

“Media in China”
La storia e i modelli di produzione e diffusione
dell’animazione in Cina

Tesi di
Vincenzo De Masi

Direttore di tesi
Prof. Giuseppe Richeri

Presentata alla
Facoltà di scienze della comunicazione
Università della Svizzera italiana

per il titolo di
Dottore in Scienze della comunicazione

Mese anno

Riassunto

Durante l'ultimo decennio la Cina ha vissuto un momento di grande espansione commerciale nei mercati internazionali. In questo contesto di costante crescita si inseriscono anche le industrie creative e in particolare il settore dell'animazione che ha subito una profonda evoluzione col passare degli anni.

Il settore dell'animazione cinese riesce a produrre dei contenuti destinati sia al mercato interno sia estero su commessa dei grandi produttori giapponesi, americani ed europei.

Oggi la Cina è diventata il primo produttore al mondo di animazione perché considera questo tipo di industria come uno dei suoi più importanti settori produttivi e perciò ha promosso delle azioni politiche volte a sostenere le scuole di formazione per gli addetti al settore e il mondo della produzione e distribuzione. Secondo molti studiosi il governo attua queste politiche per garantirsi non solo profitti economici ma anche culturali. Di fatto incentiva la formazione ideologica dei giovani al fine di rafforzare la propria identità nazionale (Qing 2006, Tan 2006, Lu Bin 2013).

Il presente lavoro di ricerca parte dalle origini dell'industria dell'animazione cinese per arrivare alla situazione attuale che vede la sua importante presenza nei mercati esteri.

L'obiettivo della tesi è quello di individuare le variabili principali e le contraddizioni che caratterizzano la situazione attuale dell'animazione cinese nonché i problemi relativi al mercato interno e internazionale e al rapporto tra i prodotti nazionali e prodotti di importazione.

Abstract

During the last decade China has experienced a moment of great commercial expansion into international markets. In this context of constant growth there are also the creative industries and in particular the animation sector that has significantly evolved over the years.

The Chinese animation industry is able to produce contents for both the domestic and abroad market for job orders coming from Japanese, American and European big companies.

Today China has become the first producer of animation in the world because it considers this industry as one of its most important productive sectors and thus it has promoted policy actions supporting both training schools for employees of the sector and the world production and distribution. According to many scholars, the government implements these policies to secure not only economic but also cultural benefits. In fact it encourages the ideological education of young people in order to strengthen their national identity (Qing 2006, Tan 2006, Lu Bin 2013).

This research starts from the beginning of the Chinese animation industry until the current situation which marks its major presence in foreign markets.

The aim of this work is to identify the main variables and the contradictions that characterize the current state of the Chinese animation as well as the problems related to the domestic and international market and the relationship between domestic and imported products.

Ringraziamenti

Vorrei ringraziare innanzitutto il Prof. Giuseppe Richeri che si è reso disponibile come relatore principale della mia tesi. Nei momenti di difficoltà, il Prof. Richeri mi è stato di notevole aiuto, sia con la sua competenza in materia che con la sua amicizia incoraggiandomi e guidandomi nel corso dei miei studi e delle mie ricerche. Vorrei anche ringraziare i ricercatori, i colleghi e i professori dell'Università di Zurigo, e in particolar modo la Prof.ssa Margrit Tröhler e la Dr. Veronika Rall che mi hanno seguito in tutte le fasi del mio percorso.

Un ringraziamento particolare va anche a Elenora Benecchi, Chwen Chen Chen, Gialuigi Negro, Zhang Zhan, Gloria Dagnino e a tutti i ricercatori dell'Osservatorio dei Media in Cina e dell'IMeG, che mi hanno supportato e soprattutto sopportato in questo percorso di ricerca.

Un altro mio grande debito è con il Prof. J. H. Lent e Ying Xu che mi hanno sempre fornito dei preziosi consigli e mi hanno messo in contatto con professionisti e professori di fama in Cina.

La Prof.ssa Luo Qing e i suoi collaboratori mi hanno ben accolto alla Communication University of China di Pechino, dove ho potuto conoscere e collaborare con la Prof.ssa Jia Fou, e Yan Han e Zhang Bo.

Devo ringraziare anche il Prof. Colin Sparks e il suo staff dell'Università di Westminster Londra (China Media Center) per avermi offerto la possibilità di approfondire la mia ricerca presso la loro università dove sono stato in contatto con professionisti e colleghi di tutto il mondo.

Un ringraziamento speciale va alla mia famiglia. Le parole non possono esprimere la mia riconoscenza verso i miei genitori, le mie sorelle Anna e Maria Lucia, Pietro, Gianluigi, Annachiara, Yutaka e Mutsuko. Il vostro costante sostegno mi è stato di grande aiuto.

Infine vorrei esprimere stima e profonda gratitudine alla mia amata moglie Aiko, che ha mi ha sempre sostenuto e incoraggiato nei momenti più difficili. E ringrazio ovviamente mia figlia Minako, fonte di coraggio e di ispirazione per la mia vita.

I miei limiti e la mia caparbia hanno impedito a questi professori, amici e parenti di migliorare il mio lavoro.

Indice

Introduzione.....	10
Struttura della tesi.....	11
Metodologia.....	12
Questioni metodologiche.....	15
Premessa.....	18
Cos'è l'animazione.....	18
L'animazione nel periodo del cinema muto.....	20
1 CAPITOLO - Storia dell'animazione cinese.....	24
1.1 Struttura del capitolo.....	24
1.2 Il <i>Donghua</i> (动画) e il <i>Měishùpiàn</i> (美术片).....	24
1.3 Prima della pellicola e dei pionieri del cinema di animazione in Cina.....	25
1.4 I fratelli Wan.....	27
1.5 Il cinema di animazione progressista (1931- 1936).....	30
1.6 Animazione di propaganda (1937-1941).....	33
1.7 <i>La principessa con il ventaglio di ferro</i>	35
1.8 I nuovi autori.....	38
1.9 Shanghai Animation Film Studio.....	40
1.10 L'età d'oro dell'animazione cinese.....	45
1.11 Campagna Anti-destra nell'animazione (1957-1964).....	50
1.12 La rivoluzione culturale (1966 - 1976).....	53
2 CAPITOLO - Il post-rivoluzione e l'animazione moderna.....	57
2.1 Struttura del capitolo.....	57
2.2 Il ritorno dell'età dell'oro.....	57
2.3 L'avvento della TV e la seconda età dell'oro.....	62
2.4 L'era digitale.....	66
2.5 Le politiche del governo a sostegno dell'industria dell'animazione.....	71
2.6 I nuovi regolamenti governativi e le produzioni in 3D.....	73
2.6.1 Nuovi tipi di produzione.....	75
2.7 L'impegno governativo.....	79
2.7.1 Produzione rappresentativa di questo periodo.....	80
2.8 Nuove politiche a supporto del settore.....	82
2.8.1 Internet e le nuove produzioni.....	84
2.9 Per una produzione animata matura.....	86

2.9.1	L'esempio di Pleasant Goat	89
3	CAPITOLO - L'importanza dei <i>Manhua</i>	92
3.1	Struttura del capitolo	92
3.2	I pionieri del <i>Manhua</i>	92
3.3	Il successo del <i>Manhua</i>	96
3.4	La rivoluzione culturale del fumetto e la sua rinascita.....	98
3.5	L'invasione giapponese e il fumetto moderno	99
3.6	Il <i>Manhua</i> moderno	101
3.7	Fumetto digitale.....	104
4	CAPITOLO - Analisi del mercato e il nuovo concetto dei diritti di autore.	107
4.1	Struttura del capitolo	107
4.2	Industrie creative	107
4.3	Mercato dell'animazione	109
4.4	Produzione.....	112
4.4.1	I luoghi dell'animazione	119
4.5	Coproduzioni.....	122
4.6	Esportazioni.....	125
4.7	Pirateria	127
4.8	Sviluppo del mercato dei derivati.....	130
4.9	Sfruttamento dei derivati	133
4.10	Outsourcing	136
4.11	Paperless.....	142
4.12	La Cina e il mercato del videogioco.....	144
5	CAPITOLO - Creatività e cultura dello <i>Shanzhai</i>	147
5.1	Struttura del Capitolo	147
5.2	Lo stile creativo.....	147
5.2.1	Disney Classic.....	148
5.2.2	Le nuove scuole americane di animazione - Dreamworks animation , Blue Sky e Illumination Entertainment.	149
5.2.3	La nascita delle <i>anime</i> giapponesi.....	152
5.2.4	La tecnica dell'animazione giapponese.....	154
5.2.5	Canoni animati cinesi.....	155
5.2.6	Tecniche per un'animazione globale.....	156
5.3	Il problema della Non-Creatività.....	158
5.4	Il problema dello <i>Shanzhai</i>	160
5.5	Scuole di animazione.....	167
6	CAPITOLO - Modelli di diffusione classica	170

6.1	Struttura del capitolo	170
6.2	La distribuzione in TV	170
6.3	La nascita delle TV tematiche di animazione.....	176
6.3.1	CCTV animation.....	177
6.3.2	Tianjin TV Children.....	182
6.3.3	KaKu TV.....	183
6.3.4	Golden Eagle Cartoon TV.....	184
6.3.5	Toonmax TV.....	185
6.3.6	Altre TV importanti	186
6.4	Diffusione al cinema	187
6.4.1	Il punto di svolta con <i>Pleasant Goat</i>	188
6.4.2	L'anno della Tigre, non solo <i>Pleasant Goat</i>	189
6.4.3	L'anno del Coniglio e dei record	190
6.4.4	L'anno del Dragone	191
6.4.5	L'anno del Serpente e del Cavallo	193
6.5	Diffusione fuori dalla Cina	194
6.6	Altre attività a sostegno della di diffusione: mostre e festival in Cina	195
7	CAPITOLO - Diffusione nei Nuovi Media	197
7.1	Stuttura del Capitolo.....	197
7.2	La diffusione nei New Media	197
7.3	Diffusione sul web.....	199
7.3.1	Youku.com.....	201
7.3.2	QQvideo.....	202
7.3.3	LeTV, iQiyi e gli altri siti di videosharing	202
7.3.4	Dati delle principali visite online	203
7.5	Diffusione mobile.....	205
7.6	Il caso di <i>Miss Puff</i> : un esempio di animazione innovativa online.....	208
7.6.1	Il contesto produttivo di <i>Miss Puff</i>	208
7.6.2	Riferimenti culturali e la dimensione del non-luogo	210
7.6.4	L'impatto sociale delle nuove città in <i>Miss Puff</i>	213
8	Capitolo - Gli altri Paesi concorrenti	216
8.1	Struttura del capitolo	216
8.2	Modelli competitivi	216
8.3	L'animazione e il fumetto in Corea del Sud.....	217
8.3.1	La nascita dei Manhwa in Corea del Sud.....	217
8.3.2	La nuova generazione animata	219

8.4	Le animazioni in Corea del Nord	222
8.5	Il Giappone e le sue <i>anime</i>	224
8.5.1	Supporti governativi?	226
8.6	Taiwan e il mercato animato	227
8.6.1	La distribuzione	229
8.6.2	L'animazione tradizionale taiwanese	230
8.6.3	L'arte tradizionale della puppet animation nell'animazione	230
8.6.4	Una breve storia della glove puppetry in Cina e Taiwan	231
8.6.5	La scuola e il teatro di marionette a Taiwan	233
8.6.6	Un nuovo stile per l'animazione di burattini e l'evoluzione dei personaggi	235
9	Conclusioni	241
9.1	Creare l'animazione	242
9.2	La corsa all'oro	243
9.2	Il valore dell'animazione	245
9.4	Nuove visioni dell'animazione	245
10	Appendice	247
10.1	L'importanza del marchio	247
10.2	Animazione Diffusa	252
10.3	Cronologia del supporto governativo	256
10.4	La diffusione di nuovi modelli culturali attraverso l'animazione	270
10.4.1	Influenza Animata	270
10.4.2	Fasi storiche e politiche per diffondere modelli culturali attraverso l'animazione	271
10.4.3	Il periodo del Softanima	273
10.5	Nuove tecnologie	276
10.6	Studi Outsourcing e le loro principali realizzazioni	278
10.7	TV importanti di animazione	281
10.7.2	Diffusione via satellite: l'esempio giapponese	284
10.8	Altri Shanzhai animati	285
10.8.1	Shanzhai Multicopia	289
10.8.2	Forme di shanzhai collegate all'animazione	293
10.9	Il problema del sonoro	301
10.10	Persone intervistate	302
10.11	Dati e tabelle complete	305
10.1.2	Elenco ufficiale dei festival Pubblicato dal Bluebook 2012	313
	Bibliografia	315
	Sitografia	333

Filmografia	335
-------------------	-----

Introduzione

Oggi l'animazione risulta essere uno dei settori dell'industria creativa che registra i maggiori margini di crescita sia dal punto di vista economico che occupazionale.

In questo contesto si inserisce l'industria dell'animazione cinese che negli ultimi anni è riuscita a dominare la scena internazionale grazie all'evoluzione costante delle sue tecniche.

Sulle caratteristiche e le dinamiche dell'industria dell'animazione cinese sono state realizzate una serie di ricerche (Lent 2010, Qing 2006, Tan 2006), e all'interno di questo panorama si sono individuati alcuni aspetti rilevanti che non sono stati messi in luce con la sufficiente precisione negli studi precedenti. Ad esempio, non si è indagato a fondo sui motivi e i processi che hanno portato l'industria dell'animazione cinese a diventare, in un breve lasso di tempo, una delle industrie trainanti a livello mondiale e il primo produttore al mondo di animazione per numero di minuti prodotti ogni anno (Lu Bin 2013).

Il presente lavoro perciò ha lo scopo di fornire una prospettiva sul fenomeno dell'industria di animazione cinese e in particolare sulle seguenti tematiche:

- 1) lo sviluppo storico dell'animazione cinese dal punto di vista dei prodotti (contenuti, stili narrativi, formati, impostazioni, ecc.), della distribuzione e di accesso (canali, media e reti tecnologiche, ecc);
- 2) i fattori di successo che hanno portato l'animazione ad occupare una posizione sempre più strategica nel contesto dei media non solo in Cina, ma anche in alcuni mercati esteri;
- 3) lo stato attuale del settore dell'animazione, i suoi prodotti più tipici e le sue strutture di diffusione e di accesso;
- 4) le motivazioni e i contenuti delle politiche pubbliche adottate dal governo per sviluppare il settore dell'animazione;
- 5) le diverse modalità di fruizione da parte degli utenti;
- 6) e le forme di diffusione dei prodotti fuori dal mercato.

Struttura della tesi

La tesi sarà strutturata in 10 capitoli, contenenti specifiche tematiche che costituiscono la base di questa indagine.

- Nei primi due capitoli verrà delineato un quadro generale delle principali fasi dello sviluppo storico dell'animazione cinese. Successivamente si analizzerà l'impatto del cinema di animazione cinese dal punto di vista sociale, culturale e identitario e, in queste pagine, si procederà inoltre ad un'analisi dei film, dei loro contenuti e delle loro forme stilistiche e narrative.
- Nel terzo capitolo prenderà in esame il fumetto, la sua nascita, evoluzione e trasformazione avvenuta nel corso degli anni. Precisamente, questo capitolo intende proporre un'analisi del fumetto, attraverso la quale delineare la sua importanza sia dal punto di vista della creatività che come ispirazione per il settore stesso dell'animazione.
- Il quarto capitolo presenterà un'analisi dell'attuale mercato dell'animazione e una dettagliata mappatura dei principali centri di produzione di animazione. A seguire si cercherà di fare chiarezza sulle principali strategie finanziarie adottate dai più importanti studi di animazione e sull'importanza che riveste la catena del valore nel settore dell'animazione. Nelle pagine conclusive del capitolo si fornirà un quadro generale sulle iniziative politiche pubbliche a supporto delle imprese.
- Il quinto capitolo verranno presentati i canoni dell'animazione tradizionale cinese con lo scopo di metterli in relazione con le tecniche di animazione moderne e i contenuti delle nuove animazioni. Nello stesso capitolo verrà fornita un'analisi relativa al fenomeno dello *Shanzhai*, cioè dei prodotti copia, e delle sue conseguenze economiche e culturali.
- Nel sesto capitolo verranno tracciate e analizzate le linee generali riguardanti i principali canali di diffusione dei contenuti di animazione.
- Il settimo capitolo verrà dedicato allo studio dei nuovi canali di distribuzione offerti dalle nuove tecnologie, in particolare internet. Seguirà l'analisi del caso studio riguardante la serie animata dal titolo *Miss. Puff*, un prodotto di

animazione nato per la distribuzione su internet che ha riscosso grande successo di mercato e di critica.

- Nell'ottavo capitolo si fornirà una panoramica generale delle strategie usate dagli altri Paesi produttori di animazione che cercano di competere con le imprese cinesi. Nelle pagine conclusive del capitolo si prenderà in esame il caso studio della serie animata dal titolo *Pili*, un cartone animato taiwanese che usa le antiche tecniche della puppet animation cinese.
- Il 9° e il 10° capitolo verranno rispettivamente dedicati alle conclusioni e agli approfondimenti (Appendice).

Metodologia

Il presente lavoro di ricerca ha utilizzato due tipi di approcci metodologici distinti ma integrati nel contempo: l'approccio *Science and Technology Studies* (STS) e l'approccio dell'economia politica dei media (Richeri 2006).

L'approccio STS risulta particolarmente adatto per questo genere di ricerca perché analizza le componenti tecnologiche e la loro influenza sullo sviluppo del settore (Sismondo 2011).

Le caratteristiche principali dell'approccio *Science and Technology Studies*, adattate al campo dei media, sono utili per studiare il modo in cui le nuove tecnologie e le politiche adottate dal governo possono influenzare il settore dei media e viceversa (Rice 1988, Joerges 2003, Fuller 2007).

La presente ricerca ha utilizzato l'approccio STS per analizzare la storia dello sviluppo tecnologico cinese¹ in relazione alle politiche adottate dal governo e al ruolo che hanno avuto nel settore dell'animazione. Questo metodo è stato utilizzato principalmente nei capitoli incentrati sulla produzione, diffusione e delle politiche governative.

Il secondo approccio riguarda l'economia politica dei media che analizza il modo in cui lo stato, le imprese e i consumatori riescono a configurare il settore dei media (Mosco 2009).

¹ L'ingresso della Cina nel WTO nel 2001 ha apportato un radicale cambiamento nel settore tecnologico.

Questo tipo di approccio è stato utile per impostare le interviste ad alcuni protagonisti del settore dell'animazione e per analizzare il loro punto di vista riguardo l'intervento dello stato e lo sviluppo delle imprese in relazione con i consumatori.

Per questo lavoro sono state condotte delle interviste in profondità sia ad alcuni attori importanti dell'industria dell'animazione (produttori, registi e creativi) cinesi, taiwanesi e giapponesi, sia interviste a studiosi, esperti del settore, di alcune università cinesi, inglesi e svizzere.

Le interviste individuali ad imprenditori e produttori del settore (interviste semi-strutturate) sono state realizzate seguendo un modello prestabilito di domande e garantendo agli intervistati ampia libertà nelle risposte. Tutte le domande sono state utili per capire meglio sia le relazioni sia intercorrono tra il mondo dell'industria dell'animazione e le politiche del governo sia lo stato reale dello sviluppo del settore dell'animazione in Cina.

Per quanto riguarda le interviste in profondità ai creativi, le domande miravano a mettere in luce:

- l'attuale stato di creatività presente nei prodotti di animazione cinese;
- il margine di libertà dei creativi nella realizzazione di animazioni finanziate dal governo;
- la possibilità da parte degli autori indipendenti di ottenere una reale visibilità sul mercato;
- un quadro generale dei problemi che sia gli autori indipendenti che quelli del settore industriale dell'animazione devono affrontare usualmente.

Le interviste effettuate con gli studiosi del settore invece sono state molto utili per avere una panoramica più dettagliata riguardo a:

- i cambiamenti avvenuti all'interno delle università che, negli ultimi anni, hanno aumentato il numero dei corsi di insegnamento dell'animazione;
- la relazione che intercorre tra il mondo industriale e quello accademico per quanto riguarda la produzione di contenuti di animazione;
- la percezione che la collettività dimostra nei confronti dell'animazione e il loro rapporto con essa.

La durata media delle interviste è stata di 75 minuti per tutti gli intervistati, ad eccezione dei creativi (circa 100 minuti). Sono state intervistate circa 80 persone che operano nell'industria di animazione, in particolar modo produttori e esperti in marketing; 30 studiosi universitari (tra cui professori, PhD e studenti di master in animazione) e 10 registi e autori².

La prima fase di ricerca è stata arricchita da una *desk research*. Perciò vi è stata un'attenta e scrupolosa analisi di tutta la bibliografia/letteratura riguardante lo studio dell'animazione cinese. Sono state consultate anche altre fonti importanti, quali riviste accademiche, dati ufficiali ecc. Lo scopo principale di questa prima fase è stato quello di fornire un quadro generale dei prodotti di animazione e delle tecnologie usate per la loro produzione tenendo presente soprattutto il contesto sociale in cui l'animazione stessa opera. John A. Lent, Xijie Qing e John Caldwell sono stati i principali autori di riferimento per questo tipo di analisi perché si sono occupati della circolazione dei prodotti della cultura popolare, della storia e dello sviluppo del settore dell'animazione in Cina.

In particolare Lent ha condotto degli studi dal punto di vista storico sulla produzione e diffusione dell'animazione in Asia (Lent 2003), fornendo spunti e tecniche di analisi che sono state applicate anche per l'animazione cinese (Lent 2002).

Invece Qing si è occupato della circolazione e diffusione di culture nazionali diventate poi internazionali o globali e in particolare nella sua opera *An Economic Research of China's Animation Industry* delinea alcuni dei percorsi che l'animazione cinese sta intraprendendo in questa fase iniziale di produzione e diffusione, analizzata anche tenendo conto delle nuove tecnologie di comunicazione e di diffusione dei prodotti audiovisivi (Qing 2006).

John Caldwell da parte sua ha realizzato vari studi collegati ai *Cultural studies* (White 2006) e alle teorie di produzione, diffusione dei prodotti audiovisivi e all'impatto che hanno sulla cultura e sull'industria dei media (Caldwell 2008). Le tesi affrontate da Caldwell sono state utilizzate per analizzare il contesto dell'animazione cinese attraverso

² L'elenco completo delle interviste si trova nel paragrafo dal titolo *Persone intervistate*.

i *Cultural Studies* e i modelli di produzione e diffusione già descritti da Caldwell in “*Studies of media production: critical industrial practices*” (White 2006).

Dal punto di vista estetico è stato utile analizzare l’animazione cinese avvalendosi delle linee guida di David Bordwell e Kristin Thompson in “*Art Film: An Introduction*”, adattando le loro teorie ai prodotti di animazione cinese (Bordwell 2010).

Per approfondire meglio l’analisi dei prodotti di animazione si è applicata la metodologia elaborata da Thomas Lamarre nel suo libro *The Anime Machine*. La sua opera analizza le teorie di animazione dal punto di vista tecnico in quanto, secondo l’autore, non devono essere considerate solo " a list or catalog of formal features of animation or anime ³" (Lamarre 2009). Nella sua analisi, Lamarre si concentra in particolare sull’animazione giapponese. Ma l’approccio di Lamarre è risultato particolarmente utile anche per analizzare l’animazione cinese.

Questo tipo di ricerca ha cercato di identificare i problemi, i punti di forza e le caratteristiche che hanno storicamente caratterizzato la produzione dell’animazione, da un punto di vista stilistico ed economico, al fine di individuare le ragioni del successo sui mercati nazionali e internazionali.

Il presente studio riporta e utilizza inoltre i dati forniti dalle più importanti organizzazioni che si occupano del settore dell’animazione, sia in Cina sia nei mercati in cui i prodotti cinesi sono commercializzati, e dei canali utilizzati per diffondere questo tipo di prodotto (Ellison 2011). I dati raccolti sono stati trattati criticamente alla luce delle caratteristiche specifiche del contesto socio-culturale della Cina, delle tendenze internazionali (la globalizzazione, la diffusione di prodotti cinesi sui mercati mondiali, un rinnovato interesse per la produzione di animazione, lo sviluppo delle tecnologie per la produzione) (Zhao 2008).

Questioni metodologiche

Un fattore altamente limitativo della fase di *desk research* è stata la discordanza di informazioni riguardanti l’animazione cinese: un problema ben noto tra i ricercatori che

³ Traduzione in italiano: Una lista o catalogo delle caratteristiche formali di animazione o di *anime*.

si occupano di media e comunicazione in Cina. Perciò in questo studio si è cercato sempre di mettere a confronto dati provenienti da diverse fonti governative come i rapporti della State Administration of Radio, Film, and Television (SARFT, 国家广播电视总局, Guójiā Guǎngbō Diànyǐng Diànshì Zǒngjú, conosciuta anche come SAPPRT)⁴, i dati raccolti nelle pubblicazione della Social Science Academic Press (BlueBook) e da altre pubblicazioni accademiche, in modo da avere una migliore approssimazione dei dati.

Per il rispetto e per trasparenza delle fonti si è preferito mettere accanto alle traduzioni i titoli originali con gli ideogrammi delle animazioni prese in esame. Si è ritenuto essenziale adottare questa scelta perché durante questo lavoro le traduzioni in inglese, o in altre lingue consultate, non fornivano nessuna indicazione sulle fonti originali: ciò ha reso molto impervio il reperimento dei documenti originali. Dunque per citare le fonti si sono resi sempre espliciti i riferimenti, utilizzando la seguente forma:

1. titolo tradotto in italiano
2. titolo originale (ideogrammi)
3. trascrizione fonetica
4. eventuale titolo in inglese

Esempio:

L'arazzo di Chuang (一幅僮锦, Yī fú tóng jǐn, *Chuang Tapestry*)
Titolo tradotto Titolo originale + Trascrizione fonetica + Eventuale titolo in inglese

Questo modo di rappresentare i titoli è stato applicato anche ai titoli giapponesi e coreani⁵. Inoltre col termine *Corea* nel testo intendiamo la Corea del Sud (Repubblica di Corea) con il termine Corea del Nord si specifica *Repubblica Popolare Democratica di Corea*.

La lingua cinese non ha rappresentato per me un fattore limitativo. Anche se non conosco la lingua cinese, tutte le fonti in lingua cinese come la letteratura, le riviste scientifiche e i siti internet, sono state tradotte in lingua inglese da colleghi o

⁴La SARFT è un organo esecutivo del Consiglio di Stato della Repubblica Popolare Cinese, il cui principale compito è quello della gestione e supervisione delle imprese statali impegnate nel campo televisivo, radiofonico e cinematografico.

⁵ Quando la trascrizione fonetica non appare è perché si è preferito mettere come titolo la trascrizione fonetica stessa, questo vale soprattutto per i nomi di persona o di luoghi.

professionisti del settore. In particolar modo durante il mio soggiorno in Cina, avvenuto dal 20 di aprile al 30 luglio 2012, sono stato ospitato dalla Communication University of China (CUC, Pechino) dove sono stato affiancato da alcuni ricercatori, colleghi, PhD e professori del dipartimento di Animazione (con i quali sono in costante contatto) che mi hanno aiutato a reperire le fonti e a risolvere alcuni problemi inerenti la traduzione dei testi.

Premessa

Cos'è l'animazione

Nel mondo degli audiovisivi si trovano molte teorie ed interpretazioni che hanno cercato di dare una definizione alla parola animazione, ed è molto difficile avere oggi una interpretazione condivisa universalmente di questo termine.

L'etimologia del termine *animazione* deriva dal latino *animatio*, vale a dire "l'atto di portare alla vita": è una parola composta dal verbo *Animo* "animare" o "dare vita a" e dal suffisso *-atio* "l'atto di". In particolare l'animazione ha subito negli anni una serie di variazioni radicali nella tecnica del disegno che ne hanno cambiato il significato originale (Bendazzi 1999).

Tra le più comuni teorie sull'animazione cinematografica due in particolare risultano essere le più accreditate: la prima è più propriamente *tecnica* e ritiene che la base dell'animazione sia quello di dare l'illusione del movimento (Vezzoli 200); la seconda assume una valenza *filosofica* espressa in modo preciso da Norman McLaren, uno dei pionieri del cinema di animazione, secondo la quale "Animation is not the art of drawings that move but the art of movements that are drawn" (LaMarre 2009), vale a dire: "L'animazione non è l'arte di disegni che si muovono, ma l'arte di movimenti che sono disegnati".

Le origini dell'animazione, come tecnica utilizzata per l'intrattenimento, risalgono al 1834 con il britannico William George Horner che inventò lo *zootropio* (Fig. 1), un dispositivo che, sfruttando il principio della persistenza retinica, faceva vedere le immagini in movimento. Il dispositivo era formato da un cilindro rotante nel quale erano state create delle feritoie ad intervalli regolari, dove si inserivano disegni o immagini in sequenza, e così, grazie alla rotazione del cilindro, si riusciva ad avere l'illusione del movimento (Peruzzi 2010).

Fig. 1- Esempio di Zootropio



Fonte: Snapshot da youtube.

Secondo alcuni storici una tecnica simile era stata inventata in Cina da Ting Huan (丁緩) intorno al 180 D.C. il cui nome era *chao hua chich kuan*, ossia il *Tubo che faceva comparire le fantasie* (Needham 1962).

Nel 1876, prima del cinema e della proiezione delle immagini in movimento, il francese Charles-Émile Reynaud inventò il prassinoscopio: questo dispositivo che permetteva la proiezione d'immagini in movimento era chiamata la pantomina luminosa. Le prime proiezioni non erano altro che una sequenza di disegni animati dal dispositivo di Reynaud (Sangiovanni 2012).

La prima vera e propria proiezione al pubblico avvenne nel 1892 presso il museo Grévin di Parigi, addirittura tre anni prima della famosa proiezione ad opera dei fratelli Lumière. Reynaud è considerato l'inventore dell'animazione moderna e il "padre del cartone animato" (Fig. 2).

Nei suoi cinque cortometraggi (corti) di animazione le tematiche erano molto semplici e lo scopo era soprattutto di divertire e incuriosire il pubblico. La sua opera più famosa è la *Pauvre Pierrot* che conta più di 500 disegni, della durata di 6 minuti. Si calcola che i corti di Reynaud siano stati visti tra il 1892 al 1900 da circa mezzo milione di persone, ossia fino a quando questa tecnologia venne sostituita definitivamente dall'invenzione dei Lumière (Lupo 2002).

Fig. 2 – Esempio del funzionamento dell'invenzione di Charles-Émile Reynaud



Fonte: <http://www.anifilm.cz/>

Inoltre, come abbiamo visto, alla base dei lavori di Reynaud vi erano dei disegni realizzati con la stessa tecnica utilizzata più tardi dall'animazione su pellicola.

