, già dal 2002, lavoriamo a un mondo video che ha ribaltato completamente tutti i canoni della produzione e post produ-

zione video standard. La stereoscopia 3D è un tema su cui non si può improvvisare, si rischia di fare male a se stessi e agli altri. Non è uno scherzo: ci sono produzioni che hanno provocato disturbi gravi. Sono state prodotte cose davvero inadeguate, che letteralmente hanno fatto star male gli spettatori, altre ancora hanno causato nelle persone dei mal di testa allucinanti. La stereoscopia è un puro gioco di formule matematiche e fisiche applicate. E una troupe senza tecnica stereoscopica è come un pittore senza pennello».

CAMBIANO LE MODALITÀ DI CONCEPIRE IL VIDEO

Le parole di Matteo Volpi pesano come macigni, ma sono tipiche di chi sa il fatto suo, di chi si sente padrone di una materia che ha sotto controllo perché la studia da tempo, ne conosce i se-



contenente una precisa percezione della profondità e di altre caratteristiche che ne determinano la posizione, la distanza e la dimensione. La stereoscopia ci permette di ingannare il cervello creando un effetto di tridimensionalità in movimento dell'immagine proiettata. La porzione di filmato da noi selezionata sembrerà così uscire dallo schermo fino a sfiorare lo spettatore con una visione olografica di qualità assolutamente reale e di forte impatto emo-

zionale. Per vederla in azione è necessario avere a disposizione uno schermo speciale, due proiettori sovrapposti con lente aggiuntiva e un paio di occhiali polarizzati. La tecnica è quella utilizzata da Real Time soprattutto per fiere e convention, dove stupire è la parola d'ordine. E la stessa Real Time è in grado sia di partire dall'ideazione di un film stereoscopico sia di trasformare l'idea preesistente del cliente o dell'agenzia in un successivo progetto stereoscopico.

TECNOLOGIE AVANZATE PER UNO STANDAR ECCELLENTE

Real Time nasce nel 1997 con l'obiettivo di offrire un servizio completo a tutte le aziende, agenzie, case di produzione, case editrici, che intendono avvalersi di una struttura agile e tecnologicamente avanzata per la post-produzione di spot pubblicitari televisivi, filmati corporate, effetti speciali cinematografici, grafica 3D per l'editoria, multimedia. Entusiasmo, versatilità e una selezionata lista di collaboratori consentono a Real Time di eseguire in tempi ristretti ogni processo realizzativo, dal settore della post produzione, animazione e grafica 3D, editing video analogico e digitale, editing audio, compositing video, effetti speciali, a quello del multimedia, costruzione di interfacce grafiche animate, QuickTimeVR e RealVideo, programmazione di database inerenti alle gestioni video avvalendosi dei più sofisticati linguaggi di programmazione. In questi anni di attività, Real Time ha realizzato spot pubblicitari televisivi, filmati istituzionali, videoclip, video multimediali, filmati per convention, copertine di importanti magazine, il tutto con un elevato standard di produzione. Inoltre, il costante aggiornamento tecnico-professionale di uomini e apparecchiature consente alla struttura di offrire sempre il miglior rapporto qualità-prezzo.

Una tecnica, vari supporti

Sopra un'immagine del progetto "Smartcity", la cui resa stereoscopica è stata realizzata da Real Time. Sotto, l'iniziativa 3D di Panorama per i Mondiali di calcio

grete, ne sa valutare gli effetti, ne ha fatti propri anche i più piccoli dettagli. Sono parole di chi, soprattutto, ha cuore per lo sviluppo disciplinare di un settore che si sta espandendo a dismisura: «Sta cambiando il modo di concepire un video, dal regista al direttore della fotografia, dalla sceneggiatura ai piani sequenza, notevolmente ridotti - aggiunge ancora Matteo Volpi -. E si introduce una nuova figura di basilare importanza: lo stereografo, vale a dire colui che applica la tecnica. Un film, in effetti, deve essere concepito secondo precise regole stereoscopiche, ogni conoscenza passata del monocamera va accantonata». Il nuovo schema è presto fatto: «I componenti di una troupe devono lavorare in simbiosi - sottolinea Matteo Volpi -, conoscendo ciascuno i propri limiti e le funzioni dell'altro. Risulterebbe difficile, se non impossibile, affrontare una ripresa stereoscopica senza che ognuna delle figure elencate sappia qual è il momento di fermarsi e far entrare in azione l'altro. E ricordiamoci che i tempi di ripresa di un film stereoscopico 3D sono quasi doppi rispetto a un film normale, proprio per tutte le collimazioni che lo stereografo deve fare. Deve saper controllare e variare parallasse e convergenze contemporaneamente, in funzione dei movimenti di camera e soggetti. Insomma, è un mondo in quattro dimensioni che deve essere pensato e concepito da tutta la troupe ancor prima di iniziare a girare».

EFFETTI SPECIALI... CARTACEI

Nell'intensa attività di Real Time spiccano tre produzioni recenti di particolare rilevanza, sia dal punto di vista tecnico sia sul lato della profonda innovazione. Innanzitutto, sono da citare le due realizzazioni per altrettante operazioni firmate dal gruppo editoriale Mondadori. Per il magazine First è stata creata una gallery tridimensionale con immagini stereoscopizzate. In pratica, il giornale ha permesso ai lettori dell'ultimo numero la visione di un servizio davvero speciale grazie agli appositi occhiali allegati alla testata in edicola, utilizzabili proprio per cogliere in tutta la loro complessa ed emozionante natura le dieci fotografie scelte per il reportage pubblicato. Mentre Panorama ha pensato alla storia dei Mondiali di calcio italiani in 3D per offrire al lettore un'iniziativa promozionale della medesima natura, grazie a un servizio dedicato alla manifestazione calcistica arricchito, appunto, da immagini stereoscopizzate, anche in questo caso visibili grazie agli occhiali in regalo con il newsmagazine. Infine, porta la firma di Real Time la stereoscopizzazione del video legato al progetto "Smartcity", promosso dal Gruppo Ibm.

