

AIUTO, IL CINEMA STA DIVENTANDO VERTICALE!

Sulla spinta dei video girati con gli smartphone e dei social media, arrivano i primi film "verticali" ad alto budget, nascono televisori in grado di "ruotare" e il Vertical Movie Festival di Roma fa boom

Di ALESSIO LANA

Se i professionisti lo preferiscono orizzontale, i social e i pubblicitari lo vogliono verticale. Nella cinematografia le questioni di orientamento sono sempre più importanti ma niente di sessuale o politico: ci riferiamo ai formati delle immagini. Se per film e tv si continua a preferire l'immagine larga e bassa ("landscape" nel linguaggio degli smartphone), la maggior parte dei filmati prodotti e fruiti ogni giorno sono realizzati con il telefono in verticale, in "portrait". Una tendenza sempre più forte e larga.

Il linguaggio evolve: a breve, Covid permettendo, uscirà il primo blockbuster verticale

della storia. Già da qualche anno in Italia abbiamo un festival dedicato alla verticalità e un colosso hi-tech come Samsung ha lanciato un televisore ad hoc. Verticale, appunto.

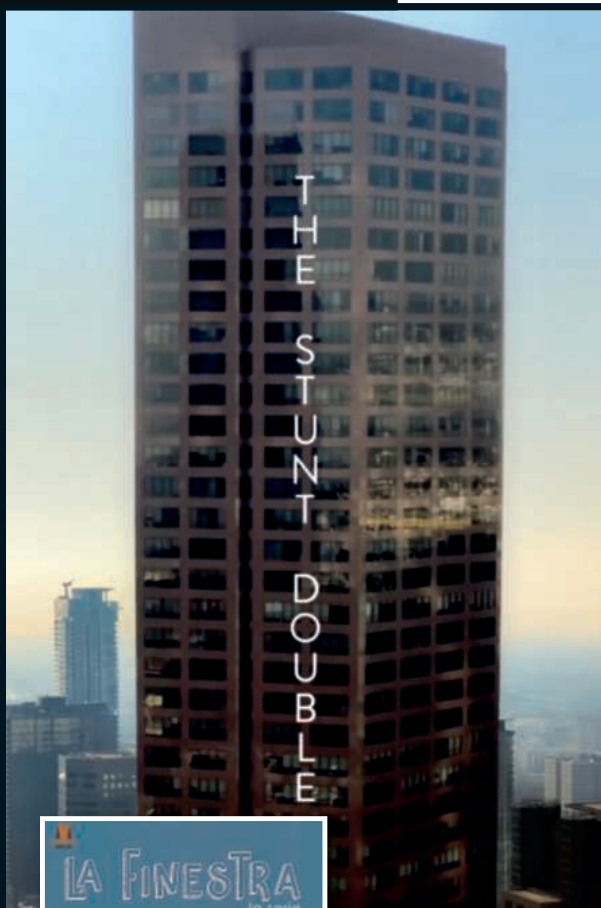
V2. Escape from Hell è un film in verticale sulla Seconda guerra mondiale. Meglio, è il primo film ad alto budget nel nuovo formato. Il regista lo conosciamo bene, è quel **Timur Bekmambetov** che ci ha regalato una follia come *Abraham Lincoln: Vampire Hunter* e da produttore ha sperimentato la visuale in soggettiva in *Hardcore!* (la firma è di Ilya Naishuller). Il pirotecnico russo già nel 2019 si era dedicato al formato oblungo con *Dead of Night*, una serie horror tutta sviluppata verso l'alto. Era stata commissionata da **Snapchat**,

difficile aspettarsi altro. Il nuovo film di Bekmambetov avrebbe potuto portare una ventata di aria fresca nel nuovo formato ma per ora si parte con cautela: dopo tanti annunci sulla verticalità si è deciso di farlo uscire anche in orizzontale così da accontentare tutti (cinema in primis).

Chi invece non si accontenta è il **Vertical Movie Festival**. Giunta alla quarta edizione, la **kermesse romana ideata da Salvatore Marino** ammette solo film alti e stretti e il crop è al bando: o giri all'insù la camera o niente. Le proiezioni avvengono su uno schermo ad hoc, una tela alta dieci metri e larga cinque che non fa rimpiangere il formato tradizionale ed evita pure le (fastidiose) bande nere. Qui

sono state presentate le serie comiche *Frigo-bar* e *La Finestra*, le straniere *Stu, my name is Stu* e *Bad Ju Ju* e non stupisce se la maggior parte dei film in concorso sono progetti promozionali. «In tre anni - racconta Salvatore Marino, direttore del festival - abbiamo avuto oltre quattromila filmati da 117 nazioni. I più prolifici sono senza dubbio i Paesi dell'Est Europa e la schiacciante maggioranza delle opere sono pubblicità vere e proprie o corti che promuovono le case di produzione». D'altronde nessuno può dire di no ai social e ci si deve adeguare. Lo ha fatto perfino un premio Oscar, **Damien Chazelle**, a cui Apple ha commissionato *The stunt double*, un corto nato per pubblicizzare le doti dell'iPhone 11 Pro. Un filmato così verticale da partire da un grattacielo.

E visto che l'onda monta, **la tecnologia è pronta** ad attrarre chi la cavalca. Smartphone con sensori sempre più grandi e intelligenza artificiale evoluta rendono più facile la produzione di video verticali di stampo cinematografico, gli adattatori per innestare ottiche cinematografiche sui telefoni costano sempre meno e da ultimo c'è chi ha realizzato un televisore ad hoc. È Samsung. La base monolitica del suo The Sero nasconde un meccanismo che permette di far ruotare il pannello a seconda del contenuto. **Basta orientare il telefono per veder girare lo schermo in verticale** e godere dei filmati in 9:16 in pieno formato. Oggi è ancora un prodotto di nicchia. Ma domani chissà. ■



La locandina della serie *La finestra*, presentata al Vertical Movie Festival di Roma.