L'animazione nel periodo del cinema muto

Nel 1906 James Stuart Blackton realizzò negli Stati Uniti il primo film di animazione che utilizzava la tecnica dello stop motion. Il titolo era *Humorous Phases of Funny Faces* la cui durata era di appena tre minuti (Lenburg 2006).

Negli anni successivi e dopo molte sperimentazioni, nel 1908 il francese Emile Cohl fu il regista di *Fantasmagorie*: tutti gli studiosi considerano questo corto di animazione come il primo film completo di animazione soprattutto per quanto riguarda la tecnica utilizzata (700 disegni) e il periodo di lavorazione che durò circa tre mesi per soli ottanta secondi di animazione. Nello stesso anno il corto venne presentato per la prima volta al Théâtre du Gymnase di Marsiglia dove riscosse un grande successo (Crafton1993).

Grazie all'uso della pellicola come supporto di registrazione, le tecniche di animazione cominciavano ad essere più sofisticate richiedendo esperti disegnatori per la realizzazione di film animati. Alcune case cinematografiche intuirono che il cartone animato poteva trasformarsi in un business e la United Vitagraph di New York (poi rilevata dalla Warner Bros) fu tra le prime aziende che seppero sfruttare le nuove attese

del pubblico fruitore. In questo studio vennero prodotti i film di animazione non solo di James Stuart Blackton (cofondatore della Vitagraph) nel 1900 con *The Enchanted Drawing* e sei anni dopo con *Humorous Phases of Funny Faces*, ma anche quelli di Winsor McCay, considerato il più grande pioniere del genere.

United Vitagraph produsse anche la prima animazione di Winsor McCay che, insieme a James Stuart Blackton, diresse il corto di animazione dal titolo *Winsor McCay the Famous Cartoonist of the N.Y. Herald and His Moving Comics* nel 1911. Questo corto è considerato uno dei film di animazione più famosi al mondo (Crafton 1993) e infatti dal 2009 viene conservato nel National Film Registry presso la Biblioteca del Congresso degli Stati Uniti⁶.

Visto il successo delle produzioni di Winsor McCay, molti autori intuirono le potenzialità del cinema di animazione e nel 1914 nacque la Barré-Nolan Studio, il primo studio cinematografico dedicato alla sola produzione di cartoni animati, fondato da Raoul Barré and William Nolan: fu il primo studio a concentrarsi sulla realizzazione di prodotti animati in serie (Bendazzi 2001).

Barré e Nolan furono anche i pionieri di nuove tecniche di animazione usate tuttora, come il sistema PEG: esso consisteva nella perforazione dei fogli utilizzati per disegnare le sequenze del cartone e attraverso due fori posti alla stessa distanza su ogni foglio di lavorazione, tutto ciò consentiva la precisione del disegno nella sovrapposizione delle sequenze animate, agevolando la messa in opera dell'immagine stessa e migliorando la fluidità del movimento.

Raoul Barré fu inoltre l'inventore della tecnica di animazione chiamata *Slash*: per la prima volta si utilizzava il sistema di disegnare solo una volta lo sfondo dell'animazione sul quale si sovrapponevano poi le sequenze dei personaggi, evitando di replicare il disegno fotogramma dopo fotogramma. Va evidenziato come questa tecnica assicurasse oltre alla riduzione dei tempi di lavorazione anche un'alta qualità del prodotto e una minor fatica per i disegnatori (Gifford 1990).

Le serie più famose realizzate nello studio Barré-Nolan sono: *Animated Grouch Chasers* (1915), *The Boob Weekly* (1916) *Mutt and Jeff* (1913-1926).

⁶ Fonte ufficiale del National Film Registry http://www.loc.gov/film/registry_titles.php, ultimo accesso 12 marzo 2013.

Un altro studio considerato tra i primi del settore dedicato esclusivamente all'animazione è stato lo studio Bray, fondato negli Stati Uniti tra il 1913 (Corsaro 2002) e il 1914 (Browne 2001). Lo studio Bray è importante perché è proprio qui che molti artisti hanno cominciato la loro carriera, divenendo in seguito gli autori più importanti e famosi dell'animazione mondiale. Basti citare i fratelli Fleischer, creatori di *Popeye (Braccio di ferro)*, *Betty Boop*, *Superman* e *Koko il Clown*; Patrick Sullivan, il creatore di *Felix The Cat* (in Italia conosciuto come *Mio Mao*); Walter Lantz, famoso creatore di *Woody Woodpecker* (Picchiarello).

Lo studio Bray ebbe il merito di accogliere nel proprio staff questi famosi disegnatori, i quali, oltre a dare lustro all'azienda per le loro eccellenti doti artistiche, furono anche celebri per le loro invenzioni, prima fra tutte il *Rotoscopio* ad opera dei fratelli Fleischer che rivoluzionarono il sistema di animazione negli anni successivi (Simion 2008).

Nel 1917 l'italiano Quirino Cristiani, trasferitosi insieme alla famiglia in Argentina, realizzò il primo lungometraggio di animazione dal titolo *El Apóstol*. Un incendio divampato nello studio Valle⁷, dove Cristiani lavorava, distrusse l' unica copia del lungometraggio, insieme a tutte le altre prime pellicole dell'autore. Il film è realizzato con la tecnica cutout animation e la durata è di 70 minuti in 58.000 fotogrammi. Cristiani può vantare anche il primato di avere prodotto il primo film d'animazione sonoro chiamato *Peludópolis* (1931), anche se in forma primitiva, infatti l'audio era registrato su un disco che andava in sincrono con il cartone animato.

In questo periodo storico di sperimentazione bisogna ricordare anche lo studio Pat Sullivan Studios, fondato da Pat Sullivan e Otto Mesmer nel 1920. I due fondatori diedero vita al famoso cartoon *Felix the cat*, che per molti anni riscosse un grandissimo successo in tutto il mondo diventando il primo cartone animato ad essere commercializzato e ad avere dei prodotti derivati (Bendazzi 1999).

Nel frattempo in Europa si sperimentavano nuove tecniche di animazione. In Germania gli animatori Oskar Fischinger, Walter Ruttmann e Hans Richter si cimentarono in un nuovo genere di animazione chiamata *animazione astratta*, molto interessante per lo stile,

⁷ Studio creato da Federico Valle, italiano di Asti, uno dei pionieri del cinema di animazione argentino. Quando aveva 21 anni si trasferì in Argentina dove appunto fondò lo studio Valle.

ciononostante venne considerata un' "arte degenerata" dal regime nazista e quindi in seguito censurata.

Sempre in Germania si elaborò un tipo di animazione altrettanto interessante chiamata *animazione silhouette*. Nel 1919 Lotte Reiniger, un'appassionata del teatro delle ombre cinesi, diresse il film *L'ornamento del cuore innamorato* che riscosse un così grande successo a livello mondiale che spinse la stessa autrice a continuare il perfezionamento di questo tipo di animazione (Tortora 2008).

Un altro importante autore è stato l'animatore polacco Władysław Starewicz (conosciuto anche con il nome di Ladislav Starevich). Attivo dal 1908 nel mondo dell'animazione, Starewicz utilizzò lo stop motion per far muovere i suoi pupazzi, di solito insetti antropomorfizzati. Un suo film molto famoso è *La vendetta del cameraman* (1912).

Con l'entrata di Walt Disney nel 1923 e subito dopo di Warner Brothers Cartoons (1930), il mondo dell'animazione visse la sua età d'oro durante la quale si gettarono le basi per l'animazione cinematografica e televisiva moderna.

1 CAPITOLO - Storia dell'animazione cinese

1.1 Struttura del capitolo

Inizialmente viene analizzato il termine cinese che contraddistingue l'animazione. Successivamente si fornirà un quadro generale della storia dell'animazione cinese, analizzando in maniera dettagliata le maggiori produzioni che hanno caratterizzato la storia del cinema di animazione in Cina. Il periodo storico preso in esame parte dai primi esperimenti tecnologici nel campo dell'animazione per poi arrivare fino alla conclusione della rivoluzione culturale (1976).

In questa prima parte di *desk research*, che prevede la descrizione delle diverse fasi storiche dell'animazione cinese, è stato privilegiato l'approccio usato da autori di riferimento come: John A. Lent (2006), Xijie Qing (2006) e Tang Ling (2006). Invece l'approccio STS è stato utilizzato soprattutto nell'analisi dell'evoluzione tecnologica dell'animazione.

1.2 Il *Donghua* (动画) e il *Měishùpiàn* (美术片)

La storia dell'animazione cinese dai pionieri ad oggi è fortemente connessa con la storia politica della Cina, dato che tutti gli eventi politici e storici hanno influenzato in modo rilevante la produzione e la creatività in questo campo.

Fin dalle origini, in Cina l'animazione era considerata una forma d'arte più vicina alla pittura che al film, questo perché nel suo stile vi erano caratteristiche culturali simili alla pittura tradizionale cinese.

Originariamente per indicare “cartone animato” in Cina si usava il termine *Měishùpiàn* (美术片) che letteralmente significa “film dipinto o film d'arte” (fine art film). Molto probabilmente il termine *Donghua* (动画), che significa “dipinto in movimento”, è stato utilizzato agli inizi degli anni Ottanta quando, con le politiche di apertura del mercato, il governo cinese autorizzava la messa in onda dei prodotti di animazione di tutto il mondo

sugli schermi televisivi e cinematografici nazionali. I prodotti di animazione provenienti dall'estero venivano chiamati *Donghua* (动画): questo termine ha poi sostituito *Měishùpiàn* (美术片) perdendo in un certo senso il suo valore artistico originario (Pingyun 2012).

Anche se i prodotti americani ormai hanno assunto un ruolo sempre più importante nel settore dell'animazione, la Cina ha saputo creare un'arte autoctona con contenuti e forme attinti dal proprio retroterra storico ed è riuscita ad esportare i suoi prodotti fuori dai confini nazionali. Da qui il nome di Scuola cinese di animazione (Li Jun 2011), come ormai viene chiamata in tutto il mondo.

In Cina, e non solo, il cinema di animazione è stato fin dalle origini uno dei più potenti mezzi di comunicazione per due fondamentali motivi:

- 1) perché parlava ad un pubblico universale che comprendeva sia i bambini che gli adulti;
- 2) perché era utilizzato nella propaganda, grazie al suo modo semplice e immediato di comunicare i messaggi e le idee.

Tuttavia il destino dell'animazione nei vari Paesi del mondo è stato fortemente condizionato dalla sua finalità etica e sociale. In Paesi come gli Stati Uniti, il Giappone e la Corea l'animazione si è trasformata in un'importante attività economica, la Cina invece ha sempre considerato questa forma espressiva una vera e propria arte (Tan 2006).

1.3 Prima della pellicola e dei pionieri del cinema di animazione in Cina

Si può dire che la Cina è stato il primo Paese ad avere inventato una forma di animazione, anche se primitiva, antecedente alla pellicola.

Come già in precedenza detto intorno al 180 D.C. Ting Huan (丁緩) utilizzò una tecnica di proiezione di immagini (disegni) dal nome *Zhāo huá zhī guǎn* (昭华之琯, conosciuta anche come *chao hua chich kuan*), ossia il cosiddetto *Tubo che faceva comparire le fantasie* (Needham 1962).

I riferimenti storici relativi a questa invenzione si trovano nella raccolta in volumi nota come *Xijing* (西京杂记)⁸, nella quale vi è anche una descrizione dettagliata di questa tecnica di proiezione così particolare⁹:

“c'era un tubo di giada lungo 2 piedi e 3 pollici, con 26 fori in esso. Se si soffiava attraverso di essa, si vedevano carri, cavalli, montagne e foreste che apparivano di fronte a uno schermo, uno dopo l'altro”. (*Xijing*)

Ting Huan (丁緩) realizzò anche una serie di disegni che raccontavano diverse storie dal titolo le *Nove storie sulla collina dell'incensiere* (九层博山香炉, *Jiǔ céng bó shān xiānglú* conosciute anche come *chiu tsheng po shan hsiang lu*). Secondo gli scritti dell'epoca, le immagini proiettate da questo tipo di strumento risultavano più fluide e reali (Needham 1962).

La *Zhāo huá zhī guǎn* è stata una delle più importanti invenzioni nel campo delle immagini in movimento realizzate nell'antica Cina e, grazie ad essa, molti altri dispositivi tecnologicamente più avanzati sono stati inventati in seguito, ispirati appunto al tubo fantastico di Huan.

Ecco perchè la cultura dell'animazione cinese è inclusa a buon diritto nel novero delle arti antiche cinesi, come il teatro delle ombre e le forme d'intrattenimento simili a alla *Lanterna Magica*¹⁰.

Considerato che gli autori cinesi erano sempre aperti alle nuove forme d'intrattenimento, già nel 1896 (ossia un anno dopo la prima proiezione dei fratelli Lumière a Parigi) a Shanghai, considerata a quell'epoca la città più avanguardista, avvenne la prima proiezione di una pellicola cinematografica proveniente dall'Europa.

⁸ E precisamente nel Volume III del 6 ° secolo D.C.

⁹ “there was a jade tube 2 ft. 3 inches long, with 26 holes in it. If air was blown through it, one saw chariots, horses, mountains and forests appear in front of a screen, one after another, with a rumbling noise. When the blast stopped, all disappeared” originale in cinese “玉管长 0.4 米, 其中有 26 个孔。如果向里面吹气, 你就能看见车马山林, 出现在一个屏幕前, 一个接着一个, 发出辘辘声, 停止吹气, 则一切消失。”

¹⁰ *La lanterna magica* è una macchina molto importante perché segna l'inizio della proiezione di immagini dipinte su uno schermo o parete attraverso l'uso di una candela e di una lente, posizionate all'interno, per permetterne appunto la proiezione. Non si ha una data certa dell'invenzione, ma alcuni studiosi ritengono che provenga dalla Cina grazie all'influenza del mondo arabo, sbarcata poi in Europa dove venne perfezionata. Il primo accenno a questa macchina risale alla descrizione del padre gesuita Athanasius Kircher nel libro *Ars Magna Lucis et Umbrae*.

L'11 agosto 1896 presso lo Xu Garden (徐园), in una casa del tè a Shanghai, un uomo d'affari francese organizzò la proiezione del film *Gioco di ombre*: l'evento durò pochi minuti ma riscosse un grande successo. Anni dopo, e precisamente nel 1902, anche a Pechino ci fu la prima proiezione (Sun 2011).

Il primo film cinese fu realizzato nel novembre del 1905 da Ren Qingtai (任庆泰), ritenuto il padre del cinema cinese. Più che un film, in realtà, era un piano sequenza di un famoso attore teatrale che recitava una parte di un atto della *Battaglia di Dingjunshan* (定军山, Ding jūn shān) dell'Opera di Pechino. Fu lo studio Beijing Fengtai Zhaoxiangguan (Pechino Winterthur Photo Gallery, 北京丰泰照相馆), fondato dallo stesso Qingtai, a realizzare questo film e quindi può anche vantare il primato di essere stato il primo studio cinematografico cinese (Jianming 2006).

Negli anni successivi tutti gli studi cinematografici cinesi erano delle mere succursali di studi americani che avevano le loro case di produzione tra Hong Kong, Shanghai e Pechino: negli anni Venti si contavano circa 160 studi in tutta la Cina.

Nella cinematografia cinese il primato va senza dubbio a Shanghai che già allora era il centro economico, industriale e culturale più importante della Cina e una delle città più prospere in Asia. Un luogo in cui sbarcavano artisti e uomini di affari di tutto il mondo, portando così in Cina una nuova ventata di cultura ed esperienza tecnologica di stampo occidentale (Ji 1966).

Quest'ambiente culturale così stimolante costituirà la base per lo sviluppo del cinema d'animazione cinese. E' proprio qui che nasce il primo studio di animazione dove si formeranno i migliori animatori e artisti cinesi di fama mondiale.

1.4 I fratelli Wan

Il contesto storico nel quale nasce il cinema di animazione in Cina è di sicuro uno dei più travagliati della storia cinese.

Nel 1912 venne proclamata la Repubblica di Cina (1912-1949) che pose fine alla dinastia del Celeste Impero e dopo alcuni anni ci furono dei conflitti interni e due guerre

civili che ebbero come protagonisti i comunisti capitanati da Mao Tse Tung e i nazionalisti comandati da Chang Shai Shek.

E' proprio in questo periodo così travagliato che inizia la storia dei quattro fratelli Wan (万氏兄弟) che rivoluzioneranno il cinema di animazione (Sun 2011).

I nomi dei Wan, nati a Nanchino tra il 1899 e il 1906, erano Laiming e Guchan (due gemelli) e Chaochen e Dihuan, i fratelli minori. Sin dalla giovane età i fratelli Wan dimostrarono una spiccata propensione e passione per la pittura e le arti figurative, tanto che già negli anni Venti lavoravano nel dipartimento di arte della Shanghai Commercial Press (商务印书馆, Shāngwù yìn shūguǎn). A Shanghai i fratelli Wan vennero a conoscenza dei cartoon americani guardando le prime opere di Disney. Ma avevano poche informazioni e soprattutto poche risorse economiche per acquistare i materiali utili per la realizzazione dei loro esperimenti di animazione. In un'intervista rilasciata allo studioso di animazione Quinquimelle¹¹, uno dei fratelli Wan raccontava che dopo il lavoro tutti insieme i quattro fratelli andavano a rinchiudersi in una piccola soffitta, che fungeva anche da abitazione, dove sperimentavano le prime tecniche di animazione.

Il loro scopo era di realizzare delle animazioni con canoni, identità e stili tipici cinesi attingendo dalle tradizioni popolari e dalla storia cinese (Drège 2000).

Nel 1922 nel loro "studio soffitta" i fratelli Wan crearono il primo prototipo di animazione, realizzato con strumenti di fortuna, come delle lampadine comuni e una macchina fotografica vecchia e mal funzionante. Nello stesso anno diressero la prima animazione cinese dal titolo *Shuzhendong, La macchina da scrivere cinese*, (舒振东华文打字机, Shūzhèngdōng Huawen Dǎzìjī, *Shuzhendong Chinese Typewriter* o *Comfortably Raised Eastern Chinese Typewriter*): come s'intuisce dal titolo, questa prima animazione era una pubblicità dedicata ad una macchina da scrivere e comunque si hanno pochissime informazioni riguardo ad essa in quanto la pellicola è considerata smarrita (Delin 1990).

Nel 1924 i fratelli Wan realizzarono altre due pubblicità dal titolo *Gli ospiti invitati dal cane* (狗請客, Gǒu qǐngkè, *Dog treat* o *Dog invite the guest*), creata per la Chinese film Company (中華影片公司, Zhōnghuá yǐngpiàn gōngsī) e *Anno Nuovo* (過年, Guònián,

¹¹ Contenuta nel Libro di Lent 2003

New Year), prodotta per la Shanghai Tabacco Company (上海菸草公司, Shànghǎi yāncǎo gōngsī).

Molte più informazioni si hanno su quello che è considerato il loro quarto corto di animazione dal titolo *Tumulto nello Studio* (大闹画室, Dà nào huàshì, *Uproar in the Studio*)¹²: il film è composto da una parte con riprese dal vivo in combinazione con una parte animata (Bin 2005).

Quest'animazione è stata realizzata nel 1926 nello studio della Great Wall Film Company (長城畫片公司, Chángchéng huà piàn gōngsī) dove i fratelli Laiming e Guchan lavoravano: anche questa pellicola è considerata perduta.

Il loro quinto film dal titolo *La ribellione dell'uomo di carta* del 1931 (纸人捣乱记, Zhǐ rén dǎoluàn jì) è anche un mix di live-action e animazione. La storia di questo cartone è molto divertente ed è considerato importante perché realizzato con tecniche di animazione molto avanzate che rendono le scene più fluide e vicine alla qualità delle produzioni occidentali. Questo film va considerato come l'ultimo lavoro della fase sperimentale durante la quale i fratelli Wan hanno potuto realizzare il loro sogno, divenendo i pionieri del cinema dell'animazione cinese (Yuanmin 1999).

Tra il 1928 e il 1931 i fratelli Wan collaborarono alla realizzazione di effetti speciali e animazioni di molti film come *Burning Paradise* (火烧红莲寺, Huǒshāo hóng lián sì), *La bella pelle di Hong* (香革美人, Xiāng gé měirén) *Scene di vita urbana* (都市风光, Dūshì fēngguāng) e *Genitore e figlio* (父母子女, Fùmǔ zǐnǚ). Grazie a queste collaborazioni, i fratelli Wan migliorarono le loro abilità nella realizzazione di un prodotto di animazione ibrida che prevedeva la fusione di animazione e sequenze girate dal vivo.

Secondo le ricerche del Prof. John Lent, in questo periodo a Shanghai non vi erano solo i fratelli Wan a sperimentare e a girare film di animazione. In realtà risulta che nel 1925 vennero completati due cartoni animati dal titolo *God fate* e *Young Boy Adventure*, realizzati nella Shanghai South Pacific Film Company da altri artisti che rimangono tuttora sconosciuti (Lent 2003).

¹² Da molti ricercatori è considerato il primo film di animazione, nel senso che non era un prodotto pubblicitario ma proprio un corto.

1.5 Il cinema di animazione progressista (1931- 1936)

Questo periodo storico è contrassegnato dalle tensioni tra la Repubblica di Cina nei confronti dell'Impero giapponese. Va ricordato in modo particolare il cosiddetto incidente della Manciuria (Incidente di Mukden 18 settembre 1931) che provocò la distruzione della ferrovia in Mukden, allora sotto la sovranità dell'Impero giapponese. Questo attentato, mai rivendicato e di matrice sconosciuta, fornì il pretesto alle truppe giapponesi per invadere la Manciuria e assicurarsi l'annessione di questo territorio all'Impero giapponese. Inoltre, questo fu uno degli eventi che portò in un secondo tempo allo scontro più sanguinoso tra la Cina e il Giappone: la Seconda guerra sino-giapponese. All'epoca Shanghai risultava ancora la città con il più alto stile di vita, una città aperta all'occidente e con la più alta percentuale di artisti di tutta la Cina. Nel 1930 si inaugurò la fondazione dell'Opera tradizionale cinese e il secondo studio cinematografico più importante di Shanghai, il Lianhua Film Company (联华影业公司, Liánhuá yǐngyè gōngsī)(Wen 2002).

Shanghai era stato considerato il posto più idoneo per la sperimentazione di nuovi stili cinematografici e proprio in questo periodo nacque il cosiddetto *cinema progressista* (o *movimento di sinistra*) che aveva come obiettivo la produzione di film militanti contro l'invasione imperialista giapponese (Red 2002).

Questa nuova corrente culturale politica riuscì ad influenzare tutta la produzione di animazione di quel periodo. Nonostante alcuni registi-sperimentatori cinesi avevano già inventato diversi dispositivi che riproducevano e sincronizzavano il suono con le immagini, molti film degli anni Trenta erano ancora muti e quindi legati ad una struttura narrativa tipica del linguaggio del cinema muto,

Questo periodo viene anche ricordato come la prima età d'oro del cinema cinese, in quanto vide l'affermazione di attrici e attori diventati poi stelle del cinema di questi anni. Un esempio di studio supportato dalle politiche di sinistra di quel periodo è il Lianhua Film Company a Shanghai, che fu il più produttivo negli anni Trenta sia dal punto di vista cinematografico che per la produzione di film di animazione. Proprio in questo studio i fratelli Wan diressero i primi film che avevano come base la propaganda progressista e anti-nipponica (Lent 2003).

Gli studiosi, anche cinesi, non si sono mai seriamente interessati a questo periodo della storia del cinema di animazione e per questo motivo esistono solo pochi documenti e testimonianze. Invece è proprio in questo periodo storico e in questa fase culturale che si costruisce la base del cinema di animazione cinese, ecco perché si è ritenuto importante fare una ricerca approfondita dei contenuti e delle tecniche utilizzate da questo tipo di animazione (Xufeng 1997).

Tra il 1931-1937 i fratelli Wan girarono molti film con contenuti patriottici, anti-giapponesi e anti-imperialisti. Il primo film di questa serie è *Compatrioti, presto svegliatevi* (同胞速醒, Tóngbāo sù xǐng), del 1931, il cui contenuto è di chiaro richiamo patriottico contro l'invasione giapponese e la nuova ideologia culturale progressista. La storia e la struttura narrativa risultano semplici (Zhang Yuanmin 1999) in modo da attirare l'interesse di un pubblico molto vasto. Le prime immagini del film sono sequenze di paesaggi ameni, quasi bucolici, montagne e laghi sullo sfondo e in primo piano un enorme leone addormentato. All'improvviso questa pace viene interrotta dall'artiglieria militare giapponese: i bombardamenti degli aerei militari colpiscono indiscriminatamente questi luoghi, causando il risveglio dell'enorme leone che con un ruggito incita i contadini e gli operai alla resistenza contro l'invasione imperialista giapponese (Lin 2002).

Dello stesso stile narrativo è il film *Solidarietà* (精诚团结, Jīngchéng tuánjié) del 1932, girato in bianco e nero come il precedente. Qui il protagonista è un insetto cattivo, chiara metafora dell'esercito giapponese, che aggredisce le terre e i frutti dei contadini, i quali fanno di tutto per allontanarlo.

Compatrioti e *Solidarietà* risultano dispersi e perciò non se ne conosce la durata esatta.

Nel 1932 Dihuan, uno dei fratelli Wan, lasciò la produzione di cartoni animati per avviare una propria attività, uno studio fotografico con sede a Shanghai. Da allora Dihuan non partecipò più attivamente alla realizzazione dei film dei suoi fratelli, ma diede un contributo fondamentale alle loro produzioni più importanti.

Molto interessanti risultano essere i due film *Il cane detective* (狗侦探, Gǒu zhēntàn) e *Soldi di sangue* (血钱, Xuè qián) rispettivamente del 1933 e 1934. Dal punto di vista tecnico i personaggi dei film sono stati realizzati in live-action in modo da interagire con

un contesto realizzato con le tecniche di animazione (Doushi 2006). La storia del cane detective è molto singolare perché ha come contenuto narrativo la vicenda di una studentessa, interpretata dall'attrice Zhang Minyu, che con il suo cane passeggia per le strade di Shanghai e un giorno s'imbatte in una fumeria di oppio. Con l'aiuto del suo cane, la ragazza scopre che la droga proviene da una nave militare (non è chiaro se l'imbarcazione sia di origine inglese o francese) alla quale dà fuoco distruggendone il suo carico. Secondo alcuni studiosi l'interpretazione di questo film risulta essere molto complessa, ma essenzialmente vuole trasmettere il messaggio che tutti i prodotti provenienti dall'estero sono dannosi per l'economia cinese e dovrebbero essere banditi dalla Cina (Baoyan 1984).

Della stessa linea ideologica, ma molto più esplicito, è il film *Soldi di sangue* che racconta la storia di una studentessa (Zhang Minyu) che, dopo aver terminato la lezione con il suo maestro, incomincia a fantasticare inventandosi una storia il cui protagonista è un uomo misterioso. Grazie ad una "magica" trasfusione di sangue, l'uomo riesce a ricevere una valigetta con su scritto "Made in China". La valigetta contiene molti soldi con i quali acquistare aerei, carri armati e pistole da distribuire al popolo cinese per combattere e distruggere i prodotti di origine giapponese.

Questi quattro film rappresentano un esempio tipico dell'animazione progressista perché si rivolgono ad un pubblico soprattutto giovane e usano, in modo simbolico, argomenti che veicolano un potente messaggio patriottico e protezionistico nei riguardi della produzione di origine cinese contro i prodotti e le idee che, secondo gli autori, sono alla base dell'Imperialismo giapponese.

Nel 1935 i fratelli Wan conclusero questa prima fase con un film classico di animazione dal titolo *Il cammello che danza* (骆驼献舞, Luòtuó xiàn wǔ). Il film, prodotto negli studio della Star Film Company di Shanghai (明星影业公司, Míngxīng yǐng yè gōngsī), era indirizzato ad un pubblico giovane, ma non vi era nessun riferimento al cinema progressista. Inoltre gli storici considerano questo lavoro come il primo film sonoro di animazione realizzato in Cina. Per inserire l'audio in questo film è stata utilizzata la tecnica inventata dai fratelli Wan, la quale prevedeva che il sonoro venisse registrato su un disco che andava in sincrono con le immagini (Momo 2006). Il film prendeva spunto

dalle "Favole di Esopo" ed era il primo film dei fratelli Wan in cui si poteva vedere il movimento dei personaggi in modo naturale. Dopo questa animazione, i fratelli Wan ritornarono a dirigere film progressisti come *Storia del dolore Nazionale* (民族痛史, Mínzú tòng shǐ) e la *Nuova onda* (新潮, Xīncháo, *New Wave*) realizzati nel 1936 sempre nello studio Star Film Company di Shanghai: il primo presenta contenuti anti-imperialisti e parte della storia racconta la guerra dell'oppio; invece i temi del secondo film sono soprattutto l'anti-feudalismo e il movimento del quattro maggio.

La caratteristica che accomuna tutti questi film è il loro contenuto intriso di un forte senso morale e, come gli altri film progressisti, l'utilizzo di un linguaggio narrativo molto semplice perché i film erano indirizzati ad un pubblico molto ampio (Guorong 2005).

Nel 1936 questi film chiudono la fase del cinema di animazione progressista che verrà ripresa in seguito con la seconda guerra sino-giapponese¹³.

1.6 Animazione di propaganda (1937-1941)

L'animazione di propaganda inizia nel 1937 con la Seconda guerra sino-giapponese e si conclude nel 1941 quando la Cina si alleò con i sovietici e gli americani.

Dopo *l'incidente del ponte Marco Polo* (7 luglio 1937), Shanghai era una delle prime città ad essere state occupate dalle truppe imperiali giapponesi e ciò provocò sia il declino commerciale della città sia la fine della cosiddetta prima età d'oro del cinema cinese.

Il famoso studio di produzione Lianhua, nel quale lavoravano i fratelli Wan e molti altri artisti di cinema, fu costretto a chiudere, come d'altronde successe anche agli altri studi di Shanghai. Solo lo studio Xinhua Film Company (新华影业公司, Xīnhuá yǐng yè gōngsī) continuò le sue attività cinematografiche (Xin 2000).

¹³ Tra il 1932-1937 i fratelli Wan crearono altre animazioni di diverso genere. Di contenuto patriottico erano: *La nazione salvata dall'aviazione* (航空救国), *Camion di Stato* (国货车) e *Disastro volante* (飞来祸 nel 1932); di intrattenimento per i bambini erano: *I topi e le rane* (鼠与蛙), *La gara tra la tartaruga e la lepre* (龟兔赛跑 nel 1932), e *Cavallette e formiche* (蝗虫与蚂蚁 1932).

Durante l'invasione giapponese, la maggior parte degli artisti che lavoravano negli studi di Shanghai si rifugiarono in altre grandi città, come Hong Kong e Chongqing. Ma fu soprattutto in quest'ultima, Chongqing, che ebbe luogo una lunga resistenza da parte del popolo cinese aiutato da molti artisti e creativi. I fratelli Wan si trasferirono a Wuhan dove iniziarono a lavorare per la China Film Studio (conosciuta anche come Chinese anti-Japanese National Film association). La guerra e la resistenza rappresenta l'argomento alla base di tutte le animazioni realizzate in questo periodo. In particolare i fratelli Wan decisero di utilizzare le loro nuove produzioni di animazione come strumento per comunicare il sentimento patriottico e le ideologie progressiste e per invitare il popolo a resistere contro l'imperialismo giapponese.

Nel 1938, influenzati dalle produzioni americane ed europee, i fratelli Wan sperimentarono per la prima volta l'animazione seriale a puntate. La prima serie di animazioni di questo genere è stata *Slogan di Guerra* (抗日歌辑, Kàngri gē jì) composta da sei episodi, mentre la seconda serie *Canzoni di guerra anti giapponese*¹⁴ (抗日歌辑, kàngri gē jì) ne comprendeva sette (Zou Jianwen 2005). Le colonne sonore di queste serie di animazioni erano famose canzoni di stampo patriottico: composizioni di autori molto famosi all'epoca, come Xian Xinghai (冼星海), Liu Xue (刘雪庵), Sneah Kar Loon (盛家伦) e Lui Luting (贺绿汀) i quali con le loro canzoni, come *Corsa dei cavalli* (马儿好, mǎ er pǎo), *Azolla* (满江红, Mǎnjiānghóng) ed altre ancora¹⁵, contribuirono alla realizzazione di prodotti di cinema di animazione progressista e anti-giapponese diretti dai fratelli Wan.

Secondo molti storici, l'utilizzo di video musicali in forma di animazione aveva lo scopo di suscitare un impatto emotivo sulla popolazione e di propagandare in maniera più efficace gli ideali della resistenza (Nie Xin Ru 2005) .

Nell'aprile del 1939 i gemelli Wan ritornarono a Shanghai e in questo periodo assistettero alla proiezione cinematografica del film di animazione *Biancaneve e i sette*

¹⁴ In questo periodo i fratelli Wan realizzarono anche il film *The River all in Red*, del quale si hanno poche notizie.

¹⁵ *Un'eroina* (巾帼英雄, Jīngúo yīngxióng) *Offerta di indumenti caldi* (募寒衣, Mù hán yī), *La canzone commemorativa di Maggio* (五月纪念歌, Wǔ yuè jìniàn gē), *Proteggere il nostro Paese* (保家乡, Bǎo jiāxiāng), *Tagliare la testa del Diavolo con la spada* (大刀向鬼子们头上砍去!, Dàdāo xiàng guǐzimen tóu shàng kǎn qù!), *La ballata della grande muraglia* (长城谣, Chángchéng yáo), *In Prima Linea* (上前线, Shàng qiánxiàn) e *Tornare a casa* (打回老家去, Dǎ huílǎojiā qù)

nani, realizzato da Walt Disney. Questo film riscosse un grande successo commerciale al botteghino e rimase nelle sale cinematografiche di Shanghai per tre anni.

Dopo la visione di questo film i fratelli Wan decisero di realizzare il loro primo lungometraggio animato, utilizzando nuove tecniche di animazione e contenuti culturali provenienti dalla tradizione cinese.

Un altro autore attivo nel settore dell'animazione di questo periodo è stato Qian Jiajun¹⁶ (钱家骏) che, come i fratelli Wan, si dedicò al cinema di propaganda realizzando un corto di animazione dal titolo *La felicità di una famiglia contadina* (农乐佳, Nong Jia Le, *Happiness in Peasant Family*): anche questo film contiene delle tematiche di protesta nei confronti dell'Impero giapponese. Il film narra la storia di una ragazza che, insieme con la sua famiglia e il cane, cerca di scacciare i giapponesi dalla sua regione. Jiajun si rivelerà poi una figura chiave del cinema di animazione della Repubblica Popolare Cinese (Lent 2003).

1.7 *La principessa con il ventaglio di ferro*

In questo periodo Shanghai veniva chiamata la "Solitary Island" in quanto era semi-occupata dalle forze giapponesi e questo faceva sì che la città fosse più autonoma rispetto alle altre, consentendo a molti studi cinematografici di riprendere, con fatica, la produzione.

Dopo la visione di *Biancaneve* e di altri cartoni animati di origine americana, i fratelli Wan erano alla ricerca di una casa di produzione che finanziasse il loro primo film di animazione. La situazione economica di Shanghai era però critica e gli studi facevano fatica a rimettersi in produzione, anche perché la maggior parte dei professionisti del settore non erano ritornati in città. I fratelli Wan decisero di abbandonare l'animazione di propaganda per cominciare a lavorare sul loro primo lungometraggio. Per avviare la prima fase di produzione del film, i fratelli Wan dovettero investire i loro risparmi e chiedere aiuto ad alcuni professionisti del settore (Fu 2007).

¹⁶Qian Jiajun è stato direttore della Chongqing Educational Film Animation Studio e tra il 1911 e il 1949 è stato anche direttore della China Film Factory Production nella Repubblica cinese di allora.

L'idea di un film con contenuti estetici e canoni culturali tradizionali cinesi rimase sempre un' idea fissa dei fratelli Wan, ecco perché scelsero, per questo loro primo progetto, di rifarsi a un famoso classico della letteratura cinese del 1590 dal titolo *Il viaggio in Occidente* (西游记, Xīyóu Jì) di Wu Cheng'en.

Quinquemelle descrive le condizioni di lavoro dei fratelli Wan e dei loro collaboratori in questo modo¹⁷:

“Settanta artisti, divisi in due squadre, hanno lavorato senza sosta per un anno e quattro mesi, tutti nella stessa stanza, in uno spazio limitato, nel freddo dell'inverno e nel calore atroce dell'estate. Per assicurarsi della precisione del movimento dei personaggi, alcune scene sono state girate con gli attori, per essere da guida per i disegnatori.

Questo film, con le sue numerose invenzioni, intuizioni divertenti, fantasia e poesia sarà un piacere sicuro per lo spettatore.

E si adatta ad adulti e ragazzi meglio che ai bambini piccoli, che potrebbero essere spaventati dalla violenza nelle scene di combattimento, sottolineate da una musica crudele. Anche se, a volte, l'influenza della Disney è ancora evidente, siamo lontani dalla sua dolcezza e leggiadria, lontano da America e la sue idee.

La Principessa con il ventaglio di ferro testimonia a suo modo la realtà brutale della violenza quotidiana in un Paese paralizzato dalla guerra, dove sarebbe stato impossibile per qualsiasi film-maker la produzione di un film destinato esclusivamente per intrattenere e divertire” (Lent 2003).

Fig. 3 – Snapshot del film *La Principessa con il ventaglio di ferro*



Fonte: <http://djadchina.wordpress.com/tag/princess-iron-fan/> e DVD originale.

¹⁷ Testo originale tratto da libro *Asian Cinema* edito dal Prof. Lent (2003) : “Seventy artists, in two teams, worked without a break for a year and four months, all in the same room, in limited space, in the cold of the winter, and in the atrocious heat of the summer. To assure accuracy of the movement, certain scenes were filmed with actor to serve as a guide to the artists. This film, with its many inventions, sparkles with humor, fantasy and poetry. It is a delight to the spectator. But it suits adults and older children better than very young children, who might be frightened by the violence in the fight scenes, underscored as it is by brutal music. Even if, at times, the influence of Disney is still noticeable, we are far from his sweetness and prettiness, far from America and its property. *Princess Iron Fan* bears witness in its own way to the brutal reality of the daily violence in a country crippled by war, where it would have been impossible for any aware film-maker to produce a film designed purely to amuse”.

Dal punto di vista tecnico gli studiosi ritengono che lo stile dei fratelli Wan sia molto più maturo in questo film perché per sua realizzazione è stata utilizzata la pittura tradizionale cinese chiamata *shuimohua* (水墨画), soprattutto per la progettazione e il disegno dei background e dei paesaggi (Sun 2011).

L'intuizione di utilizzare questa tecnica tradizionale di pittura insieme alle tecniche di animazione di allora vide la nascita del primo film di animazione con caratteristiche culturali cinesi.

La produzione durò circa tre anni con l'impiego di circa 237 artisti cinesi, tra disegnatori e professionisti del settore (Clements 2010), e costò ben 350.000 yuan (circa 45565 euro). A metà della lavorazione del film, i fratelli Wan non avevano fondi necessari per pagare gli stipendi del personale e ciò provocò l'interruzione dei lavori per un certo periodo. Uno dei fratelli Wan raccontò che per un momento si era temuto l'abbandono dell'intero progetto ma, grazie al finanziamento del produttore Zhang Shankun, il progetto vide la luce.

Seguendo lo stile di produzione disneyano, nel film *la Principessa con il ventaglio di ferro* (Fig. 3) le voci dei personaggi principali vennero doppiate da famosi attori ed attrici cinesi, come Bai (白虹), Ling Yanyue (严月玲), Jiang Ming (姜明), Han Langen (韩兰根) e Yan Xiucen (殷秀岑).

Da un punto di vista tecnico la durata totale del film era di un'ora e venti minuti; è stato realizzato con pellicola in bianco e nero la cui lunghezza complessiva era di 23000 metri; sono stati utilizzati circa 200.000 fogli di carta per realizzare i disegni ed è stata utilizzata la tecnica cinematografica di ripresa chiamata a passo uno.

L'accoglienza da parte del pubblico di Shanghai e poi dell'intera Cina fu positiva: fu uno dei film più visti in quel periodo. Nel libro *Research on the History of China's Animation*, Lijun Sun (regista di animazioni e vicedirettore della Beijing Film Academy) pensa che il successo sia da attribuirsi soprattutto alla situazione emotiva del pubblico della Shanghai dell'epoca¹⁸ :

¹⁸ Pag. 34 in Lijun Sun (2011) *Research on the history of China's animation*, Beijing : Shang wu yin shu guan.

“I cartoni animati daranno al pubblico uno spazio ricco di fantasia, a causa della situazione politica attuale e ai disordini generati dalla guerra, molti cinesi vogliono trovare una visione per il futuro anche grazie ai cartoni animati, dai bambini agli adulti tengono gli occhi fissi al cinematografo” (Lijun Sun 2011).

Il film ha registrato molti primati nel giorno della sua uscita nel 1941: è il primo lungometraggio di animazione in Cina e nell'intera Asia, il terzo film di animazione in ordine di tempo¹⁹, e il primo lungometraggio di animazione arrivato nei cinema giapponesi. Il film dei Wan arrivò per primo in Giappone perchè il Paese era sotto embargo dopo l'attacco a Pearl Harbor (1941), perciò per un lungo periodo anche i film provenienti dagli USA non vennero più importati (Lijun Sun 2011).

Sembra strano ma questo film ha dato l'incipit al fenomeno giapponese chiamato *anime*, cioè tutti i prodotti di animazione realizzati in Giappone. Fu dopo la visione del film dei fratelli Wan, Osamu Tetsuka (chiamato il Dio delle *anime* in Giappone) decise di abbandonare gli studi presso la Facoltà di Medicina all'Università di Tokyo e di dedicarsi interamente alla realizzazione di fumetti (*manga*) e di animazione (*anime*). Tetsuka ha inventato un nuovo stile di animazione che ha cambiato profondamente la storia giapponese dal punto di vista culturale ed economico.

1.8 I nuovi autori

Tra il 1941 e 1950 la Cina dovette affrontare la guerra civile interna e la guerra contro l'imperialismo giapponese. E' uno dei periodi più delicati sia dal punto di vista storico che sociale. I professionisti del cinema e delle arti figurative dovettero affrontare serie difficoltà e di conseguenza si ebbe un sostanziale calo nella produzione dei film.

In questo periodo di pesante conflitto interno, sorgeranno nuove figure e registi di animazione che, grazie al loro contributo, realizzeranno film importanti per la storia del cinema animato cinese.

¹⁹Alcuni storici ritengono che sia il 12° film di animazione ed è al 9° posto se si considerano i film sopravvissuti e visibili non dispersi. Ricordiamo che la maggior parte della cinematografia dell'italo-argentino Cristiano Quirino è stata distrutta durante un incendio.

Dopo il successo di *La Principessa con il ventaglio di ferro*, i fratelli Wan erano impegnati nella realizzazione di un nuovo film a colori e con tecniche di animazione avanzate (Yuan 2006).

L'idea dei fratelli Wan era di basare il nuovo film su un personaggio già comparso nel loro primo lavoro, ossia la scimmia *Sun Wukong*, riconosciuta come una figura importante dal punto di vista della cultura tradizionale cinese e inoltre era in linea con il loro stile cinematografico. Il titolo provvisorio era *Monkey King*.

Zhang Shankun, produttore dello studio Xinhua, si rese disponibile a produrre il nuovo film dei fratelli Wan. Gli organi giapponesi di controllo non diedero però la concessione allo studio per la realizzazione di nuovi film e così lo studio fu costretto a ritirarsi dalla produzione (Wu 1995). Successivamente i fratelli Wan riuscirono a trovare dei finanziatori e iniziarono le riprese del film. Ma improvvisamente i finanziatori violarono il contratto stipulato in precedenza e i fratelli Wan furono costretti ad interrompere il loro lavoro (Hui 2005).

I testi consultati non riportano alcun riferimento a produzioni o a film di animazione relativi al periodo che va dal 1941 sino al 1946.

Con la sconfitta del Giappone nel 1945, i territori occupati dell'Impero giapponese ritornarono ad essere cinesi, ma il clima in Cina continuava ad essere teso per via della guerra civile.

Nel frattempo altri autori si cimentarono in questo tipo di linguaggio. Molto interessante è la storia dell'attrice Chen Boer, chiamata anche Chan Bo Yee (陈波儿), una star cinematografica molto famosa in Cina che iniziò a realizzare come regista il primo lungometraggio di animazione dopo quello dei fratelli Wan. *Il sogno dell'imperatore* (皇帝梦, Huángdì mèng), prodotto dalla Nord Est Film Studio nel 1947, era il primo film che utilizzava la tecnica dell'animazione a passo uno con dei burattini e fantocci. Era una tecnica particolare e poco utilizzata in quegli anni e dunque questo film risultava il primo nel suo genere. La trama fa riferimento alle storie di corruzione del governo del Kuomintang in Cina. Boer morì a soli 44 anni per un infarto ed è stata riconosciuta come la prima donna regista di animazione e una delle figure più importanti del cinema cinese

anche perché è stata la fondatrice dell'Institute of Performing Arts, l'attuale Beijing Film Academy.

Il Nord Est Film Studio era sostenuto e controllato dal Partito comunista che incentivava la realizzazione di film con contenuti e ideali vicini al partito e risultò uno dei più attivi dell'epoca (Sun 2010).

Un film dichiaratamente di propaganda è *La tartaruga catturata dentro un vaso* (瓮中捉鳖 *Wèng Zhōng Zhuō Biē*, in inglese *Turtle Caught in a Jar* o anche *Go After an Easy Prey*) del 1948, realizzato dal regista giapponese Mochinaga Tadahito, chiamato Fang Ming (方明) in Cina. I contenuti del film sono palesemente indirizzati contro il leader Chiang Kai-shek (蔣中正) del Kuomintang (KMT, 國民黨, Guómíndǎng, Partito Nazionalista Cinese), sostenuto dagli americani durante la guerra civile, e contro la politica imperialista degli Stati Uniti²⁰. Chiang Kai-shek è rappresentato in questo cartone da una tartaruga incastrata nel suo guscio.

Nello stesso anno i fratelli Wan si trasferirono per motivi economici ad Hong Kong dove rimasero per circa sei anni.

L'utilizzo della tecnica di animazione a passo uno con fantocci e pupazzi è stata anche utilizzata nell'animazione dal titolo *Il principe degli alberi* (大树王子, *Dà shù wángzǐ*, Prince of the Woods) nel 1950 realizzata dal regista Tan Xinfeng. Questo film si allontana dalle tematiche di propaganda per dare più importanza ad una struttura narrativa di genere classico.

1.9 Shanghai Animation Film Studio

Con la fine della guerra civile nel 1949 e la proclamazione da parte di Mao della Repubblica Popolare Cinese, il governo cinese introdusse delle riforme che cambiarono l'aspetto del Paese. Da subito furono vietati tutti i film che provenivano o erano prodotti negli Stati Uniti e Hong Kong. Il cinema era considerato dal partito comunista cinese uno strumento di propaganda e un'importante forma di realizzazione di prodotti che

²⁰ Nel film compare anche l'allora presidente degli Stati Uniti Harry Truman.

servivano ad influenzare le masse veicolando le idee del partito. Secondo i principi dell'ideologia comunista, il cinema doveva avere contenuti vicini alle storie degli operai, contadini e soldati e di conseguenza il partito comunista doveva avere sotto controllo la stesura delle sceneggiature e la produzione²¹. Secondo alcuni studiosi il cinema di animazione rappresentava un ottimo strumento per formare i bambini e gli adulti alle nuove ideologie governative (Tan 2006).

Dopo la guerra gli artisti di animazione iniziarono a sperimentare e a creare delle animazioni con stili e narrazioni del tutto innovativi. È in questo periodo che tutti gli autori della Nord Est film Studio, della Central Academy of Fine Arts, the Art Institute of Suzhou insieme ai fratelli Wan fondarono un grande studio chiamato Shanghai Animation Film Studio (SAFS, 上海美术电影制片厂, Shànghǎi měishù diànyǐng zhì piàn chǎng). Anche se ufficialmente fondato nel 1956, lo studio operava già attivamente (Huilin 2002) agli inizi degli anni Cinquanta.

Prima del 1956 ci furono molti film importanti che, secondo alcuni studiosi di animazione (Lent 2003), hanno segnato la storia dell'animazione cinese, come *Grazie Kitty* (谢谢小花猫, Xièxiè xiǎohuā māo, *Thank you Kitty*) realizzato nel 1950 dall'autore giapponese Tadahito Mochinaga, dove lo stile e la narrazione sono molto semplici in quanto rivolto ai più piccoli. Ciò che colpisce in particolare in questo film è il personaggio del gatto che è il guardiano di un villaggio abitato da topi, animali antropomorfi cattivi, che rubano e distruggono le case. Il gatto Kitty aiuta gli abitanti a liberarsi da tutti i topi che, alla fine, vengono catturati riportando la serenità nel villaggio. L'anno successivo uscì nei cinema il corto di animazione diretto da Te Wei, considerato uno degli autori più importanti dell'animazione mondiale. Nel 1951 Te Wei realizzò il film di animazione dal titolo *Piccoli messaggi di ferro* (小铁柱, Xiǎo tiě zhù) che vide la partecipazione di Tadahito insieme ai più bravi professionisti di allora (Wei Shi Yi 1989). Mochinaga Tadahito era molto attivo nelle prime produzioni dello Shanghai Animation Film Studio (SAFS) ed era anche l'unico giapponese che lavorava sia per gli studi di Shanghai che per quelli di Tokyo. Tadahito iniziò a produrre film con contenuti di propaganda comunista per poi passare a film di intrattenimento indirizzati ad un

²¹ Inoltre doveva avere sotto controllo anche gli altri mass media.

pubblico giovane, comunque lo stile di tutte le sue animazioni risulta molto vicino ai canoni culturali cinesi e con poche influenze da parte dell'animazione giapponese. Ad esempio i contenuti del film del 1952 *La pesca dei gattini* (小猫钓鱼, Xiǎo māo diàoyú) prendono spunto dalla vita reale e i personaggi principali sono dei gattini antropomorfizzati che vivono insieme alla mamma che insegna loro come pescare i pesci. Tutti i personaggi di questo cartoon indossano abiti tradizionali cinesi e vivono in una casa tipica cinese.

Come anticipato in precedenza, uno degli artisti più rappresentativi dell'animazione cinese è il famoso artista Te Wei, uno dei fondatori della celebre Scuola Cinese di animazione cinese.

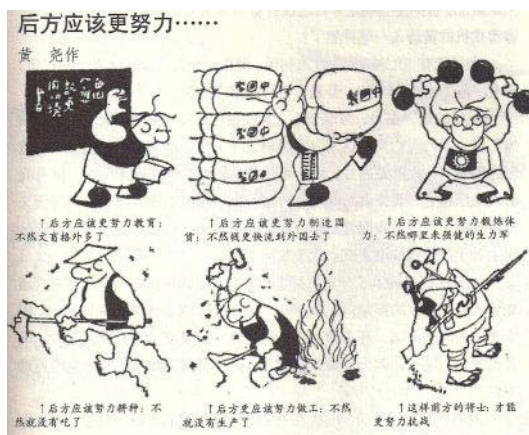
Te Wei era un grafico pubblicitario che intorno al 1935 passò all'illustrazione di fumetti. Si era specializzato nel disegno di fumetti per giornali e riviste come *Grande Evening News* (大晚报, Dà wǎnbào), *Modern Sketch* (上海漫画, Shànghǎi mànhuà), *Fumetti indipendenti* (独立漫画, Dúlì mànhuà) e altri giornali (Fig.4).

Anche Wei, come tanti artisti dell'epoca, contribuì alla realizzazione di fumetti anti giapponesi durante la seconda guerra sino-giapponese e, insieme alla squadra speciale di propaganda, realizzò il fumetto dal titolo *La guerra a fumetti* (抗战漫画, Kàngzhàn mànhuà).

Prima di essere il primo direttore dello Shanghai Animation Film Studio (SAFT), visse tra Shanghai e Hong Kong realizzando nel frattempo diverse serie di fumetti. Nel 1950 venne incaricato dal partito alla creazione di un centro di produzione dedicato all'animazione e così Te Wei, come abbiamo già detto, riuscì a coinvolgere tutti gli artisti più famosi di animazione per la fondazione della SAFS con l'idea di realizzare dei cartoni animati in “*Stile nazionale*”²² (Zhang 1999).

²² Una denominazione abbastanza ambigua che portò infatti negli anni ad essere fraintesa dal Partito comunista e identificata negli anni della rivoluzione culturale come strumento di propaganda della Kuomintang (KMT, 國民黨). In realtà il termine si riferiva a cartoni realizzati con caratteristiche e contenuti ispirati dalla cultura cinese.

Fig. 4 - Modern Sketch realizzato da Te Wei



Fonte: internet <http://www.huangyao.org/assets/images/1938-1941/KangZhanManHua/19380116-2.jpeg>

Nel 1953 Te Wei realizzò un'animazione dal titolo *Funghi* (采蘑菇, Cǎi mógu); l'anno successivo SAFS produsse il primo film di marionette a passo uno con pellicola a colori dal titolo *Il piccolo eroe* (小小英雄, Xiǎo xiǎo yīngxióng), diretto dal regista Jin Xi, un autore molto importante del cinema di animazione a Shanghai dove egli rimase a lavorare sino agli anni Ottanta.

L'anno successivo Te Wei ritornò alla regia con *Buoni amici* (好朋友, Hǎo péngyǒu), un film dedicato ad un pubblico giovane senza nessuna caratteristica culturale cinese.²³

La seconda versione di *La penna Magica* (神笔, Shén bǐ) fu realizzata con la tecnica in stop-motion nel 1955 dal regista Jin Xi (靳夕) e venne presentata in vari festival internazionali vincendo premi importanti a Varsavia, al Festival di Venezia (primo premio sezione bambini) e a Belgrado. Secondo alcuni studiosi la tecnica di animazione di questo film risulta essere molto curata ed ha uno stile con forti caratteristiche culturali cinesi, inoltre i movimenti dei personaggi e le sequenze risultano essere più reali (Hong Xun Tao 2001).

²³ Altri film sono stati realizzati dalla SAFS come *La rana vanitosa* (夸口的青蛙) diretto da He Yu men, Aiping e Wang Shuchen nel 1954. Nello stesso anno è stato girato anche un film con riprese dal vivo e con pupazzi dal titolo *il sogno di Xiamei* (小梅的梦), diretto da Jin Xu. Nel 1955 il regista Liu Jiyou si autoprodusse un film dal titolo *Song Wu Conbatte la tigre* (武松打虎). Dello stesso anno sono i film di marionette *Trascurato e paffuto* (粗心的小胖) e *Il viaggio del piccolo orso* (东郭先生), diretti da Zhang Chaoqun e Yu Zheguang.

La storia del film trae spunto da alcuni racconti popolari e il personaggio principale è un ragazzo povero di nome Ma Liang che ama disegnare, ma non ha i soldi per comprarsi un pennello. Un giorno un Dio gli dona un pennello magico con il quale è possibile materializzare tutto ciò che si disegna. Il ragazzo ne fa buon uso aiutando la gente povera o in difficoltà. Un ufficiale del governo viene a conoscenza di questo pennello magico e fa imprigionare il bambino sequestrandogli il pennello, ma ignorava il fatto che il pennello risultava magico solo se usato da Liang. Dopo vari tentativi falliti, l'ufficiale capisce tutto e costringe Liang a disegnare una montagna d'oro. Il ragazzo disegna la montagna d'oro su un'isola e aggiunge anche una barca con la quale raggiungere l'isola stessa. L'ufficiale e i suoi funzionari salpano diretti verso l'isola, ma quando sono già in mare aperto, Liang utilizza il suo pennello magico per fare affondare la loro barca.

Lo stesso anno i gemelli Wan, rientrati da Hong Kong, si attivarono subito per la realizzazione del primo film a colori dal titolo *Perché il corvo è di colore nero* (乌鸦为什么是黑的, Wūyā wèishéme shì hēi de, *Why Is the Crow Black-Coated*): è la storia di un uccello molto bello e fannullone che durante la bella stagione canta e si diverte senza lavorare, e poi arrivato l'inverno si trova in difficoltà perché ha freddo e non riesce a trovare da mangiare. Dal momento che tutti gli altri uccelli si rifiutano di aiutarlo, l'uccello è costretto ad avvicinarsi troppo al fuoco per riscaldarsi, tanto da bruciarsi le sue belle penne che diventano nere e il suo cinguettio improvvisamente si trasforma in quello dell'odierno corvo. Questo film fu sponsorizzato direttamente dal governo di Mao e poi presentato all' 8° Festival di Venezia (Jianlin 1993).

Questo periodo si chiude con un film considerato fondamentale dal punto di vista storico e stilistico del cinema d'animazione cinese, ossia *Il Generale orgoglioso* (驕傲的將軍, Jiāo'ào de jiāngjūn, *The Proud General*). È il primo film ad utilizzare una colonna sonora e i canoni stilistici cinesi provenienti dal Teatro dell'Opera di Pechino. Anche gli ambienti di questa animazione richiamano lo stile dell'arte tradizionale cinese: il

personaggio principale (il generale) indossa abiti e maschere tipici dell'Opera di Pechino²⁴.

Anche per questo film fu utilizzata la tecnica tradizionale di pittura cinese *shuimohua* (水墨画) a colori. Per quanto riguarda i contenuti, la storia narra di un Generale che, dopo aver sconfitto i nemici, diviene l'idolo di tutto il popolo e del suo re. Il re è molto orgoglioso del suo generale e ne elogia le doti dicendo che ormai tutti i suoi nemici non avrebbero avuto più il coraggio di combattere contro di lui perché troppo forte e invincibile. Ma il generale d' allora in poi trascura le arti della guerra per dedicarsi al divertimento. Nel frattempo i nemici si riorganizzano e lo attaccano di sorpresa, portando il generale alla disfatta definitiva.

In conclusione, il primo periodo di produzione della SAFS è stato contraddistinto da famose animazioni, caratterizzate da stile e canoni nazionali cinesi, che sono state esportate anche all'estero²⁵.

1.10 L'età d'oro dell'animazione cinese

Negli anni di propaganda e ancora oggi i film di stampo filogovernativo venivano contrassegnati con gli ideogrammi²⁶ 动画宣传(Dònghuà xuānchuán). 动画 (Dònghuà) si traduce con *animazione* e 宣传(xuānchuán) con *propaganda*²⁷.

Come abbiamo già detto il SAFS (Shanghai Animation Film Studio) iniziò le sue attività nel 1957, periodo nel quale vi lavoravano stabilmente 20 gruppi di creativi (circa 200 persone), ognuno dei quali dedito a un progetto originale (Rosen 2010).

Anche se lo studio SAFS era controllato dal partito comunista, l'animazione della fine degli anni Cinquanta aveva delle idee e degli stili che erano del tutto innovativi ed

²⁴ Per la realizzazione di questo film hanno lavorato i migliori artisti di animazione dell'epoca, basti citare Duchun Fu (杜春甫), Tang Cheng (唐澄), Pu Ka Cheung(浦家祥), Duan Jun (段浚) al disegno e animazione, Chen Gexin (陈歌辛) per le musiche e tutti furono diretti dal maestro Te Wei.

²⁵ Altre produzioni importanti di questo periodo è *La capra Witty* (机智的山羊) del 1956, diretto da uno dei fratelli Wàn Chāochén.

²⁶ Bisogna precisare che la parola "propaganda" in Cina assume una valenza differente rispetto a quella usata in occidente. Infatti per "propaganda" in Cina si intende semplicemente una diffusione di idee, quindi la parola non assume una connotazione negativa come succede in occidente.

²⁷ Questo periodo è l'unico ad avere un così elevato numero di film d'ispirazione propagandistica nella storia del cinema di animazione.

originali: era un periodo in cui gli artisti avevano la possibilità di mettere in pratica le loro idee attraverso il disegno animato.

Per avere un'idea chiara di quanto sia stato importante lo studio SAFS è necessario studiare le sue produzioni dal 1950 sino agli anni Novanta, in questa fase realizzò l'80% dell'animazione cinese. Nei suoi primi 10 anni di vita lo studio produsse 188 film di diverso genere: 40 animazioni con la tecnica delle marionette; 25 paper-cut animation; 28 origami, ecc. Nel periodo più attivo di produzione, ossia prima della rivoluzione culturale, riuscì ad avere un personale di 380 persone per la realizzazione dei prodotti di animazione. Gli studiosi considerano questi primi dieci anni come il periodo più importante dell'animazione cinese durante il quale sono state realizzate delle animazioni che, sotto il profilo stilistico e tecnico, rappresentano la base della cultura visiva della Cina moderna (Sun 2010, Yan 2005).

La famosa Scuola cinese, formatasi nello studio SAFS, raggiunse nelle sue produzioni uno standard qualitativo considerato molto alto perché gli artisti avevano la possibilità di confrontarsi e di sperimentare nuove forme narrative e linguistiche.

Le caratteristiche più importanti che contraddistinguono le animazioni della Scuola cinese sono :

- l'importanza data all'estetica del disegno e della progettazione dell'animazione. Per esaltare le qualità estetiche dei canoni classici della pittura cinese venivano utilizzati i pennelli tradizionali con i pennelli della scrittura ad inchiostro;
- le tematiche. Le animazioni molte volte prendevano ispirazione dalle vecchie tradizioni, dai miti e dalle leggende cinesi, inserendo anche dei contenuti relativi ai nuovi ideali della cultura del dopoguerra (Zhang 2000).
- Le musiche. Questi prodotti molte volte venivano accompagnati dalla musica tradizionale cinese.

I film più rappresentativi della Scuola cinese sono: *Il maialino che mangia l'anguria* (豬八戒吃西瓜, Zhūbājiè chī xīguā, Pigsy Eats Watermelon), diretto dai fratelli Wan nel 1958: l'animazione è realizzata con pezzi di carta, utilizzando una tecnica complessa chiamata cutout animation (collage), che chiameremo in seguito cut-paper animation.

Anche se i movimenti non risultano completamente naturali, questa animazione ha un valore simbolico perché è stata la prima ad utilizzare questo tipo di tecnica e di sicuro rappresentò un'innovazione esclusiva.

L'arazzo di Chuang (一幅僮锦, Yī fú tóng jǐn, *Chuang Tapestry*) del 1959 diretto da Qian Jagun. Lo stile di questo film prende spunto dalla pittura tradizionale cinese, lo si può notare soprattutto nelle sequenze dei paesaggi dove le montagne, gli alberi sullo sfondo hanno un chiaro riferimento alla pittura del periodo Qing.

Il ravenello ritorna indietro (萝卜回来了, Luóbo huíláile) diretto Tang Cheng (方轶群, Fāngyìqún) nel 1959. Il film narra la storia di un coniglio e la sua profonda amicizia con il suo vicinato e presenta uno stile narrativo allegro, dedicato ad un pubblico giovane. Tra i disegnatori di questo film compare Xu Jing, conosciuto come Ada, uno degli autori più importanti del cinema di animazione cinese.

Wan Guchan ha diretto *Il piccolo pescatore* (渔童, Yú tóng, *Fishing Child*) nel 1959, utilizzando la tecnica di animazione del cut-paper, e ciò che contraddistingue questa animazione rispetto alle precedenti è la naturalezza dei movimenti dei personaggi e la perfezione dei paesaggi (Ni 2006).

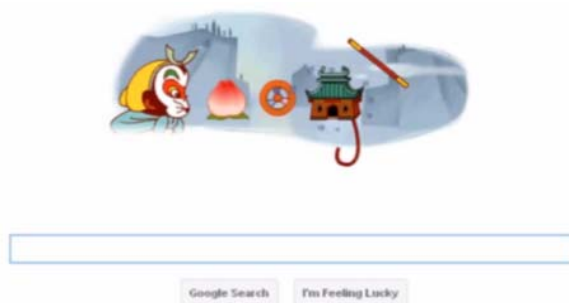
L'anno successivo Te Wei utilizzò in modo originale la tecnica tradizionale del disegno tradizionale *shuimohua* (水墨画) nel suo lavoro intitolato *I piccoli girini alla ricerca della mamma* (小蝌蚪找妈妈, Xiǎo kēdǒu zhǎo māmā, *Where is Mamma?* titolo alternativo in inglese *Little Tadpole Looks for Mamma*), divenuta in seguito una delle animazioni cinesi più conosciute anche perché ottenne diversi riconoscimenti a livello internazionale: il primo premio al 14° Festival di Locarno (1961); la Menzione d'onore al 17° Festival di Cannes (1964); il primo premio nella terza edizione Zagreb International Animation Film Festival; il secondo premio al 4° International Children Festival presso il Centro Culturale Pompidou di Parigi (1981). In questo film l'uso in modo originale della tecnica di pittura tradizionale ha reso ogni singolo foglio di lavorazione simile ad un dipinto tradizionale cinese (Sun 2011).

L'animazione realizzata con gli origami (折纸) è un'altra tecnica molto importante sperimentata in questo periodo. Nata ed utilizzata dalla religione scintoista giapponese, questa tecnica aveva lo scopo di creare delle figure piegando dei fogli carta (ori =

piegare + Kami=carta). Il primo a sperimentare questa tecnica nei prodotti di animazione fu il regista Yu Zheguang nel suo primo corto dal titolo *L'anatra intelligente* (聪明的鸭子, Cōngmíng de yāzi , *Smart Ducks*): il film non presenta aspetti culturali cinesi nei suoi contenuti ed è rivolto ad un pubblico giovane.

I primi anni Sessanta vennero anche contraddistinti in modo significativo dalla produzione di film di animazione di alta qualità tecnica e narrativa. I fratelli Wan realizzarono il film *Il re scimmia* (大闹天宫, Dà nào tiāngōng, *Havoc in Heaven* conosciuto anche *Uproar in Heaven*), il cui protagonista è ancora oggi considerato come una delle figure alla base dell'iconografica cultura moderna cinese (Xu Han2006). Nel 2011 anche Google dedicò un logo (Doodle nel motore di ricerca di google) al re scimmia per festeggiare il 112° anno della nascita dei fratelli Wan (Laiming Wan). Nel 2012 il film venne restaurato e riproposto al cinema in 3D dalla Shanghai Animation Studio²⁸.

Fig. 5 – Logo di Google per commemorare il 112° anno della nascita dei fratelli Wan



Fonte: www.google.com

Il re scimmia è tratto dal famoso romanzo *Viaggio dell'est*, considerato un classico della letteratura cinese. Tutto in questo film sembra rifarsi all'Opera teatrale di Pechino: l'aspetto estetico del personaggio di Sun Wukong (il Re scimmia), le musiche e persino i movimenti dei personaggi.

²⁸ Con un incasso al botteghino di circa 6 milioni di euro, classificandosi al 3° posto dei film di animazioni cinesi più visti nel 2012.

*Il re scimmia*²⁹ è il risultato di un lungo periodo di lavorazione perché la preparazione del personaggio cominciò 20 anni prima e precisamente nel 1941, subito dopo la produzione del film *La principessa con il ventaglio di ferro*. Il film è stato suddiviso in due episodi, il primo uscì nel 1961 e il secondo nel 1964.

In questo periodo, contrassegnato da tanta creatività e successo per il cinema di animazione cinese, uscì nelle sale anche un film di animazione con temi di propaganda dal titolo *La rabbia della gente* (亚洲人民怒逐瘟疫, Yàzhōu rénmin nù zhú wēnyì). Si sa ben poco di questo film: fu realizzato dalla Changchun Film Studio (长春电影制片厂, Zhǎngchūn diànyǐng zhì piàn chǎng) nel 1961, ma non si conoscono gli autori e non vi è nessun libro che parli di questo film, esiste solo un accenno in una lista ufficiale redatta dallo Shanghai Animation Film Studio (Zhang Huilin 2002).

La tecnica della cut-paper venne utilizzata anche dal regista Hu Xionghua (胡雄华, Húxiónghuá) in *Aspettando Domani* (等明天, Dèng Míngtiān, *Waiting for Tomorrow*) del 1962. Hu Xionghua fu un artista attivo sino al 1981 e utilizzò sempre questa tecnica nelle sue animazioni diventando uno dei maestri in questo genere³⁰.

In questi anni di sperimentazione venne girato anche il primo lungometraggio di animazione con pupazzi, che d'ora in poi chiameremo puppet animation (木偶, Mù'ǒu). Il film dal titolo *La principessa del pavone* (孔雀公主, Kǒngquè gōngzhǔ, *Peacock Prince*), fu diretto dal regista Jin Shi nel 1963: la sua durata è di 80 minuti e la storia trae spunto da un racconto tradizionale cinese.

Nello stesso anno Te Wei, insieme a Qian Jiajun, realizzò *Il flauto rosso* (牧笛, Mùdí, *The Cowherd's Flute* o *The Buffalo Boy and his Flute*) considerato uno dei capolavori dell'animazione cinese. Ciò che rende particolare il film è l'assenza dei dialoghi soppiantati dalla melodia sonora del flauto suonato dal protagonista dell'animazione. Anche questo film ottenne diversi premi, il più importante all'Odense International Film Festival nel 1979 (Ni 2006).

²⁹ Caratteristiche tecniche del film: la lunghezza della pellicola è di circa 3140; la durata complessiva è di 117 minuti. Il film ottenne molti riconoscimenti e premi in tutto il mondo ed è stato trasmesso dalla maggior parte delle TV del mondo.

³⁰ Hu Xionghua diresse anche *La capra e il lupo* 《山羊和狼》(1960), *Quasi* 《差不多》(1964), *L'eroe Ludang* 《芦荡小英雄》(1977), *La sentinella del mare dell'est* 《东海小哨兵》(1973), *Caccia alla volpe* 《狐狸打猎人》(1978) e *Bimbo paffuto* 《咕咚来了》(1981).

1.11 Campagna Anti-destra nell'animazione (1957-1964)

Dopo un decennio di sperimentazione, l'animazione si ritrovò ancora una volta in un periodo travagliato a causa delle vicende politiche cinesi.

Il Partito comunista cinese avviò una serie di campagne contro le persone definite di destra, ma in realtà la campagna era rivolta contro tutti quelli che criticavano il partito. Ci furono due campagne contro gli oppositori del partito, una nel 1957 e l'altra agli inizi degli anni Sessanta. Queste campagne colpirono generalmente gli intellettuali, gli oppositori e gli artisti, e la pena prevista era l'esilio nei cosiddetti campi di "rieducazione attraverso il lavoro". Si calcola che in questo periodo più di mezzo milione di persone furono inviate in zone remote della Cina per essere rieducate.

Secondo le cronache dell'epoca i sorvegliati speciali del partito comunista erano però soprattutto i media. Con la nascita della Repubblica Popolare gli animatori avevano ottenuto maggiori spazi di libertà di espressione, ma con la seconda campagna anti-destra furono costretti a controllare i contenuti delle proprie animazioni per non ledere le prerogative del partito comunista.

Nel 1964 vi erano molti film di animazioni già pronti per essere distribuiti al cinema, ma furono bloccati dalla censura del partito comunista. Anche il film del regista Qian Yunda dal titolo *Armata rossa* (红军桥, Hóngjūn qiáo, *Red Army Bridge*) che, nel primo anno della sua uscita nel 1964, fu considerato in linea con idee comuniste, l'anno successivo venne bloccato. Era un film realizzato con la tecnica del cut-paper e con chiari contenuti vicini alle idee comuniste, ma questo non impedì la nascita di critiche da parte del partito (Quingwang 2001).

Nel 1965 venne bloccata anche la visione de *Il re scimmia* dei fratelli Wan, perché la scimmia, il personaggio principale del cartone, era considerata una ribelle che andava contro le decisioni delle autorità, perciò poteva rappresentare un esempio di protesta contro le idee del partito comunista (Ehrlich 2011). Anche le opere dello stesso Te Wei furono censurate dal partito comunista il quale, anni prima, invece gli aveva affidato l'incarico di creare uno studio di animazione a Shanghai.

Anche *Il flauto rosso* che venne censurato per 14 anni perché definito dai leader del partito come un film che non “riflette la lotta di classe e farebbe impigrire la coscienza del pubblico”³¹ (Lent 2001).

Gli unici film prodotti e distribuiti in questi anni furono quelli realizzati per la propaganda del Partito comunista, ma anche di questo periodo si hanno pochi riferimenti. Secondo la letteratura visionata (Lu Bin 2013), nel 1964 si produssero dai 13 ai 15 film, tra cui *L'armata rossa* e la seconda parte del *Il re scimmia*.

Le opere ritenute vicine alle idee del partito furono: *Le due eroiche sorelle della prateria* (草原英雄小姐妹 Cǎoyuán Yīngxióng Xiǎo Jiěmèi, *Two Heroic Sisters of the Grassland*)³² diretto da Qian Yunda e Tang Cheng; e *Il gallo canta a mezzanotte* (半夜鸡叫, Bàn yè jī jiào, *The Cock Crows at Midnight*) di You Lei. Il primo film narra la storia di due sorelle che vivono nella regione cinese dell'Inner Mongolia, dove cercano disperatamente di proteggere il loro gregge dalle intemperie rischiando addirittura la propria vita. Il secondo film vede protagonista un proprietario terriero cattivo che cerca un modo per far lavorare tanto i propri operai, così trova un espediente: costringe il gallo a cantare a mezzanotte e quindi i suoi operai, obbligati ad anticipare l'orario di lavoro, devono lavorare di più. Il figlio di uno degli operai scopre il trucco e la notte successiva gli tende un'imboscata e finalmente tutto ritorna come prima.

I contenuti dei due film sopracitati non sono certo di propaganda però rispecchiano le idee del partito comunista e della lotta di classe in quanto privilegiano la vita di campagna, lontana dal mondo civilizzato, e i protagonisti sono sempre dei giovani eroi, un tema molto comune nel cinema di propaganda del partito comunista cinese di allora.

Un film con contenuti di propaganda era *Il diario di Xiaolin* (小林日记, Xiǎolín Rìjì 1965), diretto da Hu Jinqing (胡进庆), i cui argomenti principali erano la lotta di classe e la vita nelle campagne (Bin 1998).

Secondo la nuova ideologia del partito comunista il nuovo “nemico” della repubblica era l'occidente e in particolar modo gli Stati Uniti d'America. Questo nuovo atteggiamento politico ovviamente influenzò tutti i settori creativi e così i contenuti dei film di

³¹ Originale “reflect the class struggle and would numb the consciousness of the public” in *Animation in China*, autore David Ehrlich.

³² Alcune fonti riportano che *Le due eroiche sorelle* furono distribuite nel 1964, altre nel 1965.

animazione iniziarono a privilegiare temi di chiara campagna contro l’America. I film più rappresentativi del nuovo periodo sono: *Sostenere il popolo della Dominica contro le armi di aggressione* (支持多米尼加人民反美斗争 o 支持多米尼加反对美国武装侵略, Zhi Chi Duo Mi Ni Jia Ru Ren Min Fan Mei Dou Zheng) realizzato nello studio SAFS con una regia collettiva; *Per sostenere il popolo vietnamita per sconfiggere gli aggressori americani*(支持越南人民打倒美国侵略者, Zhīchí yuènnán rénmin dǎdǎo měiguó qīnlüè zhě) prodotto dallo studio SAFS, ma si hanno poche notizie riguardo ai contenuti; *L'imperialismo degli Stati Uniti e la finta trattativa di pace* (揭穿美帝和谈骗局, Jiēchuān měi dì hétán piànjú), realizzato con la tecnica del cut-paper, racconta la storia del popolo vietnamita bombardato e distrutto dall’invasione americana. Ma poi il popolo vietnamita si organizza e abbatte un gran numero di elicotteri americani e distrugge alcuni quartieri ufficiali, tra cui l’ambasciata stessa dove l’ambasciatore viene ferito. Gli americani, in difficoltà, cercano di intavolare una finta trattativa di pace, ma i vietnamiti intuiscono il raggio e sono determinati ancora di più a cacciare via gli americani (Sun 2011).

Il fazzoletto rosso (红领巾, Hónglǐngjīn), realizzato con cut-paper, è un film la cui animazione risulta di alta qualità soprattutto nella realizzazione dei background che evidenziano uno chiaro stile cinese. Questa animazione ha come tema le vicende di alcune spie americane che si travestono da soldati dell'Esercito di Liberazione del Popolo, ma una ragazza, vicina alle ideologie comuniste, nota alcuni atteggiamenti sospetti e segue le mosse delle tre spie e dopo invia il fratellino ad avvisare l’esercito. I delegati dell’esercito si mettono subito all’opera e si fanno guidare dalle tracce della ragazza, tra cui il fazzoletto rosso lasciato su un albero, fino a quando riescono a smascherare e fermare i tre impostori.

L’ultimo film è *Il ragazzo del Sud* (南方少年, Nánfāng shàonián) il cui protagonista è un ragazzo vietnamita che aiuta gli amici del suo villaggio nella lotta contro gli americani.

Da tutti i film di propaganda vennero successivamente tratti dei fumetti con le stesse scene del film o direttamente ispirati al film. Alcuni di questi vennero tradotti dal cinese

da Gino Nebiolo nel 1971 e poi editi da Umberto Eco e Jean Chesneaux in un volume in lingua italiana dal titolo *I fumetti di Mao* (Chesneaux 1971).

1.12 La rivoluzione culturale (1966 - 1976)

Il periodo della rivoluzione culturale fu particolarmente critico per la storia del cinema e dell'animazione cinese in quanto vennero prodotti solo pochi film di animazione di stampo propagandistico. Secondo alcuni studiosi, il fatto che i protagonisti principali dei film fossero sempre dei bambini che si comportavano da adulti ha portato l'animazione di questo periodo a perdere la sua peculiarità di parlare ai bambini per privilegiare un pubblico più vasto, come i più giovani e gli adulti (Lent 2003).

La rivoluzione culturale incominciò a rigettare tutta l'arte tradizionale e i cosiddetti *Quattro vecchiumi* (vecchia cultura, vecchie idee, vecchie abitudini e vecchi comportamenti), inoltre tutti i luoghi di culto vennero chiusi, saccheggianti, distrutti o occupati per essere destinati ad altro uso. Una delle frasi più importanti dell'epoca era "senza distruzione non c'è la ricostruzione".

I primi ad essere inviati nei campi di rieducazione furono i professori, gli insegnanti e gli artisti³³. Come era già successo in Italia durante il Fascismo e in Germania durante il Nazismo, anche in Cina gli autori cinematografici furono costretti a realizzare film di stampo propagandistico. Lo studio SAFS dovette fermare le sue attività fino al 1972. Secondo i dati forniti dagli storici, i fratelli Wan e il grande Te Wei³⁴, furono inviati nei campi di rieducazione nelle zone più remote della Cina lontano dalle loro famiglie perché potessero imparare "l'umiltà e la coscienza rivoluzionaria dei contadini" (Lent 2006)³⁵.

³³ Le Guardie Rosse erano ormai presenti in tutta la provincia e avevano la facoltà di uccidere le persone che avevano delle vedute diverse dalle loro o che intrattenevano dei rapporti con quegli individui considerati anticomunisti

³⁴ Alcuni artisti vennero picchiati e umiliati, alcuni registi dovettero soccombere e accettarono di girare i film voluti dal partito, anche perché era una questione di vita o di morte per loro.

³⁵ Furono costretti a lavori pesanti, come trasportare sacchi di grano, dare da mangiare agli animali, scavare fosse tutto il giorno e nella notte dovevano auto-criticarsi e reprimere le loro idee antirivoluzionarie attraverso la scrittura di quaderni adibiti allo scopo.

Lo studioso John Lent realizzò una serie di interviste ad alcuni registi, autori superstiti e testimoni che hanno vissuto nei campi di rieducazione in quel periodo³⁶ e, secondo alcuni dati, risulta che la maggior parte degli autori non realizzò film di animazione per molti anni. Dalle cronache dell'epoca si apprende che in alcuni casi gli autori di animazione furono contenti della loro rieducazione perché, durante quel periodo di duro lavoro e austerità fisica e morale, ebbero l'opportunità di riflettere a lungo sulla loro vita e a diventare veramente più umili (Sun 2011).

In questo periodo sono stati prodotti pochi film di animazione, ricordiamo: *Shanghai arti e mestieri* (上海工艺美术, Shànghǎi gōngyì měishù) del 1966; *Il villaggio degli Artisti emergenti* (山村新苗, Shāncūn xīn miáo), un film del 1966, le cui musiche erano di Wu Ying-Ju (吴应炬): il film racconta di alcuni bambini delle zone rurali, che, grazie all'aiuto del partito, fondano una squadra diventando membri importanti della rivoluzione; del film *Frutta* (果实, Guǒshí) del 1967, si sa che è dedicato ai bambini più piccoli, ma risultano sconosciuti la regia e anche il cast tecnico; de *La grande affermazione* (伟大的声明, Wěidà de shēngmíng) del 1968 non si hanno riferimenti.

Dal 1968 al 1971 non risulta che siano stati prodotti dei film di animazione (Sun 2011).

Nel 1972 gli artisti dello studio SAFS vennero richiamati ad avviare le attività e la produzione, ma poterono realizzare solo film di propaganda (Bin 2005)³⁷.

Il primo film dopo la riapertura dello studio SAFS è *L'inno di battaglia per realizzare la macchina di pressione idraulica* (万吨水压机战歌, Wàn dùn shuǐyājī zhàngē) nel 1972.

La regia dell'animazione venne affidata a Hu Jinqing e Wu Qiang che utilizzarono la tecnica del cut-paper. Il film racconta che a Shanghai vi era un urgente bisogno di acqua, necessaria per lo sviluppo dell'industria e dell'agricoltura. Pur non avendo adeguate informazioni tecniche e attrezzature necessarie, la classe operaia decide di seguire i “principi della filosofia del presidente Mao” e così realizza con successo una macchina a pressione idraulica capace di erogare il primo milione di tonnellata di acqua.

³⁶ Dalle interviste si apprende infatti che a molti degli artisti fu concessa la visita dei propri famigliari una sola volta al mese e in molti dei casi i loro figli furono affidati alle cure dei nonni. Il Prof. Lent cita in particolare le testimonianze di due autori di animazione Lin Wenxiao e sua moglie Yan Dingxian, i quali dovettero lasciare il figlio, che aveva soli 6 mesi, perché costretti ad allontanarsi da Shanghai (Lent 2001).

³⁷ Dopo essere stati sottoposti ad un periodo intenso di analisi delle idee della rivoluzione culturale.

Il film di animazione dal titolo *Dopo la scuola* (放学以后, Fàngxué yǐhòu), del regista Yan Dingxian, realizzato nel 1972 con tecnica tradizionale, racconta la storia di alcuni giovani studenti, appartenenti alle piccole Guardie Rosse, che combattono a scuola contro le cattive canzoni insegnate da un soldato dal nome Xiao Gang. Ma uno dei ragazzi, Li Guohua, si oppone a tutto ciò e, grazie all'aiuto del maestro Chen, scopre che il soldato è Huang Yilang, considerato da tutti un famigerato criminale.

Anche l'animazione *Niente male, Mezzo Penny* (不差半分毫, Bù chā bànfēn háo) riprende le idee dei film di animazione precedentemente analizzati. Il film venne realizzato nel 1973 con la tecnica cut-paper dai registi Lian Di e Yanping Xiao negli studi di Xi'an Yaping Studio.

Oggi sono state rinvenute solo le versioni a fumetti di alcune di queste animazioni e dunque non è stato possibile visionare il materiale audio-video.

Nel 1973 Wang Shuchen e Yan Dingxian realizzarono un film di animazione di propaganda dal titolo *il Trombettista* (小号手, Xiǎo hào shǒu)³⁸. Il film racconta la storia di un ragazzo di campagna che vuole aiutare l'esercito a sconfiggere i nemici del partito nazionalista. Egli impara a suonare la tromba, si arruola nell'esercito e va direttamente sul campo di battaglia dove viene ferito e poi costretto a stare a casa per un lungo periodo. Ma egli vuole trovare gli avversari per punirli, allora si avventura tra le montagne alla ricerca di prove (Comunist Magazine 2008). Qui scopre il rifugio dei nemici e, grazie al suono della sua tromba, riesce ad avvertire l'Armata Rossa. I nemici, attirati dal suono della tromba, riescono a catturarlo, ma l'Armata Rossa lo libera. Così il trombettista ottiene la sua vendetta. Il film è caratterizzato sia da un'alta qualità tecnica di animazione, che risulta più matura rispetto alle animazioni precedenti, e sia da una narrazione diversa il cui linguaggio risulta più moderno.

Un altro film rilevante dello stesso anno è *La piccola guardia costiera* (东海小哨兵, Dōnghǎi xiǎo shàobīng) che riprende la storia dell'animazione di *Il fazzoletto rosso* (1965), prodotta prima dell'avvento della rivoluzione culturale. Qui la qualità

³⁸ Il film è considerato un esempio per la maggior parte dei film di propaganda prodotti in seguito perché presenta tutte le caratteristiche tipiche di questo genere, tanto che il protagonista verrà ripreso molte volte da altre animazioni di propaganda.

dell'animazione e della tecnica del cut-paper è migliorata e i personaggi risultano più naturali anche nei movimenti.

La puppet animation verrà utilizzata nel 1974 per la realizzazione del film *Il piccolo esercito dell'ottava strada* (带响的弓箭, Dài xiǎng de gōngjiàn) che riprende le vicende della seconda guerra sino-giapponese e anche qui il protagonista è un bambino eroe che lotta contro i giapponesi. Rilevanti in questa animazione sono risultate le caratteristiche estetiche e somatiche dei protagonisti, di fatto il bambino protagonista di questo film sembra essere uguale ai protagonisti degli altri film di animazione di propaganda .

Nel 1976 Te Wei girò un film il cui titolo era *Le oche d'oro* (金色的大雁, Jīnsè de dà yàn): è la storia di alcuni bambini tibetani che, guidati dal partito comunista, lottano contro i cattivi. Secondo gli studiosi, Te Wei cercò di realizzare un film di propaganda diverso dagli altri, usando uno stile nuovo e caratteristiche lontane dagli ideali della rivoluzione culturale (Lent 2003).

Con la morte di Mao nel 1976, le animazioni continuarono per un certo periodo a promuovere le idee rivoluzionarie. Una di queste è *La roccia rossa* (火红的岩标, Huǒhóng de yán biāo) che racconta la storia del popolo tibetano che piange la morte di Mao e realizza una scultura in pietra per commemorarlo perché li ha liberati dalla schiavitù. Il popolo tibetano decide così di rimanere fedele al partito comunista (Wang Yang 2005).

Fino alla fine degli anni Settanta tutti i film di animazione prodotti continueranno ad avere contenuti di propaganda insieme a contenuti di commemorazione del leader comunista Mao.

2 CAPITOLO - Il post-rivoluzione e l'animazione moderna.

2.1 Struttura del capitolo

In questo capitolo si analizzano i film di animazione realizzati dopo la Rivoluzione Culturale. Il fenomeno dell'animazione cinese qui viene descritto dal punto di vista sociale e culturale. Inoltre viene esaminata la fase storica che ha maggiormente contraddistinto e reso famosa l'animazione cinese nel mondo.

Le pagine conclusive del capitolo forniscono un quadro generale della complessa situazione del settore negli ultimi anni.

Le informazioni presenti in questo capitolo sono il risultato della *desk research* che è servita nell'analisi del periodo storico in questione

2.2 Il ritorno dell'età dell'oro

Dopo la morte di Mao e l'arresto della Banda dei quattro³⁹, ci fu un massiccio ritorno di tutti gli artisti a Shanghai e in poco tempo vennero realizzati ben 17 film d'animazione con stile e canoni molto diversi da quelli imposti dalla rivoluzione culturale.

In un'intervista rilasciata nel 1992 a David Ehrlich⁴⁰, il regista Yan Ding Xian disse che la 'rivoluzione culturale' aveva soppresso 10 anni di creazione artistica, di passioni e di nuove sperimentazioni nel periodo più creativo dello Shanghai Animation Film Studio⁴¹.

Nella stessa intervista Yan Ding Xian confessò che tutti gli artisti erano consapevoli di tutto ciò e avevano dovuto accettare la situazione senza poter nemmeno reagire. Il ritorno degli artisti allo studio SAFS avvenne nei primi anni Settanta, ma rimaneva sempre sotto il controllo del partito comunista. Yan Ding Xian diventò il nuovo direttore

³⁹ La banda dei quattro era un movimento politico che aveva enorme influenza sulle scelte politiche durante gli ultimi anni di vita di Mao. I membri erano: principalmente Jiang Qing, l'ultima moglie di Mao, Zhang Chunqiao, Yao Wenyuan e Wang Hongwen e tutti erano considerati i fomentatori della rivoluzione culturale proletaria. Un mese dopo la morte di Mao furono arrestati e con loro finì la rivoluzione culturale. Il termine La banda dei quattro fu coniato dopo l'arresto dei quattro membri avvenuto nel 1976.

⁴⁰ Contenuta in Lent 2001.

⁴¹ Sempre nell'intervista di Ehrlich, Xian diceva che gli artisti erano felici di ricominciare e di intraprendere una nuova e più entusiasmante avventura.

dello studio e dovette sottostare a tutte le richieste degli organi del partito. Yan Ding Xian dichiarò, sempre nella stessa intervista, che l'assetto cinematografico cominciò a ristabilirsi solo negli anni Ottanta, periodo in cui egli, insieme a Wang Shuchen e Te Wei, girò il film *Nezha conquista il Re Drago* (di cui ci sarà una descrizione più dettagliata in seguito pag. 58).

Come altri autori citati nel capitolo precedente, anche Te Wei venne umiliato pubblicamente e costretto a scrivere un'autocritica in riferimento al periodo antecedente alla rivoluzione culturale quando egli era il direttore dello studio. Con l'avvento della rivoluzione culturale, Te Wei lavorò in una fabbrica per due anni e successivamente venne rinchiuso per altri due anni in una piccola stanza dove subì varie forme di violenza⁴².

Nel campo di rieducazione Te Wei incontrò Xu JingDa⁴³ (conosciuto anche come Ada), uno dei creativi più importanti dell'epoca, al quale era stato severamente vietato di disegnare (Lent 2001).

Te Wei ritornò allo studio SAFS con le veci di bibliotecario e nel 1976 diventò di nuovo il direttore dello studio avendo in mente uno scopo ben preciso: ritornare sulla strada di esplorazione di uno stile nazionale e, interpretando le esigenze degli artisti attivi nel campo dell'animazione, di riprendere le attività di creazione e sperimentare.

Uno dei primi film di animazione di questa fase è *La Notte nel Museo* (画廊一夜, Huàláng yīyè, 1978) diretto da Ada che critica il ruolo svolto dalla Banda dei quattro. Nel film la Banda dei quattro è rappresentata da caricature (esseri grigi) che distruggono i dipinti di un museo e vengono poi scacciati dai personaggi rappresentati nei dipinti (Ehrlich 2011). Il film mette in luce la fine della censura perpetrata durante la rivoluzione culturale e segnala il fatto che gli artisti si sentivano più liberi di realizzare le loro animazioni, anche se dovevano sempre cercare di non entrare in contrasto con le ideologie del Partito comunista.

⁴² Egli era costretto a dormire per terra e veniva controllato a vista dalle Guardie Rosse. Come punizione per essere stato direttore dello studio, dovette star sveglio per 3 giorni di fila durante i quali fu costretto a confessare la verità. Durante i vari pestaggi Te Wei perse alcuni denti. Nei campi di rieducazione Te Wei venne costretto a pulire il letame e a scavare, per giorni, una fossa per far deviare il flusso di un fiume.

⁴³ Il loro compito di trasportare maiali a mani nude durò circa un anno.

Nel frattempo la situazione mondiale, per quanto riguarda il settore l'animazione, era cambiata in modo significativo. Basti pensare che in America l'animazione per il cinema e la TV era già da tempo una realtà ben consolidata e che in quegli anni era diventata una delle industrie creative di maggior successo in grado di vendere i propri prodotti in tutto il mondo. Inoltre anche il Giappone aveva conquistato uno spazio crescente negli schermi televisivi di tutto il mondo. Già dal 1976 sugli schermi italiani comparvero tanti prodotti di animazione giapponese, tra i quali bisogna citare *Barbapapà* (バーバパパ, Barbapapa) che fu trasmesso sulla seconda rete della Rai (l'attuale Raidue); poi arrivarono *Heidi* (アルプスの少女ハイジ, Arupusu no Shōjo Haiji, lett. *Heidi, la ragazza delle Alpi*) e *Goldrake* (U F O ロボグレンダイザー, *UFO Robot Grendizer*, trascritto in *UFO Robo Gurendaizā*).

La Cina cercò di confrontarsi con questo nuovo contesto promuovendo la nascita di nuovi canali televisivi per incentivare la produzione di contenuti di animazione dedicata esclusivamente alla TV. Prima di questa iniziativa, in Cina esisteva solo una dozzina di canali televisivi con diffusione nazionale, ma la penetrazione nel tessuto sociale era veramente bassa: un apparecchio televisivo per 100 persone (Hazelbarth 1997). Così nel 1978 a Shanghai nacque una nuova rete televisiva chiamata Shanghai TV che incentivò la produzione di cartoni per la TV. In seguito anche Beijing TV⁴⁴ cominciò a concentrarsi sulla produzione di animazione (Sun 2011).

In questo periodo di maggiori libertà, gli autori ebbero finalmente l'occasione di concentrarsi esclusivamente su prodotti di alto contenuto artistico e culturale. Ad esempio, Xu JingDa (Ada) cercò di esplorare nuove forme astratte di animazione ispirandosi alle opere dell'avanguardia del momento (AJ Press 2005).

Fu considerato uno dei periodi più importanti per gli artisti di animazione perché c'era la libertà di creare nuovi linguaggi di animazioni. Un esempio è l'animazione diretta da Te Wei che, insieme al suo staff, realizzò *Nezha alla conquista del re drago* (哪吒鬧海, Nǎ zhā nào hǎi, *Nezha Conquers the Dragon King*, titolo alternativo in inglese *Nezha Fights the Sea*, 1979): è il primo film realizzato in widescreen ed è basato su un racconto della

⁴⁴ Cambiò nome divenendo China Central Television (CCTV) in quell'anno.

mitologia buddista e inoltre presenta molti riferimenti inerenti la cultura e la tradizione cinese.

Un altro esempio è il film del regista Qu Jian Fang che realizzò una nuova forma di animazione, pensata esclusivamente per la TV, dal titolo *Afanti* o *Le storie d'Afanti* (阿凡提的故事, āfántí de gùshi): è una serie animata mandata in onda dal 1979 al 1988 ed è molto particolare perché il personaggio principale è ispirato a Nasreddin Khoja, una figura turca molto famosa, protagonista di storie e favole, che viveva nello Xingiang, una delle regioni musulmane della Cina. Ciò che colpisce del film è che il regista racconta storie tipiche dello Xingiang, dove la tradizione culturale è diversa da quella della Cina. Da un'intervista realizzata ai fini di questo lavoro nel luglio 2012, a Shanghai, il regista Qu Jian Fang affermava che in quel periodo tutti gli artisti dello studio erano alla ricerca di idee nuove per poter rappresentare un mondo diverso, ma al contempo vicino alle tradizioni della Cina. Secondo Fang l'animazione non può diventare "globale" perché deve essere basata su eventi e storie culturali locali. Seguendo questo principio Fang, prima della produzione dell'animazione, decise di trascorrere alcuni mesi nella provincia musulmana dello Xingiang, per capirne meglio la cultura e per studiare la fisionomia dei personaggi che sarebbero diventati i protagonisti della sua futura animazione. Il prodotto ottenuto fu giudicato di alta qualità e originalità: realizzata con la tecnica della puppet animation, questa animazione è ricca di particolari ed è scrupolosa nei minimi dettagli relativi alle tradizioni e alla cultura del luogo (Ni 2006).

Un cambiamento decisivo per l'animazione cinese avvenne con il film *I 3 monaci* (三个和尚, Sān gè héshàng, 1980) del regista Ada. Il film presenta uno stile di animazione innovativo: i personaggi sono molto stilizzati, il contesto risulta essenziale ai fini dell'animazione, la scena sembra quasi vuota in quanto ci sono solo pochi riferimenti, come la collina, il tempio dei monaci, un albero, e inoltre i tre monaci non parlano perché comunicano attraverso i gesti e le espressioni facciali. Dal punto di vista estetico e narrativo, il film risulta molto divertente e originale perché utilizza uno strumento del disegno tradizionale (il pennello usato per la scrittura degli ideogrammi) in modo innovativo. Grazie a questi segni distintivi, il film ottenne, in Patria e all'estero, ottime recensioni ed è uno dei film di animazione che ha ricevuto più premi nella storia del

cinema di animazione cinese (ad esempio L'orso d'argento al Festival di Berlino del 1981).

Nella sua nuova animazione dal titolo *Il Ragazzo di Neve* (雪孩子, Xuě hái zi, Snow kid 1980) Ada decise di riprendere il personaggio del coniglio (già utilizzato nel film *Il ravenello ritorna indietro*): il protagonista è un pupazzo di neve, creato da un coniglietto, che all'improvviso si anima e gioca con lui. L'animazione riprende quindi lo stile del film d'intrattenimento dedicato ad un pubblico molto giovane, ma viene comunque molto apprezzata anche dagli adulti, tanto da ricevere il Prize for the Best Film dal Ministero della cultura cinese nel 1980.

Un altro lavoro che ha caratterizzato questo periodo è il film *Lao la montagna taoista* (崂山道士, Láoshān dàoshi, *Lao Mountain Taoist*, 1981) diretto da Yu Zheguang (虞哲光), che utilizza la tecnica classica della puppet animation insieme al disegno tradizionale cinese per rendere l'animazione molto vicina alla favola. Il protagonista del film è stato riconosciuto come una delle figure più note in Cina nel contesto cinematografico e televisivo nel 2006 (Nui 2014).

Gli anni Ottanta furono ricchi di cambiamenti che indussero lo studio SAFS a riprendere tutti gli stili di animazione esistenti prima dell'avvento della rivoluzione culturale, ma utilizzò anche nuove tecnologie di ripresa ancora più precise ed economiche che resero l'animazione più accurata persino nei movimenti dei personaggi che risultarono più naturali. Anche la tecnica tradizionale della pittura, utilizzata in questo genere di animazione, cambiò notevolmente divenendo più delicata e molto più fluida rispetto alle animazioni realizzate in precedenza. Ne è un esempio il film *La campanella del Cervo* (鹿铃, Lù líng, *The Deer's Bell* conosciuta anche come *Bell on a Deer* o *Lu Ling*) che utilizzò al meglio la tecnica della pittura tradizionale usata originariamente dai sei maestri del periodo Qing nelle loro opere (清六家, Qing Liù Jiā)⁴⁵.

Nel 1981 sugli schermi dei cinema fu proiettato il film d'animazione *Il vecchio maestro Q* (老夫子, Lǎo Fū Zi, Old Master Q): il personaggio, considerato una delle più famose figure in Cina, nacque nel 1962 da un fumetto di Alfonso Wong (王家禧), famoso

⁴⁵ I sei maestri Qing sono dei pittori e artisti che hanno lavorato nel 17° e all'inizio del 18° secolo durante la Dinastia Qing e sono: Yun Shouping e Wu Li, specializzati in paesaggi, Wang Shimin, Wang Jian, Wang Yuanqi e Wang Hui.

cartonista Sino-Honghese. Dal fumetto vennero poi realizzati diversi film classici di animazione (dal 1965 ad oggi), i più importanti sono: *Vecchio maestro Q e la tigre dell'acqua* (老夫子水虎傳, Lǎofūzi shuǐ hǔ chuán, Old Master Q Water Tiger) del 1982 diretto da Hu Shuru, Xie Jin Tu e Wang Ze (胡树儒, 谢金涂, 王泽) e *Vecchio maestro Q & "San-T"* (山 T 老夫子, Shān T lǎofūzi, *Old Master Q & "San-T"*) diretto da Cai Zhì Zhong, Hu Shu Li e Caiming Qin (蔡志忠, 胡樹儷, 蔡明欽) nel 1983.

Un film significativo per le sue particolari caratteristiche estetiche è *La leggenda del libro caduto dal cielo* (天书奇谭, *Tian Shu Qi Tan*, conosciuto anche come, *Legend of Sealed Book*, *Secrets of the Heavenly Book*, *Tales about the Heavenly Book* e *Book Which Came from the Sky*) del 1983: qui i personaggi e i background sono fortemente stilizzati, la tecnica dell'animazione presenta colori forti e gli sfondi sembrano dei quadri dell'era Qing (Lent 2003).

Dopo trentasei anni dalla sua prima comparsa, ritornò sugli schermi il personaggio di Sanmao con il film dal titolo *Il girovagare di Sanmao* (三毛流浪記, Sān máo liúlàng jì, *Wandering of Sanmao*, 1984) che viene considerato una delle figure più longeve (Yan 2014). E' una serie animata composta da cinque episodi, ricca di riferimenti culturali relativi alla Cina moderna e ogni episodio è stato diretto dai seguenti registi: Bao Lei, Ada, Zhukang Lin, Xiongnan Qing e Paji Yao (包蕾, 阿达改编, 阿达, 朱康林, 熊南清, 潘积耀).

2.3 L'avvento della TV e la seconda età dell'oro

Tra la metà degli anni Ottanta e la fine degli anni Novanta, le condizioni di vita dei cinesi migliorarono sensibilmente grazie a un sostanziale progresso sociale ed economico che portò l'incremento delle disponibilità di cibo per tutti, la possibilità di avere un alloggio proprio, l'aumento del reddito e di altri beni di consumo. La situazione economica cominciava ad essere migliore rispetto agli anni precedenti soprattutto per coloro che abitavano nelle grandi città dove lo status sociale si misurava anche dalla possibilità o meno di comprare un televisore.

Di conseguenza la popolarità della TV incentivò la produzione di animazioni rivolte solo ed esclusivamente al nuovo mezzo, e di fatto la domanda di cartoni animati per la distribuzione interna aumentò in modo smisurato che lo studio SAFS non riusciva a soddisfare più tutte le richieste delle varie TV cinesi, anche perché non vi erano abbastanza talenti e professionisti da coinvolgere in questo settore.

Certo lo sviluppo tecnologico, con la comparsa dei primi computer in Cina, risultò di grande aiuto per la produzione di animazioni. Nel 1988 la SARFT (State Administration of Radio, Film, and Television) decise di acquistare alcuni computer per sperimentare dei programmi grafici di animazioni, ma solo nel 1990 vedranno la luce i primi prodotti di animazione digitale (Sun 2011).

All'inizio degli anni Ottanta le nuove misure prese dal leader Deng Xiaoping per aprire il Paese ai prodotti stranieri, ebbero una conseguenza diretta anche nel campo audiovisivo, e così la Cina fu "invasa" da prodotti di provenienza estera.

Il settore dell'animazione subì i danni maggiori perché molti canali televisivi cominciarono a trasmettere un numero crescente di produzioni di animazioni americane e giapponesi che, in pochi anni, diventarono i leader del mercato.

La situazione era abbastanza grave per gli studi cinematografici e il governo cinese continuò a finanziare in modo consistente lo studio SAFS che riuscì così a produrre circa 400 minuti di animazione ogni anno. Grazie a queste risorse, lo studio poté garantire la libertà agli autori per sperimentare e creare animazioni d'arte (Ehrlich 2003).

Il concorrente principale in questo settore era rappresentato dal Giappone che aveva ideato la mossa commerciale chiamata "give free", che comportava la distribuzione gratuita dei propri cartoni animati chiedendo in cambio i diritti per le attività di merchandising. Questa è una delle ragioni per cui lo studio SAFS e le altre aziende del Paese entrarono in crisi.

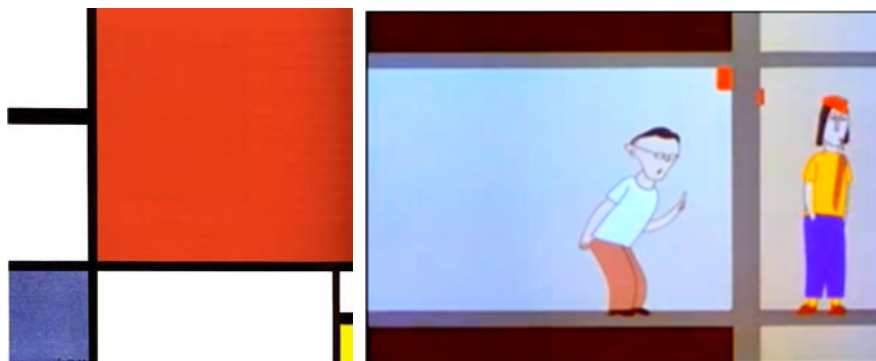
Nonostante il clima di crisi, in questo periodo furono prodotti molti film interessanti dal punto di vista narrativo, stilistico e culturale. Una delle prime serie di animazioni TV destinata ai bambini, realizzate con successo in quell'epoca dallo studio SAFS, è *Il detective gatto nero* (黑猫警长, hēi māo jǐng zhǎng traditional Chinese, *Black Cat Detective* o *Mr. Black*), andata in onda ininterrottamente sulla CCTV dal 1984 al 1987.

Ma nel 1987 la produzione venne fermata perché la serie nei suoi contenuti presentava molte sequenze di violenza: ad esempio, il gatto detective usava la pistola con disinvoltura e vi erano anche molte scene di sangue. Dopo un'attenta analisi, la SARF reputò che il cartone non era adatto per l'educazione dei bambini e quindi ne venne bloccata la sua produzione.

Sempre nello stesso periodo, Te Wei e Lin Xiao Wen, insieme al loro staff di registi e sceneggiatori, decisero di riportare in vita il *Re scimmia* dei fratelli Wan e produssero il film dal titolo *Il Re Scimmia contro lo scheletro fantasma* (金猴降妖, Jīn hóu jiàng yāo , *Monkey King Conquers the Demon* o *The Monkey King and the Skeleton Ghost*, 1984-85). Senza dubbio lo stile di questa animazione si rifà all'originale dei fratelli Wan, ma qualcosa è cambiato, in meglio, perché l'animazione risulta molto più fluida e il linguaggio narrativo più maturo. Per questi motivi il film ottenne diversi riconoscimenti e premi sia in patria che all'estero, nel 1991 venne anche trasmesso dalla TV pubblica giapponese NHK (Momo 2006).

Nel frattempo Ada cominciava ad esplorare nuove forme di animazione e di linguaggio e, per la prima volta, si interessava dei problemi sociali della Cina moderna. In questo periodo realizzò due animazioni: *Il nuovo campanello* (新裝的門鈴, Xīn zhuāng de ménlíng , *New Door Bell*, 1986) e *Super sapone* (超級肥皂, Chāojí féizào, *Super soap*, 1986). La prima animazione è molto vicina ai canoni tipici del Neoplasticismo (conosciuto come De Stijl) degli artisti olandesi Piet Mondrian e Theo van Doesburg, in particolare dei dipinti *Composizione A* e *Composizione B* di Mondrian. Ada era molto attratto da questo stile da utilizzarne non solo l'aspetto grafico, come riportato nella figura sottostante, ma anche i colori primari visibili nei quadri di Mondrian. La struttura narrativa risulta veramente divertente e semplice, ma non scontata, e analizza la vita sociale e la depressione degli uomini nel contesto urbano cinese.

Fig. 6 – Similitudine tra il Neoplasticismo e le opere di ADA



Fonte: <http://www.magmagazine.it/2012/04/13/i-giganti-dell%E2%80%99avanguardia/> e lo screenshot de *Il nuovo campanello*.

Invece nel secondo film, *Super sapone*, la narrazione assume una notevole importanza e il tema portante è il consumismo sfrenato della nuova generazione. Ada e Hu Yihong (胡依红) furono gli unici registi a discutere dei problemi della società moderna di quel periodo nelle loro animazioni (Chen 2013).

Nel 1986 lo studio SAFS produsse la famosa serie TV dal titolo *I Fratelli Calabash* (葫芦兄弟, Húlu Xiōngdì, *Calabash Brothers*, *Bottle Gourd Brothers*, *Hulu Brothers*, *Seven Brothers* o *Pumpkin Brothers*), ancora oggi considerata molto importante sotto il profilo stilistico-culturale. La maggior parte dell'animazione è realizzata con la tecnica del paper cut e gli sfondi sono disegnati con la tecnica tradizionale cinese. La serie è composta da 23 episodi e i protagonisti sono i 7 fratelli Calabash. Il termine *calabash* si riferisce a una zucca da una forma particolare, in Italia conosciuta come zucca a fiasco (“lagenaria siceraria”). I 7 fratelli nascono da una pianta magica e si possono distinguere l'uno dall'altro dai colori delle loro zucche natali. Ognuno di loro possiede un potere magico diverso, come ad esempio sputare fuoco, diventare gigante ecc. La storia è molto avvincente perché è una miscela di leggende ispirate alla cultura tradizionale cinese e alla tradizione culturale asiatica.

Comunque ancora oggi, dal punto di vista artistico, il lavoro più considerevole risulta *La montagna e il fiume* (山水情, shān shuǐ qíng, *Feeling from Mountain and Water*, *Love of Mountain and River* o *Feelings of Mountains and Waters*, 1986), diretto da Te Wei e

realizzato con la tecnica tradizionale di pittura e scrittura cinese. Grazie alle sue qualità pittoriche ricercate, viene considerata una delle opere di animazione più rappresentative e conosciute in tutto il mondo, tanto da essere valutata come un vero e proprio film d'arte. La storia è semplice: un musicista anziano tramanda e insegna il Guqin (strumento a corda tradizionale cinese) ad una giovane ragazza che, in cambio, lo assiste durante la sua vecchiaia. Qui le figure dei personaggi sono collegate alla cultura pittorica tradizionale cinese e i paesaggi e i background sono delle vere e proprie pitture tradizionali: ogni sequenza è ricca di poesia e dello spirito culturale cinese. Inoltre l'animazione non presenta dialoghi perché i personaggi comunicano attraverso i gesti e la musica.

L'ultima serie TV, che contrassegna la fine di questo periodo, è *Il re dello sporco* (邋遢大王奇遇记, Lātà dàwáng qíyù jì, 1987): narra la storia di un ragazzo molto sporco e delle sue avventure contro i batteri. La serie ebbe un grande successo perché insegnava ai più piccoli ad essere puliti e ordinati, ma dal punto di vista stilistico non può essere considerato un lavoro di alta qualità (Hong 2008).

In conclusione, si può dunque affermare che gli anni Ottanta rappresentano sicuramente il secondo periodo più importante per il cinema di animazione cinese.

2.4 L'era digitale

Con la riforma economica di apertura della Cina alle aziende straniere, il Giappone riuscì ad avere sul territorio cinese delle filiali che realizzavano delle animazioni per TV e studi giapponesi.

In Cina lo sviluppo tecnologico del settore incentivò la realizzazione di propri cartoni con tecniche computerizzate e programmi di grafica. Inoltre grazie agli investimenti degli studi stranieri, la Cina è stata in grado di creare nuovi poli di produzione e far crescere le imprese del settore offrendo così migliori salari e contratti a tempo indeterminato ai propri dipendenti. Si tratta però di poli di produzione che lavorano su commessa estera: ciò ha comportato la crescita della struttura produttiva cinese nel

campo dell'animazione, anche se ancora una buona parte era impegnata per il mercato estero. Di conseguenza molti professionisti decisero di passare dalla produzione di animazione originale cinese alla produzione di contenuti legati a culture diverse. Un esempio tra i più noti di “fuga di talenti” è rappresentato dallo Jade Animation Studio (深圳翡翠动画公司, Shēnzhèn fěicùi dònghuà gōngsī) con sede a Shenzhen, uno dei più famosi all'epoca perché specializzato nella produzione dell'animazione per studi americani, giapponesi e canadesi (come si vedrà nei capitoli successivi).

La “fuga dei talenti” impoverì la produzione di animazioni originali cinesi e oltretutto comportò lo spostamento della manodopera nelle aziende di outsourcing (Sun 2011).

Per rispondere a questo periodo di crisi creativa, a partire dal 1986 lo studio SAFS programmò una serie di coproduzioni con la Toei Animation giapponese e poi successivamente nel 1987 anche con il Canada, Francia, Stati Uniti e Germania. Inoltre rafforzò i suoi legami commerciali anche con le più grandi TV nazionali assicurandosi un rapporto privilegiato con Pechino, Shanghai, Nanchino e Fujian TV (Huilin 2002).

La capitale dell'animazione diventò Shenzhen, seguita da un gran numero di studi collocati a Suzhou, Nanjing, Hangzhou e Wuxi costituendo così una grande base di produzione di contenuti di animazione. In seguito alla grande richiesta di prodotti di animazione, a Shenzhen il lavoro dei professionisti venne organizzato secondo orari che prevedevano dei turni di notte in modo da coprire tutte le richieste di animazione provenienti dall'estero⁴⁶.

Inoltre per incrementare la qualità delle produzioni, lo studio SAFS coinvolse ricercatori e studiosi provenienti da università straniere e presentò i propri prodotti nei più importanti festival internazionali (Bluebook 2013).

In questo periodo viene prodotto nuovamente un vecchio film di propaganda dal titolo *Il trombetta*. Il protagonista di questo film è un bambino eroe-adulto che combatte contro i giapponesi e rappresenta una figura che ricorre spesso nelle produzioni odierne finanziate prevalentemente con soldi pubblici.

Il 1988 fu l'anno in cui si ebbe un forte incremento della produzione di serie TV e film d'animazione realizzati con differenti tecniche e diverse prospettive didattiche, tutti di

⁴⁶Informazioni: <http://pro.animamix.com/column/ShowArticle.asp?ArticleID=4234>, ultimo accesso 23 novembre 2013.

alta qualità. Ne è un esempio il film dal titolo *Gli otto immortali attraversano il mare* (八仙與跳蚤, Bāxiān yǔ tiàozǎo, Eight Immortals Crossing the Sea, 1988), diretto da Zhan Tong (詹同). Il film presenta diverse particolarità che lo hanno reso molto famoso: una fine tecnica di animazione, realizzata con cut-paper di monocolori; dei personaggi stilizzati, simili a quelli che compaiono nel tradizionale spettacolo del teatro delle ombre; una musica molto vicina agli stili tradizionali del teatro dell'Opera di Pechino; una narrazione allegra ed entusiasmante. Rappresenta la volontà degli artisti cinesi di sperimentare nuove forme di comunicazione che privilegiano sia l'animazione classica e il disegno tradizionale, ma prevedono anche l'uso dei computer per risparmiare tempo nel creare lo sfondo e il movimento dei personaggi.

Un altro film innovativo dal punto di vista narrativo è *Il piatto di pesce* (魚盤, Yú pán, Fish Dish, 1988), dove il regista Fang Runnan (方潤南) utilizza l'arte tradizionale della ceramica Blu e sfondo bianco per discutere dei problemi ambientali (Bin 2005).

Invece i registi Lui Yumen (何玉門) e Qing-Min Jin (庆敏瑾) tentano di attrarre il pubblico cinese e occidentale con un'animazione dal titolo *La Volpe Reynard* (狐狸列那, Húlí liè nà, *Reineke Fuchs* o *Reynard the Fox*) tratta dalla favola francese intitolata *Romanzo di Renar* (del XII e XIII secolo). Il film è una coproduzione con la televisione tedesca ZDF e rappresenta uno dei primi tentativi delle produzioni cinesi per entrare nel mercato europeo attraverso la coproduzione. In un certo senso, lo studio SAFS volle emulare i successi registrati in quegli anni dalle anime giapponesi che realizzarono delle animazioni intrise di storie tipiche della tradizione europea.

Un film di grande rilevanza artistica è *L'ingiustizia alla mucca* (牛冤, Niú yuān, 1989) diretto Zhong Quan (钟泉). Come si può notare dalle figure sottostanti, qui i personaggi sono ispirati alle correnti pittoriche del Novecento e a pittori come Matisse e Picasso.

Fig. 7 – L'ingiustizia alla mucca richiama alcune opere del surrealismo.



Fonte: Screenshot *L'ingiustizia alla mucca*, e August Macke: *Promenade* (1913) <http://www.viaggio-in-germania.de/macke.jpg>

Una delle prime produzioni computerizzate che comparvero nelle TV cinesi è *Il Figlio del sole* (太阳之子, *Tàiyáng zhīzǐ*, 1990). E' una serie composta da 52 episodi realizzata dalla Pechino Glorious Animation (北京辉煌动画公司, *Běijīng huīhuáng dònghuà gōngsī*), controllata da CCTV.

Da ricordare inoltre il film dal titolo *La faccia quadrata e il viso rotondo di nonno e nonna* (方脸爷爷和圆脸奶奶, *Fāng liǎn yéye hé yuán liǎn nǎinai*, *The square face and a round face of grandfather and grandmother*, 1991) per le sue caratteristiche artistiche, stilistiche e narrative. La regista Jia Fou (贾馔) è una pittrice formatasi presso l'Accademia delle belle arti di Xi'an e il dipartimento artistico della Beijing Film Academy e per questo motivo nelle sue animazioni compaiono alcune tecniche di pittura classica dove i personaggi principali presentano dei tratti innovativi dal punto di vista estetico (Sun 2011).

L'animazione realizzata con il computer, a quell'epoca, dava la possibilità di avere colori più vividi e di controllare in tempo reale le varie fasi di produzione con un'efficienza di produzione migliore 5-8 volte rispetto alla produzione tradizionale.

Lo studio SAFS continuò a produrre animazioni con tecniche tradizionali di grande valore artistico come: *La Principessa del Lotus* (莲花公主, *Liánhuā gōngzhǔ*, 1991), *Dodici zanzare e cinque persone* (十二只蚊子和五个人, *Shí'èr zhǐ wénzi hé wǔ gèrén*, 1992), *Chi sono i campioni* (谁是冠军, *Shuí shì guànjūn*, 1992) e *La casa cubo* (魔方大厦, *Mófāng dàshà*, 1994).

Una parte importante delle produzioni di questo periodo erano destinate per la trasmissione in TV e perciò erano connotate da un livello qualitativo più basso, un esempio significativo è *Il topo blu e il gatto dalla faccia grande* (藍皮鼠和大臉貓, Lán pí shǔ hé dà liǎn māo, *The Blue Mouse and the Big Faced Cat* 1993-1994). Ma proprio in quegli anni cominciò a farsi strada anche un nuovo tipo di animazione destinata alla TV, chiamata edutainment, perché mirava ad intrattenere ed educare i più giovani. Questo tipo di produzione era promossa e in parte finanziata coi soldi pubblici perché considerata un ottimo strumento di divulgazione, utile a comunicare in modo semplice anche gli argomenti più complessi.

Una delle prime animazioni edutainment è *Haier Brothers* (海尔兄, Hǎi'èr xiōng, 1996) nata con lo scopo preciso di insegnare ai bambini le nozioni scientifiche e sociali del mondo della natura e della vita quotidiana. Realizzata dallo studio SAFS, l'animazione venne trasmessa anche in America, dove all'epoca questo genere era totalmente sconosciuto. Venne apprezzata sia dai bambini che dai loro genitori, i quali ritenevano che questo tipo di animazione fosse molto educativa e diversa dalle altre messe in onda dalle TV americane in quegli anni, soprattutto perché non presentava scene violente (People 2001).

Dal 1999 comparve sugli schermi delle televisioni cinesi la serie *3000 domande al gatto blu* (藍貓淘氣 3000 問, Lán māo táoqì 3000 wèn, *3000 Whys of Blue Cat*) che era in linea con una nuova concezione di animazione il cui scopo principale era di spiegare ai bambini in modo semplice i concetti l'ecologia, la storia della cultura, l'astronomia, la biologia ecc., dunque una sorta di enciclopedia "animata". Ancora oggi, quotidianamente, il *Blue Cat* è seguito da 80 milioni di spettatori e trasmesso in 700 canali televisive diverse. Questo cartone, realizzato dalla Beijing Sunchime Happy Culture Company, è la più lunga serie di animazione dedicata a contenuti scientifici. Complessivamente ha in attivo più di 70.000 minuti prodotti, organizzati in 3.100 episodi (Liping 2007).

Lotus Lantern (宝莲灯, Bǎo lián dēng, 1999) è un lungometraggio di animazione la cui sceneggiatura riprende le storie tradizionali cinesi, ma il sottofondo musicale è tipico dello stile disneyano. Fu realizzato dallo studio SASF, il cui staff creativo era composto da più di 300 persone che riuscirono a produrre 2000 sfondi dipinti e 150.000 lastre

dipinte a mano⁴⁷. Fu uno dei primi film ad avere successo anche nel box office cinese e per questo motivo venne creata una linea di gadget come libri, articoli da cancelleria, borse, abbigliamento e così via.

2.5 Le politiche del governo a sostegno dell'industria dell'animazione

Nei primi anni del 21° secolo la situazione dell'animazione cinese ebbe una ripresa sostanziale grazie all'utilizzo del computer nella produzione di contenuti di animazione. Dal 2000 il governo cinese diede un apporto significativo all'industria dell'animazione perché considerata una delle più importanti industrie culturali che nel futuro sarebbe dovuta diventare un pilastro importante dell'economia cinese (Qing 2006). In Cina ormai i mezzi di diffusione di prodotti audiovisivi stavano cambiando velocemente grazie all'uso sempre più ampio di internet.

Nelle televisioni e nei cinema cinesi di quel periodo c'era una forte presenza di prodotti di animazione stranieri soprattutto giapponesi e americani e inoltre la maggior parte dei prodotti derivati era in mano a società straniere.

Il sostegno pubblico all'industria dell'animazione cinese avviato nel 2000 produsse dei risultati positivi e in particolare attirò l'interesse di investitori privati cinesi. Questo intervento si rivolse anche alle imprese che erano nella loro prima fase di crescita.

In questo periodo i principali studi di produzione ridussero il loro interesse verso prodotti con valore artistico per conformarsi meglio al mercato occidentale e giapponese, avviando una serie di produzioni di tipo commerciale (Tan 2006).

Nello stesso anno (2000) la State Administration of Radio, Film and Television (SARFT) emanò un regolamento che riguardava la trasmissione dei cartoni nella TV. Una delle nuove regole prevedeva l'obbligo da parte dei canali televisivi di sottoporre tutti i cartoni di origine straniera all'approvazione della SARFT. In aggiunta, solo quelli approvati potevano essere trasmessi nella stessa proporzione dei cartoni di origine cinese. Con il *Decimo Piano Quinquennale di sviluppo* del 2002, il governo sollecitò le imprese cinematografiche e dell'animazione a creare un canale TV dedicato ai bambini basato

⁴⁷ Con un costo di produzione rilevante, per quel periodo, di circa 21 milioni di yuan (circa 2,8 milioni di euro).

sulla programmazione di prodotti animati di origine cinese. Inoltre l'anno dopo (agosto 2003) la SARFT invitò le istituzioni pubbliche locali a supportare politiche di sviluppo per il settore animazione. Grazie a questo tipo di incentivi, l'industria dell'animazione raggiunse buoni risultati e nel 2004 il tasso di crescita del settore aumentò del 15%, 7 punti percentuali in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Ma nel 2004 il 70% dei cartoni animati trasmessi nei canali televisivi cinesi continuava ad essere di origine giapponese. In totale i cartoni animati giapponesi erano di 50000 minuti, mentre quelli cinesi erano meno della metà (23800 minuti). Nello stesso anno le statistiche ufficiali stimavano che la domanda complessiva dei prodotti di animazione destinati alla diffusione televisiva era di 260.000 minuti, mettendo così in evidenza i larghi margini di sviluppo potenziale del settore.

Le politiche attuate dal governo nel 2000 incentivarono la produzione di animazioni tipo *L'ombrello magico* (可的魔伞, Kěkě de mó sǎn, Magic Umbrella, 2000) realizzato con la tecnica in 3D e 2D, in un mix di animazione e sequenze reali (BlueBook 2013) nello studio SAFS che, come già detto, è una impresa pubblica. Poi bisogna citare anche la serie TV dal titolo *Guerre del millennium bug* (大战千年虫, Dàzhàn qiānnián chóng, 2001), finanziata da fondi pubblici e considerata come la risposta alla famosa serie TV *I Simpson*. E' stata realizzata con la collaborazione di Beijing Green Olives Animation, Beijing Chang'an Animation e Shanghai Red Dragonfly Animation e andata in onda sulla CCTV nel 2001. Dal punto di vista tecnico e narrativo la serie si presenta interessante non solo per il suo livello stilistico, molto lontano dalla Scuola cinese, ma anche perché parla di storie lontane dall'animazione tradizionale (Deng 2011).

Fig. 8 – Similitudine tra *Guerre del millennium bug* e *Futurama* e *I Simpson*



Fonte: Screenshot di *Guerre del millennium bug* e *Futurama* e *I Simpson*

La serie animata dal titolo *Io sono pazzo per le canzoni* (我为歌狂, Wǒ wèi gē kuáng, *Music Up* o *Crazy for the Song*, 2001) per la prima volta tratta l'argomento relativo alle popstar rifacendosi allo stile tipico dell'animazione giapponese. E' composta da 52 episodi ed è una coproduzione SAFS e Shanghai TV, trasmessa dalla CCTV nel 2001. La serie viene ricordata soprattutto a causa del costo elevato della sua produzione, di ben 18 milioni di yuan (circa 2 milioni di euro), e anche perché riscosse solo un discreto successo in patria. Comunque in seguito, la serie riuscì ad ottenere un ottimo rendimento economico, grazie ad una buona politica di merchandising .

Intanto i prodotti realizzati con la tecnica del 3D incominciarono ad essere trasmessi dalla CCTV. Nonostante gli investimenti piuttosto elevati, poche animazioni raggiungevano un buon livello di qualità. Tra quelle che non riscosero successo, si ricorda ad esempio *Platoon Urbano* (城市野战排, Chéngshì yězhàn pái), una serie animata di 26 episodi prodotta e trasmessa dalla CCTV.

Tra le animazioni che hanno invece ottenuto successo è *Zetrix* (2004), in 3D di alta qualità, realizzata dall'Imagi Studio con sede a Hong Kong. E' una delle poche animazioni in 3D che non presenta caratteristiche culturali cinesi e perciò venne distribuita in molti Paesi tra cui Giappone, Germania e Stati Uniti (Lu Bin 2012).

2.6 I nuovi regolamenti governativi e le produzioni in 3D

In Cina l'industria dei prodotti di animazione nel 2000 era meno sviluppata rispetto agli altri Paesi industrializzati perché, fino a quel momento, lo stato non aveva ancora effettuato una seria analisi delle caratteristiche del mercato nazionale. Ma dal 2004 il governo centrale potenziò il suo intervento nel supporto all'industria dell'animazione e alla formazione.

Il 26 febbraio del 2004 il Comitato Centrale del partito Comunista e il Consiglio di Stato stilarono un documento dal titolo "Suggerimenti su un ulteriore rafforzamento e il miglioramento della costruzione ideologica ed etica dei Minori" che affermava chiaramente la volontà di aiutare le aziende nella produzione di animazione originale,

“seguendolo passo dopo passo, per la formazione di caratteristiche culturali nazionali le quali devono essere adatte per i minori”.

Qui di seguito vengono riportati alcuni estratti del documento sopracitato (Rif. : [2004], n ° 8):

“In primo luogo, rafforzare e migliorare la costruzione ideologica e morale dei minori è un importante e urgente compito strategico.

I minori sono i futuri costruttori della causa socialista con caratteristiche nazionali. Allo stato attuale, i minori di età inferiore ai 18 anni sono circa 367 milioni. La loro condizione morale è direttamente correlata alla qualità complessiva della nazione cinese, legata al futuro del Paese e al destino della nazione. Il Governo attribuisce grande importanza all'istruzione e alla formazione delle prossime generazioni e si sforza a migliorarne la qualità ideologica e morale. E'giusto tramandare la bella tradizione del nostro partito ai minori, perché loro saranno una importante garanzia per il nostro Paese.”

Inoltre il documento sottolinea l'importanza della creazione e produzione di prodotti destinati ai bambini per realizzare questi obiettivi:

“ Rafforzare la creazione e la produzione di film e televisione per bambini, sostenere attivamente la creazione di animazione interna, riprese, produzione e trasmissione, e gradualmente formare un carattere nazionale, con caratteristiche adatte ai minori, che mostrino la bella tradizione delle serie di cartoni animati della nazione cinese. Bisogna sviluppare attivamente l'economia del mercato socialista per migliorare la distribuzione dei film per bambini.”

Per raggiungere questi obiettivi e sostenere l'industria dell'animazione nazionale, il governo cinese dovette emanare molte leggi che regolamentavano la produzione interna e la proteggevano dalla forte concorrenza delle produzioni straniere.

Il 20 settembre 2004 la SARFT emanò il "Regolamento del Drama Review" in base al quale la realizzazione dei prodotti audiovisivi come la fiction (compreso il cartone animato TV) doveva obbligatoriamente rispondere ad alcuni requisiti stabiliti dai regolamenti e inoltre tutto il materiale di pre-produzione (la sinossi, le tavole di prova, titoli e dialoghi completi, sottotitoli, canzoni ecc..) doveva essere consegnato all' organo di revisione locale (uffici della SARFT) per ottenere l'approvazione.

Attraverso questa iniziativa, la SARFT voleva avere il controllo sui cartoni animati nazionali in modo da garantirne la qualità (Lu 2011).

Nell'ottobre dello stesso anno il governo centrale approvò un documento nel quale si impegnava a “sostenere sviluppo industriale dell' animazione e dei videogiochi” perché considerata come un “lavoro speciale e strategico”. Così il Ministero delle Cultura,

incaricato dal governo centrale, mise in atto la strategia per la "Animazione nazionale e la qualità tecnica del Games".

Una legge dello stesso anno, ancora della SARFT, regolava la trasmissione nel prime time di prodotti di animazione nazionali che doveva corrispondere al 60% rispetto alla trasmissione di cartoni animati stranieri (Cooper-Chen 2010). Inoltre se l'animazione durava più di 60 minuti, essa poteva prevedere soltanto un break pubblicitario prima dell'inizio della trasmissione e un altro dopo la fine.

Tra il 2005 e il 2006 le città di Chengdu, Guangzhou, Shanghai e Pechino, grazie a un decreto speciale, divennero "base per lo sviluppo della rete nazionale dell'industria del gioco e dell'animazione" favorendo in questo modo la ricostruzione delle aree industriali concentrate soprattutto nella produzione creativa dell'animazione e del videogioco.

Il 20 gennaio del 2005 la SARFT introdusse un nuovo regolamento che riguardava le modalità per ottenere la licenza di trasmissione televisiva di cartoni animati autoctoni. Questa regola venne applicata a partire dal 1° luglio 2005 e prevedeva che tutti i cartoni animati nazionali dovevano richiedere una licenza, quindi non solo quelli di nuova produzione, ma anche quelli trasmessi negli anni precedenti.

Queste ed altre regole emanate dalla SARFT riuscirono a promuovere la trasmissione dei cartoni animati nazionali su tutte le televisioni cinesi e a supportare ancora di più l'industria dell'animazione in quanto tutte le TV furono costrette a comprare dei cartoni prodotti in Cina (Tan 2006).

Anche se questo periodo non fu particolarmente brillante dal punto di vista della creatività, vennero prodotti diversi film e serie di animazione di una certa rilevanza perché realizzati anche su commessa della TV pubblica CCTV.

2.6.1 Nuovi tipi di produzione

Tra i prodotti di animazione direttamente o indirettamente collegati alle nuove politiche governative sopra descritte, va citato il film *DragonBlade: La leggenda di Lang* (龙刀奇缘, *Lóng dāo qí yuán*, *DragonBlade: The Legend of Lang*,) prodotto dalla China Film e lo studio DCDC nel 2005. Questo film rappresenta un esempio importante perché la tecnica di produzione è in 3D: metà del film fu realizzato a Hong Kong perché gli studi

cinesi non avevano la tecnologia adatta per prodotti in animazione 3D e per ovviare a questo gap tecnologico, le prime animazioni cinesi in 3D nacquero grazie a delle coproduzioni con Hong Kong. Inoltre le coproduzioni erano importanti perché rendevano più facile l'eventuale entrata del prodotto nelle sale internazionali, perciò il film venne prima doppiato in inglese e poi in cinese cantonese e mandarino.

In linea con l'animazione precedente è il film *Attraverso la Striscia di Moebius* (魔比斯环, móbīsī Huan, *Thru the Moebius Strip* 2005), realizzato a Shenzhen dall' Institute of Digital Media Technology grazie ad una coproduzione con gli Stati Uniti. La tecnica di animazione e il linguaggio sono molto simili a quelli delle serie americane, ma la struttura narrativa risulta molto complessa ed è forse uno dei motivi per cui non riscosse molto successo (Bluebook 2013).

Per far fronte all'attacco dell'animazione straniera, sempre nel 2005, la CCTV e la Beijing Golden Pinasters Animation Company produssero una serie animata (26 episodi per 20 minuti ciascuno) dal titolo *La ragazza sognatrice* (梦里人, Mèng lǐ rén, *The Dreaming Girl*): può essere considerata come il primo adattamento televisivo in forma di animazione di un fumetto *Dream Men* (梦里人, Mèng lǐ rén), molto famoso in Cina, scritto da Yao Feila (姚非拉). Inoltre risulta essere il primo tentativo da parte dei cinesi di emulare la strategia giapponese nella realizzazione di animazioni le cui fonti di ispirazione e adattamento molto spesso sono tratte dai fumetti. La serie nacque col preciso intento di rivolgersi ad un pubblico adolescente usando il linguaggio dei cartoni animati giapponesi, molto amato dai giovani cinesi. Infatti ci sono vari riferimenti vicini al mondo giapponese: ad esempio vi sono i super eroi del Sol Levante; e nella prima sequenza, nella camera della ragazza, si trova un poster che raffigura le *anime* giapponesi (Sun 2011).

Ma il settore dell'animazione cinese continuava a crescere perché, grazie ai contributi statali e al supporto da parte del governo centrale, le produzioni incominciarono ad essere più interessanti anche in termini di entrate economiche. Per le case di produzione, vendere i propri prodotti alla CCTV non costituiva solo la possibilità di ottenere migliori risultati economici, ma anche di avere visibilità dei propri prodotti in tutta la Cina.

Dalla produzione di singoli prodotti si passò a un modello più industrializzato di produzione caratterizzato dalla realizzazione di animazione sviluppate in un gran numero di episodi. Uno dei primi esempi di questo cambiamento è *Century Sonny: L'avventura del principe extragalattico* (精灵世纪, Jīnglíng shìjì, *Century Sonny: The Adventure of the Extra-Galactic Prince*), composta da 105 episodi di 18 minuti ciascuno. E' un'animazione di alta definizione in 3D, costata circa 1,1 miliardi di yuan (150 milioni di euro) che riuscì ad avere dei grandi profitti perché trasmessa prima su CCTV, Beijing TV e Shanghai TV e poi su altre 500 TV sparse in tutta la Cina ed anche perché venne accompagnata da una buona strategia di merchandising (Xinmin Weekly 2006)⁴⁸.

Va ricordata anche un'altra animazione dal titolo *SkyEye* (天眼, Tiānyǎn, 2005), una serie composta da 500 episodi di 7 minuti ciascuno con un costo totale di produzione di 15,6 milioni di yuan (2,5 milioni di euro). La sua produzione coinvolse la partecipazione di tre protagonisti di primo piano come la CCTV, l'Accademia Centrale di Arte Drammatica e la Beijing Film Academy.

Nel 2005 fu realizzata la serie dal titolo *La simpatica pecora e il grande lupo* (喜羊羊与灰太狼, Xǐ Yáng Yáng yǔ Huī Tài Láng, *Pleasant Goat and Big Big Wolf*) che d'ora in avanti chiameremo *Pleasant goat*. Considerata la più importante produzione di tutti i tempi, *Pleasant goat* venne prodotta dalla Creative Power Entertaining e dal 2012 i diritti della serie sono stati acquistati dalla Toon Express Group. La serie è composta da 1500 episodi di 25 minuti ciascuno, ancora in produzione. Dalla serie televisiva sono stati realizzati anche dei film cinematografici, campioni di incassi per ben sette anni consecutivi. Ecco perché questa serie è diventata una vera e propria icona per tutti, piccoli e grandi. Il creatore di questa animazione è Huang Weiming (黄伟健), il quale aveva già in passato dimostrato le sue doti di creativo in diverse produzioni trasmesse sulla CCTV e altri canali in Cina. Realizzata in flash animation, con semplice grafica e semplici storie, *Pleasant goat* è un cartone che non presenta particolari aspetti interessanti: dal punto di vista estetico, esso non presenta nessuna caratteristica culturale cinese ed è stato concepito come un puro cartone di intrattenimento per i più piccoli con

⁴⁸ Xinmin Weekly (2006), 新民周刊, Edizioni 1-25, Xinmin Weekly Club, 新民周刊社.

una morale finale inclusa. I più piccoli sono attratti dalla facilità del linguaggio e dalle caratteristiche estetiche dei personaggi, il tutto accompagnato da musiche tipiche e adatte per bambini. *Pleasant goat* è riuscita ad ottenere diversi finanziamenti da parte dello stato nonostante non comparisse nel disegno nessuna caratteristica della tradizione cinese. Inoltre rappresenta un vero punto di svolta per l'animazione cinese perché per la prima volta una produzione autoctona è riuscita ad ottenere introiti mai raggiunti fino ad allora (Lu Bin 2011).

Invece il film *Il piccolo soldato Zhang Ga* (小兵张嘎, Xiǎobīng zhānggā, *Little Soldier Zhang Ga, Zhang Ga* o *The Soldier Boy*, 2005) del regista Sun Lijun (vicedirettore della Beijing Film Academy) risulta uno dei primi film di animazione con caratteristiche culturali cinesi⁴⁹ realizzato interamente con fondi privati⁵⁰. Tratto da una storia vera, il film narra le vicende del piccolo soldato Zhang che lotta contro l'esercito giapponese. La storia originale venne modificata per attrarre maggiormente il pubblico più giovane e venne poi distribuito nei cinema nel 2005 per celebrare il 60 anni della fine della guerra contro i giapponesi. Per contenere i costi della produzione, che si aggiravano intorno a circa 9,2 milioni di yuan (1,2 milioni di euro), il regista utilizzò il contributo degli studenti della Beijing Film Academy. Anche se non è un film di propaganda, *Il piccolo soldato Zhang* ha il merito di aver rilanciato l'idea nostalgica dei film chiamati *Red Star*, cioè di quei film la cui tematica è la propaganda comunista (Jiu 2008).

Uno degli ultimi prodotti di animazione in 3D realizzati in questo periodo è *La storia di Hambagui* (憨八龟的故事, Hān bā guī de gùshi, *Tortoise Hanba's Stories, The Story of Hanbagui* o *Hanbagui*, 2006), composta da 500 episodi di 13 minuti ciascuno (ancora in produzione) trasmessi dalla CCTV e da altre reti nazionali e locali. Prodotta dalla Shenzhen Toonring Animation, l'animazione divenne famosa soprattutto per il suo personaggio principale, una tartaruga, che ancora oggi è molto conosciuto in Cina. Va ricordato che anche in questo caso non ci sono riferimenti culturali cinesi nell'animazione perché in questo modo si pensava di poter meglio competere con i prodotti di animazione straniera.

⁴⁹ Tratto proprio dai film di propaganda.

⁵⁰ Per la sua fase produttiva.

2.7 L'impegno governativo

Nel 2006 il governo decise di aumentare gli investimenti e più in generale il sostegno pubblico a tutte le aziende o gli studi il cui "core business" era fondato sull'animazione, anche attraverso sgravi fiscali. Nell'aprile 2006 il governo con la direttiva "idee per promuovere lo sviluppo di animazione"⁵¹ incaricò il Ministero delle Finanze ad erogare più finanziamenti attraverso la creazione di fondi speciali destinati allo sviluppo dell'industria dell'animazione. Nel frattempo il Ministero della Cultura dettava alcune linee guida inerenti alla "formazione ideologica e la costruzione morale dei minori" che l'industria dell'animazione doveva seguire. Oltre a motivi di ordine economico, il governo cinese supporta il settore dell'animazione perché considerato importante nella formazione e nell'orientamento educativo dei più giovani.

Inoltre il governo affida il controllo preventivo delle serie e film di animazioni alle emittenti televisive che sono obbligate a visionare tutti i prodotti per eliminare eventuali contenuti culturali in contrasto con l'identità culturale nazionale.

Nell'agosto del 2006 il governo emanò un nuovo regolamento che impediva a tutte le emittenti cinesi di trasmettere le animazioni provenienti da altri Paesi nella fascia oraria 17:00 - 20:00 (Tan 2006), a partire dal 1° settembre dello stesso anno.

Successivamente in un documento ufficiale (No.32 del 2006) il governo dichiarò che nel giro di 5-10 anni l'industria dell'animazione doveva diventare un pilastro importante dell'economia cinese e che quindi doveva essere in grado di raggiungere uno standard di qualità pari ai prodotti di animazione internazionali. Entro questo periodo la Cina deve diventare il "Paese dell'animazione", attraverso mirate strategie di politiche industriali e di sviluppo scientifico, ma per raggiungere questi obiettivi bisognerà migliorare in modo determinante la creatività e la protezione dei diritti d'autore.

In questo periodo alcuni imprenditori decisero di "affacciarsi" sulla scena dell'animazione perché attratti dai finanziamenti pubblici e dalle agevolazioni fiscali destinate al settore, in realtà negli anni successivi saranno poche le aziende in grado di emergere in questo settore. Di fatto per molte aziende fu un vero fallimento perché non

⁵¹ Fonte ufficiale <http://www.gapp.gov.cn/caiwusi/oldcaiwusi/contents/2981/137488.shtml>, ultimo accesso 22 novembre 2014.

erano state capaci di realizzare prodotti con standard qualitativi adatti per la trasmissione in TV o al cinema.

Secondo alcuni studiosi, nella prima fase di sviluppo del settore, il governo non curò la selezione delle aziende di animazione a cui erano destinati questi fondi. Alcune società hanno ricevuto i finanziamenti pubblici nonostante non avessero i requisiti adatti o non avessero nessuna competenza nel settore dell'animazione⁵² (Tan 2006, Quing 2006, Lu Bin 2013).

Oltre ai fondi destinati alla produzione, il governo aveva fissato anche un premio di trasmissione per le animazioni considerate originali. Il premio consisteva in: 1775 yuan (circa 230 euro) per ogni minuto trasmesso sulla CCTV e invece 926 yuan (circa 120 euro) per ogni minuto trasmesso nei canali che operavano nelle città e nelle province che avevano aderito a questa iniziativa.

Secondo le statistiche rilasciate dall'Amministrazione statale per l'Industria e Commercio e dalla SARFT nel 2006, gli interventi sul settore da parte delle istituzioni pubbliche, iniziati a partire dal 2000, hanno generato in Cina più di 5000 società di produzione di animazione e 447 università che offrivano corsi di animazione.

2.7.1 Produzione rappresentativa di questo periodo

Grazie agli incentivi governativi, nel 2006 ci fu un boom di produzione di cartoni animati destinati alle TV nazionali, con un totale di circa 81.000 minuti, mentre nell'anno precedente erano solo 42.000 minuti⁵³.

Così videro la luce animazioni come *Rainbow Cat e il Coniglio Blu* (虹猫蓝兔七侠传, *Hóng mǎo lán tù qī xiá chuán*, *Rainbow Cat and Blue Rabbit* o *The story of hongmao and lantu*, 2006), una serie di 108 episodi di 15 minuti ciascuno andati in onda sulla CCTV per alcuni anni e che di recente è stata sospesa bruscamente perché considerata troppo "crudele, violenta" ed eliminata definitivamente dal Canale dei bambini della CCTV. La serie venne trasmessa da circa 800 stazioni TV e inoltre furono realizzati diversi videogiochi, 20 libri di fumetti, 8 romanzi e diversi dischi musicali. Solo con la

⁵² Un errore grave che i governi locali continuano a ripetere ancora oggi, anche se in modo più contenuto.

⁵³ Le produzioni realizzate nel 2006 erano ancora soggette alle leggi e regolamenti del 2000- 2005, in quanto una serie di animazione o un film in 3D richiede un tempo di lavorazione che oscilla dai 3 ai 5 anni.

vendita dei libri tratti dal fumetto (Changchun Film Studio 2007), lo studio Hunan Greatdreams Communications (湖南宏梦卡通传播有限公司, Húnán hóng mèng kǎtōng chuánbò yǒuxiàn gōngsī) ricavò 16 milioni di yuan (2 milioni di euro)⁵⁴.

Un altro film di questo periodo è *Monkey King contro Er Lang Shen* (孙悟空大战二郎神, Sūnwùkōng dàzhàn èrlángshén, *Monkey King vs. Er Lang Shen*, 2007), realizzato per il cinema con soli 6 milioni di yuan (800 mila euro) dal produttore Yuan Cheng e dal regista Liang Hansen (China Film Press 2009)⁵⁵. Il film risulta molto innovativo e quindi interessante dal punto di vista stilistico perché usa la tecnica dell'animazione 3D insieme all'arte tradizionale della puppet animation. Molti professionisti erano scettici sulla riuscita del film perché ispirato alla tradizione classica del romanzo *Viaggio in occidente* e quindi relativo a qualcosa di sacro per il mondo dell'animazione, cioè il famoso personaggio di Monkey King. Ma il regista Liang dichiarò: "un sacco di gente dice che sono coraggioso, io non ho paura di mettermi a confronto con Monkey King, e di sicuro questo film sarà un tributo a quello classico!"⁵⁶. Il film non riscosse un grande successo, ma la tecnica dell'animazione è veramente considerevole e degna di nota.

Una serie molto importante di questo periodo e tuttora in programmazione (alla 5° stagione con più di 100 episodi realizzati di 21 minuti per ogni episodio) è *Qin's Moon* (秦时明月, qín shí míng yuè, *The Legend of Qin*), in 3D di alta qualità. Il cartone è un adattamento di un romanzo di Wen Shiren ed è una storia di fantasia che prende spunto dal passato. È la prima animazione in 3D che utilizza le arti marziali, di solito usate nel genere cinematografico *Wuxiapian* (武侠片, Wǔxiápiàn) che appunto presenta scene di combattimento. L'animazione fu tradotta in sette lingue (italiano, spagnolo, inglese, tedesco, francese, arabo e russo) ed ebbe una distribuzione a livello globale in ben 37 Paesi, tra cui Italia, Stati Uniti, Francia, Spagna, Canada, Russia ecc. (Sun 2011).

Ritorna ancora una volta un film di propaganda diretto dal famoso regista Hongkonghese Dante Lam dal titolo *Stella Rossa Brillante* (闪闪的红星孩子的天空, Shǎnshǎn de hóngxīng háizi de tiānkōng, *Sparkling Red Star*, 2007) prodotto da Puzzle Animation

⁵⁴ Changchun Film Studio (2007), 电影文学(Letteratura dei Film), Edizioni 7-12, 长春电影制片厂(Changchun Film Studio), Pag. 164.

⁵⁵ China Film Press (2009), 中国电影年鉴(Cinema Yearbook 2009), 中国电影出版社(China Film Press), pag 191, 491-2.

⁵⁶ Three-dimensional animation "Monkey Wars Erlang" tribute to the classic <http://ent.qq.com/a/20071006/000021.htm>

Studio, una delle più famose case di produzione con sede a Shenzhen. L'animazione narra la storia di un bambino e dei suoi amici che vogliono aiutare l'Armata Rossa, realizzato durante la rivoluzione culturale. *Zhang Ga* e *Sparkling Red Star* rappresentano il ritorno alla cultura comunista da parte dell'animazione che sarà presente ancora in altri film con contenuti simili.

2.8 Nuove politiche a supporto del settore

Secondo alcuni dati riportati dal *BlueBook* del 2008, la Cina aveva più di 2.000 canali televisive, 25 canali dedicati alla programmazione per bambini, 289 TV che offrivano una sezione dei programmi dedicata ai bambini, 123 milioni utenti che avevano accesso a internet e 430 milioni utenti di telefonia mobile (BlueBook 2008) nel 2007.

Ecco l'elenco dei provvedimenti messi in atto dal governo centrale:

- dal 1° maggio 2008 tutte le emittenti, anche quelle locali, non potevano trasmettere nessun tipo di animazione straniera nelle fasce orarie 17:00-21:00;
- nel 2009 il Ministero della Cultura informò che le imprese, dedite alla produzione di animazione, potevano godere di 5 sgravi fiscali, tra cui l'esenzione IVA;
- il 12 ottobre 2009 la SARFT comunicò che avrebbe rafforzato il controllo nella trasmissione dell'animazione, e che, a partire dal 1° gennaio 2010 in poi, il periodo di tempo dedicato all'animazione cinese doveva prolungarsi, quindi dalle 17:00 alle 22:00;
- nel novembre 2009 la SARFT concesse alla società Jiangsu TV un canale per bambini sul satellite chiamato Cady TV (优漫卡通卫视, Yōu màn kǎtōng wèishì).

Grazie a tutti gli incentivi e ai provvedimenti governativi, all'inizio del 2009 i canali dei bambini aumentarono e in tutto erano 34.

Nel 2009 la produzione raggiunse il numero di 322 titoli, per un totale di 170.000 minuti, con un incremento del 31% rispetto all'anno precedente.

Tra le animazioni più significative di questo periodo, va ricordata *Storm Rider Scontro tra i Maligni* (风云决, Fēngyún jué, *Storm Rider Clash of the Evils*, 2008) del regista Dante Lam che privilegiò, ancora una volta, temi inerenti la cultura cinese. Prodotto da

Puzzle Animation Studio e dalla Shanghai Media Group, il film è tratto da una famosa serie di Wuxia *Manhua* dal titolo *Fung Wan* (风云, Fēngyún, dal 1989 ad oggi) dell'autore hongkonghese Ma Wing-shing (马荣成, Mǎ róngchéng) e utilizza la tecnica giapponese di animazione che riesce ad integrare perfettamente la tecnica del 3D con il 2D nelle stesse scene. Per realizzare questo film ci sono voluti cinque anni di lavorazione, durante i quali sono stati realizzati più di 200.000 disegni e tre tonnellate di carta, coinvolgendo 400 professionisti tra la Cina e Hong Kong, per un costo totale di produzione di circa 660 milioni yuan (70 milioni di euro). È uno dei primi film ad avere ottenuto un successo al botteghino cinese con un guadagno di circa 3,6 milioni di euro (33 milioni di yuan), che però non furono sufficienti a coprire i costi di produzione (Rivista Popular Film 2008)⁵⁷.

Un'animazione con contenuti originali è *Ming Kee* (茗记, Míng jì, 2008), prodotta dallo studio L-Key. Essa ha come tema la vita studentesca e le storie d'amore tra studenti delle superiori negli anni Novanta in una piccola città cinese. La serie è composta da tre episodi con tre storie distinte: *Ming Kee- seconda vita* (茗记-2nd life, 2006); *Ming Kee – Tessere L'amore* (茗记-初织恋, 2008) e la terza parte è *Ming Kee - Trade-off* (茗记-取舍, 2010). L'autore ha dimostrato che anche i cinesi riescono a raccontare le storie d'amore adolescenziali in modo profondo e delicato, prendendo come ispirazione le animazioni giapponesi sia dal punto stilistico che narrativo. Tutti e tre gli episodi ottennero molti premi in tutto il mondo: nel settembre 2008 *Ming Kee* vinse il Premio Speciale nel Digicon6 Contest organizzato dalla emittente giapponese TBS; nel 2008 in Cina conquistò il quinto Drago d'Oro per il miglior cortometraggio d'animazione, poi vinse la Cina Changzhou International Animation Contest ed altri riconoscimenti. Il 1° maggio del 2008 il video fu pubblicato sul web della piattaforma YOUKU⁵⁸ ed è stato votato come "l'animazione originale cinese con più alta qualità di tutti i tempi"⁵⁹.

⁵⁷Rivista Popular Film (2008), 大衆電影(Film famosi del 2008), Edizioni 1-10;Edizioni 12-22, 大众电影杂志社(Rivista Popular Film), pag 3.

⁵⁸ Famoso sito di pubblicazione di video online considerato lo *youtube* cinese.

⁵⁹ Dettagli: http://www.360doc.com/content/11/0212/10/3196235_92342578.shtml, ultimo accesso 22 marzo 2013.

Un esempio di successo di questo periodo è ancora una volta il film *Pleasant goat* del 2008. E' costato solo 6 milioni di yuan (652.746 euro) e ha avuto degli incassi di oltre 100 milioni di yuan (11 milioni euro).

2.8.1 Internet e le nuove produzioni

Con l'aumento del numero degli utenti di internet, il governo cinese cominciò a prendere misure contro i prodotti di animazione caricati illegalmente su vari siti web senza nessun tipo di controllo. E nell'aprile del 2009 la SARFT emise un nuovo regolamento secondo il quale tutti i siti web dovevano ottenere la licenza prima di pubblicare cartoni animati, spettacoli televisivi, film e libri su internet.

Questo periodo che va dal 2009 al 2013 è il più produttivo per la Cina nel settore dell'animazione. Dal 2010 la Cina detiene il record di produzione di animazione mondiale, battendo il Giappone, anche se nel 2013 ha subito una battuta d'arresto per quanto riguarda la quantità prodotta, a vantaggio di un sensibile miglioramento della qualità, rimanendo sempre stabile al primo posto.

Secondo gli studiosi, anche se l'industria dell'animazione cinese deve ancora superare una serie di ostacoli quali la pirateria, la mancanza di creatività e di talento nel marketing, in questi ultimi anni ha attirato l'attenzione della critica e del pubblico per la qualità dell'estetica e la narrazione tanto da poter competere con gli standard giapponesi, considerati un punto di riferimento del settore soprattutto per quanto riguarda la produzione di animazione per la TV (Zhang 2011, Liao 2011).

In questo nuovo contesto produttivo va ricordato il film dal titolo *La ragazza Ebraica di Shanghai* (猶太女孩在上海, Yóutài nǚhái zài shànghǎi, A Jewish Girl in Shanghai, 2010) tratto da un fumetto di Wu Lin e diretto da Wang Genfa e Zhang Zhenhui. Il film racconta la storia del ghetto ebraico di Shanghai dove, durante la seconda guerra mondiale, il popolo cinese aiutò gli ebrei a sfuggire dalla persecuzione nazista. I protagonisti principali sono 3 ragazzi, scappati dall'Europa a causa delle persecuzioni razziali, che vivono a Shanghai occupata dai giapponesi alleati con Hitler. I protagonisti instaurano un ottimo rapporto di amicizia con la gente del luogo e provano a respingere l'esercito giapponese in città. Il film ha ottenuto molti premi internazionali ed è stato il

primo film cinese a conquistarsi una nomination nel Jewish Experience Award durante il Jerusalem Film Festival.

Nel 2011 nelle sale cinematografiche cinesi comparve un altro film interessante dal titolo *Little Big Panda* (熊猫总动员, Xióngmāo zǒngdòngyuán), considerato come il primo film cinese di animazione in 3D⁶⁰. *Little Big Panda*⁶¹ è una coproduzione tra Cina, Germania, Francia e Belgio con costi di produzione di circa 350 milioni di yuan (50 euro milioni)(BlueBook 2013).

La tecnica utilizzata per realizzare la visione in 3D è molto originale in quanto l'animazione dei personaggi è stata disegnata a mano con la tecnica tradizionale della pittura cinese ed è stata creata l'illusione del 3D, grazie ad un potente software di animazione. Invece per la realizzazione degli sfondi è stata privilegiata la pittura tradizionale ad inchiostro. La produzione di questo film ha richiesto circa 5 anni di lavoro e non ha avuto un grande successo, infatti ha riscosso solo circa 45.8 milioni di yuan (6 milioni euro) al box office⁶².

Di grande qualità artistica e narrativa è considerata l'animazione dal titolo *Il sogno di Jinsha* (梦回金沙城, Menghui jinshachen, *The Dreams of Jinsha*, 2010) che ha attirato l'attenzione del pubblico internazionale perché ha permesso ad un prodotto cinese di animazione di partecipare come "miglior film di animazione" alla premiazione degli Oscar. Il film era in concorso con il lavoro *Summer Wars* giapponese e *Toy Story 3* della Disney che risulterà poi il vincitore di questa categoria. *I sogni di Jinsha* è un film prodotto dalla Hangzhou Golden Age Lung Animation (杭州盛世龙图动画有限公司, Hángzhōu shèngshì lóng tú dònghuà yǒuxiàn gōngsī)⁶³. Prima della nomination agli Oscar, questo film era stato presentato già al Festival di Cannes, di Berlino e di Venezia. Il distributore, Gu Guoqing, ha affermato: "Ho ricevuto ottimi feedback a questi festival e tutti sono stati colpiti dal nostro stile di animazione intriso di caratteristiche cinesi".

⁶⁰ CNTV "China and Europe making 3D panda film", "September 15, at. http://china.org.cn/video/2010-09/15/content_20933354.htm, ultimo accesso 22 maggio 2013.

⁶¹ Considerato la risposta al grande successo di *Kung Fu Panda* creato dalla Dreamworks il quale nel 2008 è stato il primo film di animazione in grado di raggiungere 100 milioni di yuan in Cina, soglia che nessun film di animazione aveva mai raggiunto fino ad allora.

⁶² China Weekly Box Office from 14/2/ 2011 to 20/2/2011, http://www.boxofficefollower.net/2011_03_01_archive.html, ultimo accesso 22 maggio 2013.

⁶³ Situato nel quartiere Bingjiang di Hangzhou.

Un elemento distintivo di questo film è la scelta del 2D⁶⁴ e del B2K come standard di risoluzione, considerato uno delle migliori qualità digitali per la proiezione⁶⁵. La scelta della produzione in 2D è stata difficile soprattutto in un Paese dove la maggior parte dei nuovi prodotti di animazione cinematografici sono realizzati in 3D. Il film è stato realizzato con tecnica di disegno a mano classica che però ne ha rallentato la produzione. Oltre alla buona qualità delle immagini, anche la musica è risultata un elemento importante per il successo del film⁶⁶.

Il film ha comportato un investimento di 80 milioni yuan (9 milioni di euro) ed è uno dei film più costosi della storia del cinema di animazione in Cina. E nonostante tutto, è stato un flop al botteghino in Cina.

2.9 Per una produzione animata matura

I risultati delle politiche governative attuate a partire degli anni 2000 hanno portato: al consolidamento della produzione; allo sviluppo del settore; al miglioramento in termini di originalità, di tecnica e credito nel contesto nazionale e internazionale.

Anche il modo di fruizione dei cartoni è cambiato grazie allo sviluppo della rete internet e oggi l'animazione rappresenta uno dei prodotti che più si adatta a questo genere di trasmissione.

In questo periodo le animazioni più importanti per la TV sono: *Sweetheart Princess* (甜心格格, Tiánxīn gégé, 2011), una serie animata che racconta con stile ironico le vicende di una principessa che aiuta tutti. La serie ricorda stilisticamente i cartoni animati giapponesi e presenta nel contempo aspetti culturali legati alla tradizione cinese. E' stata realizzata dalla Puzzle animation studio e trasmessa su CCTV e su altre TV locali, ad oggi sono stati realizzati 104 episodi di 22 minuti ognuno.

⁶⁴ Invece del 3D.

⁶⁵ Il film può essere proiettato su uno schermo di 30 metri di larghezza conservando i suoi colori vivaci e le sue linee morbide.

⁶⁶ I critici hanno notato alcune somiglianze di questa animazione con i film del maestro dell'animazione giapponese Hayao Miyazaki. Comunque, le stesse somiglianze dei lavori di Miyazaki sono state riscontrate anche nel film *Avatar* di James Cameron. Inoltre *Jinsha* e *Avatar* sono molto simili a livello narrativo tanto che alcuni critici hanno fatto notare che la storia del film d'animazione *Jinsha* è una copia della storia di *Avatar*. Questa valutazione non ha tenuto però in considerazione del fatto che la produzione di *Jinsha* è iniziata nel 2005, quando *Avatar* era ancora alla fase iniziale.

Per le sue caratteristiche estetiche innovative, la serie *Rainbow Sea* (星游记, Xīng yóujì, 2011) è un prodotto importante perché utilizza insieme sia la tecnica del 3D e del 2D. La serie è stata realizzata dalla KAKU TV, una televisione privata che vive al 99% di pubblicità, e dalla Beijing You Yang Culture Media Co. (北京优扬文化传媒有限公司). Gli episodi sono andati in onda sulla CCTV per due anni consecutivi, registrando un ottimo share (Shenzen Yearbook 2009).

KAKU TV ha realizzato anche un altro successo chiamato *Squadra speciale Drago d'acciaio* (钢铁飞龙, Gāngtiě fēilóng, *Police, Dragon Force*, 2012), un' animazione in 3D che racconta la storia di un reparto speciale della polizia che combatte contro alcuni criminali extragalattici. L'animazione è ambientata nel futuro dove gli umani sono in grado, attraverso la tecnologia, di creare delle armature robotiche. Anche questa animazione è adatta ad un pubblico di età superiore ai dieci anni. La CCTV ha trasmesso gli episodi e ha comprato i diritti per la visione di tutta la serie sul proprio sito CNTV.

Nel 2012 il governo ha introdotto politiche preferenziali significativamente efficaci per l'industria dell'animazione nazionale, grazie alle quali, alcune città hanno visto crescere il numero di minuti prodotti sul proprio territorio. Inoltre le istituzioni di queste città si sono impegnate a sviluppare il settore attraverso lo stanziamento di finanziamenti pubblici. Le prime dieci città risultano: Suzhou, Guangzhou, Dongguan, Fuzhou, Hangzhou, Hefei, Wuxi, Shenzhen, Ningbo e Pechino.

Oltre alle serie televisive si assiste in questo periodo alla produzione di film che mirano al successo in Cina e anche nei mercati internazionali. Le tecniche utilizzate per realizzare questi generi sono spesso vicini alla scuola americana di Disney, Pixar e DreamWorks.

Un esempio è *La leggenda del coniglio* (兔侠传奇, Tù xiá chuánqí, *The legend of rabbit*) uscita nel luglio 2011 e prodotta da Film Studio Tianjin, Beijing Film Academy. E' un film di animazione in 3D in risposta al grande successo del 2008, *Kung Fu Panda* della Disney. *La leggenda del coniglio* ha visto un investimento di 67 milioni di yuan (8,7 milioni euro) e tre anni di lavoro realizzato con la tecnica del 3D (Chinese Film

Market 2011)⁶⁷. Cartoon Network (Turner Broadcasting Corporation) ha acquisito i diritti di trasmissione di questo cartone animato cinese per la diffusione in Australia, Nuova Zelanda, India e Taiwan. Sun Lijun, il regista e direttore della scuola di animazione presso la Beijing Film Academy, ha dichiarato che "questo film ha raggiunto un discreto successo commerciale, ma c'è ancora molta strada da fare " per l'industria di animazione cinese.

A differenza dei precedenti film, *Kuiba* (魁拔, 2011) utilizza l'animazione in 2D e 3D tipica dell'animazione giapponese. L'intenzione di questa animazione in origine era di entrare nel mercato giapponese facendo vedere un prodotto di qualità con caratteristiche culturali cinesi ma con uno stile simile a quello giapponese. La prima versione di *Kuiba* però non ha riscosso un grande successo.

Nel maggio 2013 un nuovo cartone animato dal titolo *Kuiba II* (魁拔 II, 2013) è riuscito a riscuotere un grande successo al botteghino entrando nella Top Ten dei film più visti in Cina.

Nel giugno 2013 altre due animazioni di origine cinese raggiungono la Top Ten: *Sottomarini 3* (潜艇总动员 3, Qiántǐng zǒngdòngyuán 3, 2013) del regista Anthony LaMolina⁶⁸ e *Le avventure di Simbad* (辛巴达历险记, Xīn bā dá lìxiǎn jì, The Adventures of Sinbad)⁶⁹ diretto da Chengbing Feng e BENPINEKO.

L'evento che ha fatto parlare i giornali di tutto il mondo riguarda però il film americano *The Croods*, realizzato dalla DreamWorks, perché è stato ritirato prematuramente dai cinema. La SARFT ordinò infatti ai proprietari dei cinema di non proiettare il film.

In soli 16 giorni (dal 20 di aprile al 6 di giugno) il film della DreamWorks aveva incassato circa 60 milioni di euro, superando il record di *Kung Fu Panda* della stessa casa di produzione. Per questo la stampa internazionale (New Yorks Times) interpretò il ritiro del film dalle sale come un'azione da parte del governo di avvantaggiare la propria industria di animazione rappresentata da titoli come *Sottomarini 3*(潜艇总动员 3) e *Kuiba II* (魁拔 II) usciti nei cinema nello stesso periodo.

⁶⁷ Chinese Film Market 2011, 透过《兔侠传奇》管窥国产动画影片现状(Through "Rabbit Xia Chuan Qi" tube peep country produced animated movie status quo).

⁶⁸ Oscar nel 2005 per *Spiderman*

⁶⁹ Fonte Entgroup <http://m.entgroup.cn/596088>, ultimo accesso 22 marzo 2013.

2.9.1 L'esempio di Pleasant Goat

Il periodo che va dal 2008 al 2014 è contrassegnato da *Pleasant goat and Big Big Wolf* (喜羊羊与灰太狼, *Xi yangyang Yu Hui tailing*), una delle animazioni più rilevanti. Come abbiamo già visto in precedenza, questa animazione ha ricevuto vari finanziamenti pubblici nelle sue diverse produzioni ed è un esempio di prodotto di animazione riuscito. L'animazione ha una storia semplice e racconta l'eterna lotta tra la famosa capra e il suo nemico feroce lupo grigio. Venne trasmessa su *CCTV* e su oltre 40 TV⁷⁰ locali di tutto il Paese, con indici di ascolto del 17,3% giornaliero.

Il secondo episodio dal titolo *La super avventura* (喜羊羊与灰太狼之牛气冲天, *Xiyángyáng yǔ huītàiláng zhī niúqì chōngtiān*, *The Super Adventure*) è stato lanciato nel gennaio 2009 e ha avuto un successo immediato. Nel giorno del debutto al cinema, il film è riuscito a ricavare 8 milioni di yuan (870.300 euro)⁷¹.

Nel 2010 è stato rilasciato un sequel dal titolo *Pleasant goat and Big Big Wolf – L'avventura del totem perduto* (喜羊羊灰太狼之虎虎生威, *Xiyángyáng huītàiláng zhī hǔ hǔshēng wēi*, *Desert Trek: The Adventure of the Lost Totem*) che al box office (Business Week 2010) ha ottenuto un ricavato di 130 milioni di yuan (14.142.000 euro) (Business Week 2010). Il terzo episodio, *Pleasant goat and Big Big Wolf 3 - Castello Lunare: L'avventura spaziale* (喜羊羊与灰太狼之兔年顶呱呱, *Xiyángyáng yǔ huītàiláng zhī tù nián dǐng guā guā*, *Moon Castle: The space adventure*) del 2011, ha raggiunto un nuovo record per un film d'animazione ottenendo un ricavo al botteghino di 150 milioni di yuan (16 milioni euro). L'anno successivo il film *Pleasant goat and Big Big Wolf – Io amo il grande Lupo* (喜羊羊与灰太狼之我爱灰太狼, *Xiyángyáng yǔ huītàiláng zhī wǒ ài huītàiláng*, *I Love Big Big Wolf*, 2012) ha guadagnato 73 milioni di yuan (6,8 milioni di euro), confermandosi di fatto un ottimo investimento. Il calo al botteghino è forse dovuto dal fatto che per la prima volta nel film sono presenti sia parti girate in live action che in flash animation.

Sempre nel 2012, *Pleasant goat and Big Big Wolf 4 – Missione incredibile: l'anno del dragone* (喜羊羊与灰太狼之开心闯龙年, *Xiyángyáng yǔ huītàiláng zhī kāixīn chuǎng*

⁷⁰ E anche sui canali TV di Hong Kong.

⁷¹ Il doppio, rispetto al blockbuster di Hollywood *Kung Fu Panda*. Importante perché nel 2008 ha battuto il record di box office cinese come film d'animazione con 90 milioni di yuan (9.800.000 di euro) di incasso.

lóng nián, *Mission incredible:Adventures On The Dragon's Trail*, 2012) conquistò un altro record al botteghino di circa 166 milioni di yuan (15 milioni di euro) e l'anno successivo, *Pleasant goat and Big Big Wolf 5- l'anno del serpente* (喜羊羊与灰太狼之喜气羊羊过蛇年, Xīyángyáng yǔ huītàiláng zhī xǐqì yáng yángguò shé nián, *Pleasant goat and grey wolf of the happy sheep before the year of the snake*, 2013) guadagnò al botteghino circa 124 milioni di yuan (10 milioni di euro). Qui la qualità tecnica risulta molto migliorata e sono presenti anche delle animazioni in 3D.

Il successo di questi film è dovuto ad una buona idea iniziale, alla tecnica molto semplice di animazione in 2D e alle storie avvincenti molto più vicine a un pubblico adulto. Il presidente Lu Yongqiang, Direttore Generale dello studio Creative Power Entertaining di Guangzhou (广东原创动力文化传播有限公司, Guǎngdōng yuánchuàng dònglì wénhuà chuánbò yǒuxiàn gōngsī), ha affermato: "ciò dimostra che un prodotto d'animazione fatto in casa e a basso costo può anche raggiungere il grande successo al box office". Anche la strategia di marketing adottata è risultata molto efficace e intelligente. Rifacendosi alla strategia già adottata dall'industria di animazione giapponese quasi due decenni prima, lo studio di Guangzhou ha inviato, per posta, cartoline di auguri di Capodanno a tutti i giovani cinesi, ha poi fatto trasmettere molte pubblicità in TV e radio e, infine, grazie ad un accordo con McDonald's, ha regalato giocattoli della serie insieme all'acquisto degli *Happymeals*. Inoltre è stato pubblicato un libro illustrato di *Pleasant Goat* che ha venduto più di 3 milioni di copie in soli tre mesi. Grazie a queste strategie commerciali, nel novembre del 2010 lo studio Creative Power Entertaining ha firmato un accordo con Buena Vista International (BVI), società editrice di Walt Disney, per i diritti di trasmissione in TV della serie *Pleasant Goat and the Big, Big Wolf*. Il programma doveva essere trasmesso sia in lingua inglese che in 10 lingue locali in 52 Paesi e regioni dell'Asia e del Pacifico, tra cui India, Australia e Nuova Zelanda, attraverso canali di trasmissione della Disney Channel (Jiang 2011).

Visto il grande successo della serie, Toon Express International Limited (动漫火车集团, Dongman Huǒchē Jituan) ha acquistato i diritti di autore di *Pleasant Goat* che infine sono stati acquistati dal 2011 dall' Imagi Studio di Hong Kong⁷².

⁷² 100 milioni di euro per l'acquisto dei diritti.

3 CAPITOLO - L'importanza dei *Manhua*

3.1 Struttura del capitolo

Questo capitolo prende in esame il fenomeno dei fumetti cinesi dal punto di vista storico e sociale perché considerati fondamentali per lo sviluppo del settore dell'animazione. Inoltre viene anche presentato un confronto con il fumetto giapponese, fonte di ispirazione per la maggior parte dei cartoni animati giapponesi.

Il capitolo si conclude con l'analisi di un nuovo metodo di diffusione: il fumetto digitale. Tutti gli argomenti presentati sono il risultato della *desk research*, utilizzata in particolare per analizzare il periodo storico e il fenomeno del fumetto digitale.

3.2 I pionieri del *Manhua*

Nei capitoli precedenti si sono analizzati i contenuti dell'animazione nei diversi periodi storici e, secondo alcuni studiosi, l'animazione cinese odierna potrebbe essere ispirata⁷³, nei suoi contenuti, dai fumetti cinesi che in Cina vengono identificati con il termine *Manhua* (Jin 2011, Du 2011).

È forse bene precisare cosa si intende per *Manhua* (漫画, Mànhuà): la parola viene usata per riferirsi non solo ai cartoni animati (i quali però vengono meglio identificati col termine 动画, Dònghuà) e ai fumetti pubblicati in Cina ma in generale anche a tutti i fumetti, indipendentemente dalla loro provenienza.

Anche lo sviluppo del *Manhua* cinese, come del resto l'animazione, è intrinsecamente legato ai principali eventi storici e politici della Cina. Non si ha una data precisa riguardo alla sua creazione, ma secondo alcuni autori, il *Manhua* nasce negli anni a cavallo tra i secoli XIX e XX, all'incirca tra il 1867 e il 1927 (Wong 2002), con la pubblicazione di vignette satiriche il cui stile sembra molto simile a quello che verrà poi utilizzato dai primi *Manhua*. Nel 1867 a Hong Kong vennero pubblicate le prime riviste satiriche dal

⁷³ Come succede per l'animazione giapponese.

titolo *The China Punch*: erano in lingua inglese e lo stile era molto simile al *Manhua* moderno, mentre le loro storie prediligevano la satira politica, carica di umorismo e di immagini divertenti (Fig. 9).

Fig. 9 - *The China Punch*



Fonte: Wikipedia

L'evoluzione del *Manhua* è legata alla storia del movimento rivoluzionario democratico che incitava a partecipare alle manifestazioni di massa contro l'imperialismo e contro gli stranieri nel 1900 (Jin 2011). E il fumetto dal titolo *Shezu zhanyan tu* (射猪斩羊图, Shè zhū zhǎn yáng tú, *Shoot pig cut sheep pictures*) prende appunto ispirazione da alcuni di questi eventi. Il titolo è molto eloquente e gioca con i suoni dei nomi cinesi dei personaggi. Da un punto di vista estetico questo fumetto risulta molto rilevante per la storia del *Manhua* cinese in quanto combina immagini popolari con elementi pittorici tradizionali cinesi (Fig. 10).

Fig. 10 - Shezu zhanyan tu



Fonte: Wikipedia

I tre regni versione illustrata (《三国志演义》全图, 《Sānguózhì yǎnyì》 quán tú), realizzato a Shanghai nel 1889, viene considerato il primo fumetto *Manhua*. Il fumetto trae ispirazione da un classico della cultura cinese e si presenta come un romanzo illustrato (Mai Lai Hung 2006). Originariamente i primi *Manhua* cominciarono a comparire all'inizio del 1900 come strisce su alcuni giornali di Shanghai, ma successivamente, grazie al successo riscosso, anche le testate giornalistiche di altre importanti città cinesi come Pechino, Tianjin e Guangzhou dedicarono una sezione del giornale locale alla pubblicazione di fumetti.

Secondo gli studiosi, l'obiettivo principale di questi fumetti era di tipo propagandistico dal momento che miravano a criticare la dinastia Qing e, dopo il 1911 (Sun 2010, Yan 2005), anche il governo repubblicano. Basti ricordare ad esempio la rivista di fumetti dal titolo *Gazzetta pittorica* (时事画报, Shíshì huàbào, *Journal of Current Pictorial*), scritta e disegnata nel 1905 da un gruppo rivoluzionario chiamato Tongmenghui (中國同盟會, Zhōngguó tóngméng huì, Alleanza cinese unita). Due anni dopo la sua creazione, questa rivista venne censurata nella Cina continentale, ma continuò ad essere pubblicata a Hong Kong, fino a quando non dovette soccombere alla continua pressione esercitata dalla dinastia dei Qing sul governo coloniale britannico. Nel 1912, con la caduta della dinastia Qing e la fondazione della Repubblica di Cina (RDC), la Tongmenghui cominciò a pubblicare alcune riviste nella Cina continentale dando vita a *Il vero record* (镇乡华宝,

Zhenxiang Huabao, *The True Record*) e *Pittoriche notizie* (新闻画报, Xīnwén huàbào, *Renjian Pictorial*) a Shanghai.

Fig. 11 - *Renjian Pictorial* del 1908



Fonte: Wikipedia

Tuttavia anche questa rivista venne presto bandita dal presidente provvisorio della Repubblica di Cina (Yuan Shikai), perché ritenuta responsabile di aver contestato la nuova repubblica (MobileReference 2007).

Nonostante il clima di censura e di controllo ideologico in generale, quel periodo risultò molto produttivo per gli autori di fumetti che cominciarono ad emergere e diventare nomi familiari per il pubblico. Solo nel 1925 la parola *Manhua* venne utilizzata per la prima volta in associazione con i fumetti cinesi. Feng Zi-Kai ne rappresenta senza dubbio il pioniere, avendo egli iniziato a utilizzare la parola *Manhua* per identificare una sua collezione chiamata appunto *Zi - Kai Manhua*.

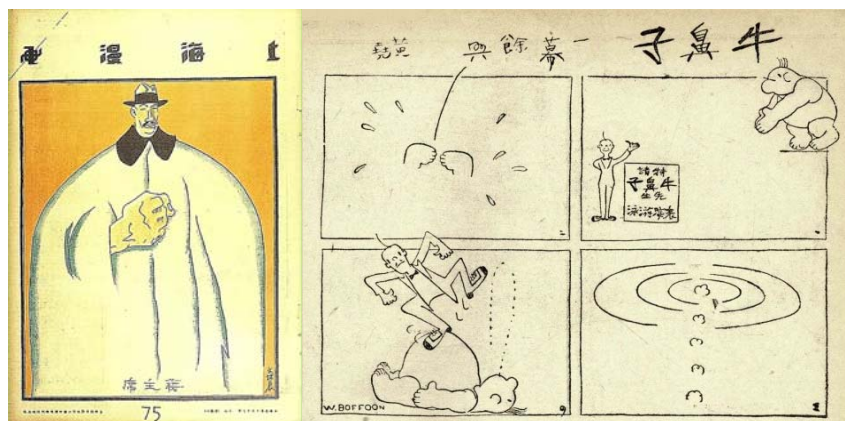
In seguito il *Manhua* incominciò ad acquisire sempre più importanza e raggiunse l'apice della popolarità con l'ascesa del Partito Comunista Cinese (PCC- fondato nel 1921) che lo usò come strumento di propaganda per le attività di partito, degli operai e dei contadini in tutta la Cina (Lu 2011).

3.3 Il successo del *Manhua*

L'età d'oro dei *Manhua* viene individuata nel periodo che va dalla fine del 1920 alla metà del 1930 e Shanghai risultava il più attivo centro di produzione di fumetti in Cina. Nel 1927 *Manhua hui* risultava la prima istituzione dedicata unicamente alla creazione di fumetti e cartoni animati che riuscì a pubblicare ben 17 riviste in circa 15 anni. *Manhua hui* ha segnato un ruolo molto importante nella storia del *Manhua* cinese in quanto ha contribuito alla coesione del gruppo degli artisti *Manhua* e dunque anche alla creazione dei fumetti in modo seriale.

Nel 1928 comparve *Modern Sketch* o *Shanghai Sketch* (上海漫画, Shànghǎi mànhuà), la prima rivista di fumetti in lingua cinese. Ma bisogna tener presente che la *Modern Sketch* è stata in gran parte influenzata dal fumetto occidentale, da opere come il fumetto satirico inglese *Ally Sloper's Half Holiday* (Gilbert Daziel, 1884) e dal fumetto americano *The Yellow Kid* (Richard Outcault, 1896).

Fig. 12 - La copertina e un'illustrazione della rivista *Modern Sketch*



Fonte: http://www.ndcnc.gov.cn/jingpinzy/manhua/Ab_2_06.swf

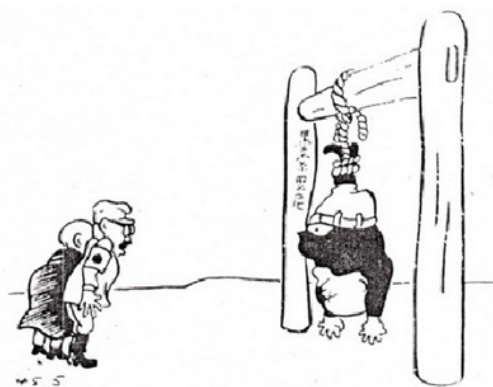
L'artista Zhang Leping (张乐平) viene considerato l'innovatore più importante del *Manhua* moderno perché con la sua opera *Sanmao* (三毛, Sānmáo), pubblicata per la prima volta nel 1935, ha influenzato generazioni di artisti. Inoltre dal fumetto sono state realizzate serie TV, puppet animation, videogiochi e film. Un esempio fra tutti, l'ultima

serie animata *Wanderings of San Mao* (三毛流浪记, Sān máo liúlàng jì) che è andata in onda sulla CCTV14 nel 2006 e continua ad avere successo ancora oggi.

La guerra sino-giapponese (1937) e la seconda guerra mondiale, come anche la guerra civile tra comunisti e nazionalisti, non ostacolarono affatto la pubblicazione dei Manhua, che però presentavano solo contenuti politici e militari (Chen 2010).

Nel 1937 a Shanghai venne costituita la Compagnia della salvezza nazionale attraverso il fumetto (National Salvation Cartoon Propaganda Corps), un gruppo di artisti che lottava contro l'invasione giapponese attraverso l'uso della stampa di fumetti ed animazioni. Molti i nomi famosi presero parte a questo nuovo progetto, come Zhang Leping, Te Wei, Lu Zhixiang, Hu Kao(胡考) e Ye Lunqi (叶纶绮), quest'ultimo molto conosciuto per i fumetti con tema la chiamata alle armi. Nel 1954 con il suo editoriale *La salvezza nei fumetti* (救亡漫, Jiùwáng màn) e *Tempi di guerra* (战时重庆, Zhàn shí chóngqing), Ye Lunqi divenne il capo dipartimento della pittura cinese nella China Central Academy of Fine Arts, considerata la più importante scuola di pittura in Cina.

Fig. 13 - Una vignetta di Ye Lunqi rappresentante Mussolini come "genius mali" (il genio del male): un monito per i giapponesi e i tedeschi



Fonte: <http://www.shwenyi.com.cn/renda/shwl/node4174/u1a1510937.html>

Nel 1950 si è registrata una ripresa del *Manhua* in Cina. Grazie ad una nuova fase politica e sociale della Cina, segnata dalla fondazione della Repubblica Popolare Cinese nell'ottobre 1949, si vide la nascita di molte pubblicazioni di fumetti con nuovi e più vari

argomenti (Lent 2001, Wong 2002). I recenti eventi politici avevano promosso uno sviluppo inatteso di nuove idee che molti artisti seppero sfruttare appieno nella realizzazione dei loro fumetti. Sempre nel 1950 venne pubblicato il fumetto (mensile) chiamato *Manhua*, al quale va il merito di aver ampliato la creatività e la qualità dei fumetti cinesi e di aver creato una giovane generazione di talenti in questo settore.

Nel 1957 la storica lotta contro la destra portò molti artisti ad essere vittime di una battaglia diffamatoria che li accusò di essere filo-conservatori: molti finirono in prigione oppure sottoposti alla rieducazione forzata. La repressione mise a tacere gli autori liberali di fumetti così che alla fine degli anni Cinquanta circolarono soltanto i fumetti con una linea editoriale politicamente corretta: la propaganda della sinistra.

3.4 La rivoluzione culturale del fumetto e la sua rinascita

Durante la Rivoluzione Culturale (1966-1976) il *Manhua* divenne un ottimo strumento di propaganda e di educazione per via del suo linguaggio molto semplice e ripetitivo, utile al governo cinese per promuovere e diffondere le idee del partito anche nelle zone più remote e povere della Cina continentale. In questo periodo, chi non si allineava con le idee comuniste veniva inviato nei campi di rieducazione, sorte toccata anche al famoso artista Ye Lunqi che fu accusato dalle Guardie Rosse di essere il ‘generale’⁷⁴ del Kuomintang, perché aveva disegnato fumetti di propaganda contro i giapponesi, commissionati dallo stesso Kuomintang. Ye fu rinchiuso per otto anni nel carcere di massima sicurezza di Qincheng (秦城监狱, Qín chéng jiānyù) a Pechino. Dopo la rivoluzione culturale, Ye venne liberato e gli fu permesso di lavorare come usciere nella China Central Academy of Fine Arts.

Anche a Zhang Leping venne proibita la realizzazione del suo famoso *Sanmao* per dieci anni e inoltre venne perseguitato dalle Guardie Rosse.

In generale si può dire che la maggior parte delle opere realizzate in questo periodo erano solo di propaganda come ad esempio: *Mare blu e cuore rosso* (1965) tratto da un’opera originale di Liang Hsin, con l’adattamento di Wan Chia-Ch’Un e disegni di

⁷⁴ Appellativo datogli perché secondo le Guardie Rosse guadagnava più di un generale, per conto del Kuomintang.

Hsu Chin; *Lettera dal Vietnam del Sud* (1965) tratto dall'opera originale di So Sê, Fu To e Ma Jung diretto da Chen Yunhua e Hu Tsuching; *Distaccamento rosso femminista* (红色娘子军, Hóngsè Niángzǐjūn) del 1966, tratto dall'opera originale di Liang Hsin con i disegni di Li Tzushun; *Guerra dell'oppio* pubblicato ad Hong Kong nel 1967; *La ragazza della comune popolare*, dall'originale di Li Chun con disegni di Ho Yu-chic; *Seguendo le tracce*, dall'originale di An Chung-min e Chu Hsiang-chun, disegnato da Hao Shih. Le tematiche di questi fumetti sono essenzialmente la guerra e la ribellione del popolo cinese, dove i “bianchi” vengono rappresentati come il male e le donne cinesi/vietnamite come ribelli.

Il 1979, anno delle riforme in Cina, segna una nuova fase per i fumetti. Sorprendentemente l'organo ufficiale del PCC e il Quotidiano del Popolo, come anche altri importanti quotidiani nazionali e riviste specializzate, ricorsero alla pubblicazione di una serie di opere con fumetti satirici e umoristici.

Negli anni successivi il fumetto divenne il tema di dibattito di importanti convegni non solo perché si era diffuso in tutto il Paese, ma anche perché bisognava salvaguardarlo dall'imponente afflusso di fumetti stranieri, soprattutto i *manga* giapponesi.

Va comunque precisato che i *manga* hanno avuto un grande ascendente sui *Manhua* cinesi, influenzandoli non solo in termini di design e di contenuti, ma anche per quanto riguarda l'organizzazione e il mercato del fumetto stesso (Du 2011).

3.5 L'invasione giapponese e il fumetto moderno

L'“invasione giapponese” dei fumetti era ormai un dato di fatto e per porvi rimedio nel 1995 il governo cinese emanò delle leggi a favore dell'industria del fumetto per supportare e sponsorizzare il fumetto nazionale, promuovendo la produzione con il primo pacchetto ufficiale di sostegno al settore. Ma secondo alcuni ricercatori che si sono occupati di questo settore, questa strategia non produsse nessun effetto positivo sulla produzione (Lu Bin 2013).

Nell'ottobre del 2000, nel corso del 15° Congresso PCC, il settore dell'animazione e dei fumetti venne riconosciuto ufficialmente come settore strategico per il Paese e solo un anno più tardi ottenne dei fondi speciali dal governo nel 10° piano quinquennale.

Inoltre nel 2008 il Ministero della Cultura supportò un progetto che prevedeva un fondo di 7 milioni di yuan (845.510 euro) per la promozione di 101 pubblicazioni. L'anno successivo questo investimento è stato raddoppiato, dando la possibilità a 108 opere di ricevere i fondi stanziati.

Grazie anche al sostegno del governo, negli ultimi anni sono sorte nuove società che si occupano di *Manhua* in più di 20 province come Pechino, Shanghai, Guangzhou, Suzhou, Hangzhou, Dalian e Shenzhen (China Publishing 2009).

Un esempio di successo è rappresentato dalla società di produzione Summer Zoo (夏天岛, Xiàtiān dǎo) che, grazie ai fondi del Ministero della Cultura, ha lanciato un nuovo team composto da 30 famosi fumettisti e da sei autori, tra cui due fumettiste Zhu Letao (猪乐桃) e Xiada (夏达), famose sia in Cina che all'estero. In poco tempo l'azienda ha pubblicato 20 *Manhua* con una tiratura di 500.000 copie. *Little Piggy Time Machine* (猪仔仔的时光机, Zhū zǎi zǐ de shíguāng jī) e *Eredità* (子不语, Zi Bu Yu) sono i suoi fumetti di maggior successo.

Fig. 14 - *Eredità*: a sinistra la versione cinese, a destra la pubblicazione giapponese



Fonte: <http://book.douban.com/subject/4188697/> e <http://book.douban.com/subject/4063274/>

Come si può ben notare, il fumetto *Eredità* è stato profondamente influenzato dallo stile dei *manga* giapponesi, inoltre la Summer Zoo è riuscita a far pubblicare ben dieci serie nelle principali riviste di fumetti in Cina (Shanghai Daily 2010). In particolare, due serie di fumetti hanno riscosso molto successo in Giappone: *Eredità* e *Quello che non ha detto Confucio* pubblicati da Shueisha Publishing, una delle più grandi società di produzione e distribuzione di cartoni animati e *manga* giapponesi.

Dopo il successo di *Pleasant Goat*, è stata creata recentemente una nuova serie di *Manhua*, tratta dall'omonimo cartone animato e pubblicata con lo stesso titolo e indirizzata esclusivamente ai bambini.

Secondo il Ministero della Cultura, in Cina ci sono attualmente circa 10.000 aziende, situate nelle zone comprese tra Pechino e Shenzhen, che producono cartoni animati e fumetti dando lavoro a più di 200.000 persone (Du 2011).

3.6 Il *Manhua* moderno

Dal 2010 in poi l'industria del fumetto cinese ha raggiunto una certa solidità nel mercato interno, grazie soprattutto alla migliore qualità e allo “sfruttamento” delle nuove piattaforme multimediali e dispositivi mobili, dando vita così ai fumetti digitali (Jing Cheng 2011).

Il più famoso sito web di vendita online del fumetto è dangdang.com, il quale riesce a vendere 200 mila tipi di libri. Secondo alcune statistiche, effettuate dal sito stesso, ogni giorno più di 100 mila utenti usano dangdang.com per comprare i fumetti. Comunque, il mercato online dei fumetti si rivolge soprattutto ad un pubblico più maturo. Il 2010 ha visto un incremento delle vendite delle riviste basate sui *Manhua*, infatti sono state vendute 60 milioni di copie in più rispetto all'anno precedente, arrivando ad un totale di circa 100 milioni di copie nel 2010.

Anche se il mercato dei fumetti registra una continua crescita, da un confronto con la principale rivista settimanale giapponese del fumetto, la *Weekly Shonen Jump* (週刊少年ジャンプ, *Shūkan Shōnen Janpu*), che riesce a vendere circa 2,8 milioni di copie alla

settimana (dati del 2012)⁷⁵, risulta che le due principali riviste settimanali cinesi del fumetto, la *Zhīyīn Mǎn Kè* (知音漫客, Zhīyīn mǎn kè) e la *Comic World* (漫画世界, Mǎnhuà shìjiè), in un mese, non riescono insieme a raggiungere 2,6 milioni di copie⁷⁶ (4 pubblicazioni al mese). Da questi dati si può facilmente dedurre che le riviste cinesi riescono a pubblicare all'incirca tra le 300/400 mila copie alla settimana: un dato molto significativo rispetto a quello giapponese (Lu Bin 2011).

Fig. 15 - Da sinistra a destra: le riviste cinesi *Zhīyīn Mǎn Kè*, *Comic World* e il giapponese *Shonen Jump*



Fonte: Copertine originali

Gli autori dei *Manhua* negli ultimi anni hanno riscosso un grande successo di vendite garantendo loro un certo benessere. Dal 2006 viene pubblicato un volume dal titolo *Writers Rich List* (中国作家富豪榜, Zhōngguó zuòjiā fùháo bǎng), contenente l'elenco degli autori cinesi più ricchi, classificati in base al loro reddito. Una sezione della rivista è riservata esclusivamente agli autori di fumetti. Dall'analisi dei dati riportati nel volume nel 2012, al primo posto compare l'autore Zheng Yuanjie (郑渊洁) con il suo romanzo illustrato più famoso dal titolo *Pipilu Story* (皮皮鲁总动员, Pí pí lǚ zǒngdòngyuán); al secondo posto si colloca Yang Gong Ying (杨红樱) con *Rise cat diary* (笑猫日记, Xiào māo rìjì), il suo romanzo illustrato più rappresentativo; il terzo posto è invece occupato

⁷⁵ Vendite invariate dal 2008.

⁷⁶ Dati del 2010, invariati sino al 2013.

da Jiangnan (江南) con *Drago* (龙族, lóngzú) , il suo romanzo illustrato più famoso dal quale è stato tratto anche un fumetto.

Per quanto riguarda la classifica dei fumettisti *Manhua*, al primo posto si colloca Zhou Hongbin (周洪滨) con le sue opere più rappresentative dal titolo *Stealing Star September day*(偷星九月天, Tōu xīng jiǔ yuè tiān) e *Bade coming* (八德来了. Bā dé lái le); al secondo posto compare il fumettista Zhu Bin(朱斌) e il suo fumetto più famoso è *Funny School* (爆笑校园, Bàoxiào xiàoyuán); al terzo posto appare invece Yung (朱德庸) con le sue opere più rappresentative come *Pom* (雙響炮, Shuāngxiǎng pào) e la *Città delle signore* (濼女郎, Sè nǚláng).

Fig. 16 - Da sinistra a destra: *Stealing Star September day*, *Bade coming* , *Funny School*, *Pom* e *La Città delle signore*



Fonte: Siti ufficiali

Dal punto di vista estetico nella figura 16 si nota che solo il primo autore utilizza lo stile simile ai fumetti giapponesi, i rimanenti sono tutti dei fumetti con stili nuovi ed originali.

Tab. 3 - Autori più importanti per reddito dichiarato, dalla 4° posizione alla 10°, con le loro opere più rappresentative

Autori	Opere rappresentative	Copertina fumetto
4. Áo yòuxiáng 敖幼祥	Wulong Yuan (乌龙院)	

5. Mufeng Chun	<i>Douro mainland</i> (斗罗大陆)	
6. Māo xiǎo lè 猫小乐	<i>A failure online</i> (阿衰 on line)	
7. Mówáng S 魔王 S	<i>Magic of the kingdom</i> (幻之国度)	
8. A Gui 阿桂	<i>Crazy! Guibao</i> (疯了!桂宝)	
9. Jimmy 几米	<i>Star</i> (星空)	
10. Xiada 夏达	<i>Eredità</i> (子不语)	

Fonte: http://baike.baidu.com/view/3799674.htm#5_7

Dalla tabella sopra riportata, si può notare che la maggior parte degli animatori più famosi hanno realizzato i loro fumetti con uno stile originale, invece alcuni autori hanno ripreso lo stile classico del *manga* giapponese.

3.7 Fumetto digitale

Il fumetto cinese, come l'animazione, si rivolge principalmente ad un pubblico giovanissimo, soprattutto ai bambini di età inferiore ai 14 anni. Ma con l'avvento di

internet, dei telefoni cellulari e dei tablet, il target è notevolmente cambiato dando vita alla creazione di un fumetto più maturo ed accattivante .

E' proprio in questo periodo che in Cina si assiste ad nuova fase del fumetto denominata Picture-Reading (读图时代, Dú tú shídài), molto simile a quella avutasi con l'animazione diffusa (in Appendice).

Picture-Reading è un termine utilizzato per la prima volta dall' editrice Zhong Jieling (钟洁玲) nel suo libro *I Fumetti Rossi* (红风车经典漫画丛书, Hóng fēngchē jīngdiǎn mànhuà cóngshū) nel 1998⁷⁷. Secondo Zhong Jieling, le *Picture –readers* sono tutte quelle immagini che riescono a stimolare la nostra curiosità e quindi a catturare la nostra attenzione grazie ai loro colori vivaci, ai testi dinamici, alle grafiche dettagliate, garantite dall'alta qualità del dettaglio della stampa e degli audiovisivi (Peng 2011)⁷⁸. Il termine *Picture–reading* si adatta a tutti i tipi di media moderni, in particolare a internet e alla TV, ma coinvolge anche il cinema, l'animazione e i videogiochi (Zhou 2008).

Nel campo dell'editoria digitale, le produzioni hanno seguito un processo di contenuti diversificati adatti soprattutto al cellulare, agli ebook reader, e alla creazione di fumetti per smartphone e tablet in cooperazione con le principali società di telecomunicazioni come China Telecom e China Mobile, i quali sono i più grandi provider di contenuti digitali.

Prima del 2010 le pubblicazioni del fumetto originale online erano quasi inesistenti, ma con lo sviluppo della rete internet, del 3G e delle applicazioni mobile, questo tipo di fumetto ha ottenuto un trend di crescita positivo tanto che alcune aziende, come la Tianjin World Spirit, si sono principalmente concentrate sulla pubblicazione di fumetti online. La Tianjin World Spirit è riuscita a riscuotere un grande successo con le sue pubblicazioni come *Fun painting village* (村人画趣, Cūnrén huà qù) e *Cartoon fish* (动漫鱼, Dònmàn yú)(Jing Cheng 2011). Inoltre col passar del tempo si sono sviluppate anche delle riviste e dei servizi via internet, dedicati interamente ai dispositivi mobili, ricordiamo ad esempio *Rambling World* (漫话天下, Mànhuà tiānxià), *Daily Smile* (每日

⁷⁷ Per approfondimenti leggere: <http://www.studa.net/xinwen/120719/11191824.html>. Ultimo accesso 23 ottobre 2013.

⁷⁸ Peng Yafei (彭亚非 2011), 读图时代 (*Picture-Reading*), 中国社会科学出版社, China Social Sciences Press.

一笑, Měi rì yīxiào), *News of the World* (时事天下, Shíshì tiānxià) e *Ri Han Dongman* (日韩动漫, Rì hán dòngmàn , animazione giapponese e coreano)⁷⁹.

Per quanto riguarda il fumetto classico, molti siti web offrono la possibilità, pagando un abbonamento, di aver accesso ad una vasta libreria di *Manhua* classici digitali sia nazionali che internazionali. I siti più importanti che offrono questo tipo di servizio sono: sito internet GManhua.com e le compagnie telefoniche China Telecom e China Mobile⁸⁰, i quali possiedono un sito dedicato ai fumetti e *anime* scaricabili/visibili sia online che con cellulare (Du 2011).

Riassumendo possiamo dire che negli ultimi anni si sono registrati dei notevoli progressi nel settore dell'industria del fumetto. Nonostante il fumetto venga considerato dalla maggior parte degli esperti un'ottima base per lo sviluppo delle serie e film di animazione, il governo non ha investito in modo adeguato in questo settore e continua a destinare la maggior parte dei fondi pubblici al settore dell'animazione.

⁷⁹ La tariffa per un abbonamento mensile con China Mobile è di 0,36 euro (3 yuan) e il primo mese è gratuito.

⁸⁰ Per approfondimenti leggere: <http://dm.10086.cn/H/a.jsessionid=02F6426257B900BB4445F3C91C6D63EE>, ultimo accesso 23 ottobre 2013.

4 CAPITOLO - Analisi del mercato e il nuovo concetto dei diritti di autore.

4.1 Struttura del capitolo

In questo capitolo viene definito lo stato del mercato cinese nei suoi aspetti peculiari e vengono delineate le linee guida utili per un'analisi delle industrie creative. In seguito si passa alla descrizione della produzione dell'animazione degli ultimi anni facendo riferimento alle politiche attuate dal governo per supportare il settore. Inoltre si analizza anche la pirateria cercando di fare chiarezza sulla natura del fenomeno e sui problemi che ne derivano. L'ultima parte del capitolo verte sul settore dell'outsourcing.

Anche in questo capitolo, è stata utilizzata la *desk research* per la consultazione di varie fonti, quali riviste accademiche, dati ufficiali e internet, ma è stata integrata dalla metodologia qualitativa che ha previsto la realizzazione di interviste in profondità.

4.2 Industrie creative

Il presidente generale Donald Thompson della società McDonald's ha sempre affermato: "Noi non apparteniamo all'industria della ristorazione, siamo l'industria dell'intrattenimento" (Tan 2006).

Questa frase deriva dal fatto che l'industria della ristorazione utilizza sempre di più personaggi collegati ai prodotti dell'animazione per gadget e pubblicità. La Cina non fa eccezione, gli *Happy Meal* del fast food McDonald's ad esempio usano per i loro gadget i personaggi principali delle più famose animazioni cinesi (come ad esempio *Pleasant Goat*) e internazionali.

Ciò sta a dimostrare quanto l'industria dell'animazione faccia ormai parte di un settore allargato dell'intrattenimento.

Tra i primi governi che hanno attribuito importanza al settore creativo è stato il governo Blair che, nel 1997, pubblicò un primo rapporto in cui si descrive in modo analitico

questo settore e le sue principali componenti, commissionato dal Dipartimento della Cultura, Media e Sport (DCMS).

E' qui che viene data la definizione di industrie creative considerate come:

quelle industrie che hanno la loro origine nelle singole creatività, abilità e talento e che hanno un potenziale per la ricchezza e la creazione di posti di lavoro attraverso la generazione e lo sfruttamento della proprietà intellettuale (DCMS 1997).

Dell'industria creativa fanno parte i seguenti settori: la pubblicità, l'architettura, l'arte, l'antiquariato, l'artigianato, la progettazione, la moda, film e video, software di intrattenimento interattivo, la musica, le arti, lo spettacolo, l'editoria, software e giochi per computer, televisione e radio. Sebbene non vi sia alcun riferimento diretto alle animazioni, l'animazione trova spazio in molti di questi settori.

Nel Regno Unito l'industria creativa rappresenta la seconda risorsa economica più importante dopo il settore dei servizi finanziari.

Larga parte dei prodotti realizzati dall'industria creativa sono protetti dal copyright e soprattutto nel mondo occidentale esiste una lunga tradizione di applicazione di questo diritto. In Cina l'applicazione del copyright è un fenomeno più recente che risale agli inizi degli anni '90. Solo da allora in poi, musica, film, libri ecc. incominciarono ad essere protetti con l'applicazione del copyright. Sempre nello stesso periodo (1992) il governo⁸¹ decise di indirizzare sempre più il Paese verso questa direzione aderendo sia alle convenzioni internazionali che tutelano la proprietà intellettuale che l'entrata nell'OMC (Organizzazione mondiale del Commercio) nel 2001.

Comunque va ricordato che in Cina non compare in questo periodo ancora il termine di industrie creative, ma solo il termine più generale di industrie culturali.

Il termine comparve per la prima volta nel rapporto dell'8 novembre 2002, rilasciato dopo il 14° Congresso del Partito Comunista. Il rapporto sosteneva che solo un rapido sviluppo delle imprese culturali avrebbe potuto garantire la prosperità della cultura socialista e soddisfare le esigenze spirituali e culturali del popolo (Zheng Liangze 2012).

⁸¹ L'Ufficio generale del Consiglio di Stato e il Comitato Centrale del Partito Comunista Cinese (PCC).

Con la pubblicazione di questo documento si avviò un nuovo processo di crescita del settore dell'animazione e dei videogiochi.

4.3 Mercato dell'animazione

L'animazione è un prodotto molto flessibile che si adatta perfettamente alla diffusione attraverso varie piattaforme come TV, cinema, libri, web, quindi è molto versatile e di facile uso. Inoltre, col passar del tempo, l'animazione è riuscita a creare anche dei linguaggi diversi prendendo spunto dai videogiochi, cinema, teatro ecc. (Bitatti 2010)

Analizzare questo settore è molto interessante perché esso presenta dei legami stretti con altri campi creativi, come il cinema, la pubblicità, i giochi, il web e tutti i loro derivati.

Da un'analisi accurata dei mercati internazionali, appare evidente che l'industria dell'animazione è ormai diventata fondamentale per la crescita economica del settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Information Technology).

Nel 2006 Zhang Songlin, vice presidente della China Animation Association, espresse un importante giudizio riguardo all'industria dell'animazione cinese⁸²:

"Oggi, il settore animazione domestico ha bisogno di almeno 250 mila professionisti, di cui 150 mila persone dovrebbero essere impegnate in film di animazione e produzione di serie TV, 100 mila persone dovrebbero essere impegnate nella produzione di giochi per il computer, tuttavia, ci sono solo un terzo dei professionisti con istruzione universitaria in animazione, rispetto a quelli della Corea del Sud, infatti ogni anno i laureati cinesi in animazione sono circa trecento.

Per interpretare nel modo corretto questa opinione, va ricordato che gran parte della produzione e realizzazione di animazione in Cina è legata alle commesse straniere di prodotti dove la componente creativa non è cinese.

Zhang Songlin aggiungeva:

Ma la Cina non è priva di talento nell'animazione, infatti nel mondo quasi il 90 % dell'animazione viene elaborato e prodotto in Asia, e 1/3 dell'animazione è prodotto ed elaborato in Cina.

⁸²Dall'intervista rilasciata al China Youth Daily, 中国动画片机遇与挑战并存(Opportunità e sfide dei cartoni animati cinesi), <http://news.163.com/06/0824/20/2PALH6Q0000120GU.html>, ultimo accesso 12 ottobre 2013.

Quaranta anni fa, la "Principessa con il ventaglio di ferro" ha ispirato il creatore di animazione giapponese (Osamu Tetsuka⁸³), ora quando i cartoni animati domestici saranno al livello di quelli di Hayao Miyazaki⁸⁴? (China Youth Daily 2006).

A distanza di sette anni, la situazione è leggermente migliorata rispetto a quanto espresso nell'intervista, sia sul fronte della produzione e distribuzione, sia sul fronte della formazione dei professionisti del settore (Zhang 2011).

Storicamente l'industria dell'animazione non è mai stata oggetto di strategie politiche ed economiche pubbliche, solo negli ultimi tempi, come abbiamo già detto, il governo ha delineato una chiara strategia con degli obiettivi precisi di tipo economico per il settore dell'industria dell'animazione.

Per interpretare meglio l'azione del governo è utile capire come questo settore si inserisce all'interno del più generale sviluppo economico e tecnologico del Paese.

Con lo sviluppo economico gli standard di vita dei cinesi sono gradualmente migliorati e quindi la capacità di acquisto delle persone è notevolmente aumentata. Anche la domanda per i prodotti dell'industria culturale ha avuto una crescita tale che la Cina ha dovuto importare prodotti di provenienza estera.

Nel 2010 la situazione dell'industria dell'animazione era caratterizzata dalla presenza di numerose imprese di piccola e media dimensione, poco note e finanziariamente fragili, e poi da alcune imprese di grande dimensione che hanno effettuato delle operazioni di acquisizione e fusione con altre aziende.

Queste operazioni di acquisizione, fusione e crescita erano state possibili anche grazie agli incentivi delle istituzioni pubbliche (locali e nazionali) che cercavano di creare alcuni centri di produzione e sviluppare la concorrenza tra le imprese nei diversi territori del paese (Lu Bin 2011)⁸⁵.

Per avere una chiara interpretazione del mercato dell'animazione, qui di seguito riporto un riassunto dei dati più significativi che verranno poi approfonditi nei paragrafi successivi.

⁸³ Osamu Tetsuka è considerato il creatore delle *anime* giapponesi. da tutti gli studiosi

⁸⁴ Miyazaki è un regista di animazione giapponese ed è considerato uno dei più grandi autori di animazione al mondo.

⁸⁵ Fino al 1998 l'animazione era sotto il duopolio della Shanghai Animation Film Studio e della CCTV, successivamente sono nati nuovi centri di produzione anche in città come Shangdong, Guangxi, Hunan, Guangdong, Tianzi e Hubei.

Secondo dell'Entgroup, società di ricerca cinese, il mercato dell'animazione in Cina nel 2010 valeva 20,8 miliardi di yuan (2,7 miliardi di euro) con un incremento del 26% rispetto all'anno precedente (17 miliardi di yuan circa 2,2 miliardi di euro): 5,5 miliardi (655 milioni di euro) erano i ricavi provenienti dalla trasmissione e diffusione nelle sale cinematografiche, TV, webtoon ecc., anche questo settore in crescita del 19% rispetto al 2009 (4,7 miliardi di yuan circa 560 milioni di euro); il resto, ossia 15,3 miliardi di yuan (1,8 miliardi di euro) rappresentavano i proventi originati dal mercato dei derivati (abbigliamento, cancelleria, giocattoli ecc.), anche questo settore in netta crescita del 18,6% rispetto al 2009 (12,9 miliardi di yuan) di circa 1,5 miliardi di euro (Entgroup 2010).

Degli 20,8 miliardi di yuan, le aziende cinesi ricevono circa il 30% mentre il resto risulta in mano agli Stati Uniti, al Giappone, all'Europa (principalmente il Regno Unito) e Corea del Sud (Zhao Li 2011).

Secondo il BlueBook 2012, il settore dell'animazione presenta una maggiore perdita nell'industria dei derivati che oggi rappresentano solo il 30%, rispetto al 70%-80% dei Paesi sviluppati (BlueBook 2013).

Bisogna anche precisare che in Cina circa l' 80% dei prodotti derivati di animazione prendono come riferimento i prodotti e i personaggi dell'animazione americana, giapponese e di altri Paesi.

Dalle statistiche realizzate dalla SARFT, nel 2010 il settore ha realizzato 385 cartoni animati per la TV, per un totale di 220529 minuti, con un incremento del 28% rispetto al 2009, in più si sono prodotti 8 film di animazione.

Secondo alcune stime, in Cina sarebbero circa 500 milioni (Zhao Li 2011) le persone potenzialmente interessate all'acquisto di prodotti derivati relativi al settore dell'animazione.

In Cina il mercato televisivo dell'animazione è rappresentato da circa 247 stazioni televisive, 2557 canali televisivi e tra questi ci sono 4 canali dedicati interamente a programmi di animazione, 25 canali riservati interamente alla programmazione per bambini, 200 canali che dedicano parte della programmazione a prodotti di animazione e

289 canali che presentano una parte della programmazione indirizzata ai bambini (Zhao Li 2011).

Ma ancora la gran parte del mercato dell'animazione in Cina, circa l' 80%, risulta in mano agli Stati Uniti, al Giappone, all'Europa (principalmente il Regno Unito) e alla Corea del Sud⁸⁶ (Zhao Li 2011): un dato molto rilevante ed indicativo per il settore.

4.4 Produzione

Dal punto di vista produttivo, in Cina il settore dell'animazione predilige la produzione di contenuti per la televisione, poi segue quella per il web e il mobile e per ultima quella per il cinema (Tan 2006).

Dal 2004 in poi tutti i settori complementari dell'industria di animazione cinese hanno attraversato una fase di industrializzazione, conglobazione e integrazione per creare un settore industriale ordinato e stare al passo con l'innovazione tecnologica e il mercato internazionale. In questo percorso di industrializzazione si registrano ovviamente sia diversi fallimenti che alcuni buoni risultati.

Gli ultimi dati del 2008 documentano che in Cina ci sono circa 5000 aziende di animazione registrate con un capitale totale sociale di 11,8 miliardi di yuan (1,4 miliardi di euro), tra queste le aziende che si occupano di animazione per la TV sono 298, in più si segnalano 68 compagnie che si dedicano solo alla produzione di film per il cinema.

Un ruolo importante nella produzione è svolto dalla SARFT che controlla e determina la validità di ogni progetto e ne approva la produzione.

Per dare un' idea generale dei progetti approvati dalla SARFT negli ultimi anni, si veda la tabella 5 che prende in considerazione i progetti approvati e quelli effettivamente prodotti e i minuti previsti rispetto a quelli effettivi prodotti dal 2004 al 2012 .

⁸⁶ Il valore totale dell'animazione globale e dei suoi derivati nel 2012 era di circa 722,8 miliardi di dollari, di cui 500 provenivano solo dai prodotti derivati. Il settore creativo dell'intrattenimento in Gran Bretagna è del 7,9% del PIL ed è diventato il più grande settore dell'industria del Paese (RIC 2013).

Tab. 5 - Progetti approvati dal 2004 al 2012 e i minuti teorici di produzione in confronto con i minuti effettivi prodotti

Anno	Serie approvate dalla SARFT	Episodi	Stima in minuti	Serie realmente prodotte	Episodi effettivi	Minuti effettivi prodotti
2004	158	11814	155520	29	1940	21819
2005	403	48778	575718	83	3867	42759
2006	410	32823	413365	124	7396	82326
2007	339	25424	305510	186	10904	101900
2008	384	30888	322926	249	12287	131042
2009	460	35461	428879	322	13940	171816
2010	601	52207	595299	385	19926	220529
2011	566	44558	491814	435	21000?	261244
2012	580	41200?	470721	395	19793	222938

Fonte : SARFT

Nel 2012, come negli anni precedenti, si registra una differenza sensibile delle serie prodotte perché in realtà risultano solo 395 rispetto alle 580 preventivate, per un totale di minuti 222938 per 19793 episodi, dunque più della metà dei minuti non sono stati realizzati o comunque sono tuttora in fase di produzione. Si può anche notare come la produzione dal 2004 abbia registrato una crescita esponenziale perché influenzata dalla politica promossa dal governo a partire degli anni 2000, volta a sostenere economicamente il settore e ad accelerarne l'industrializzazione (Lu Bin 2011).

La geografia dei luoghi di produzione è molto importante per capire bene in quali aree il governo ha investito di più. I dati SARFT⁸⁷ del 2012 rilevano che l'intervento pubblico è stato destinato ad industrie del settore dell'animazione in 24 province e che il 68,6% della produzione è stato realizzato in 5 province in particolare: Guangdong (是广东省), Jiangsu (江苏省), Zhejiang (浙江省), Fujian (福建省) e Anhui (安徽省), per un totale di 271 serie, 164889 minuti prodotti.

⁸⁷ <http://www.sarft.gov.cn/catalogs/zwxx/index.html>

Fig. 17 - La cartina seguente indica in azzurro le 5 province più produttive in Cina nel 2012



Fonte: The Huntington Archive, <http://huntingtonarchive.osu.edu>

Come dimostra la tabella 6, relativa alla classifica delle province in cui si è concentrata la maggior parte della produzione dell'animazione, Guangdong risulta la provincia in cui si è realizzato il maggior numero dei minuti di produzione nel 2012 (esattamente 48542) con 57 serie prodotte (Tabella 6) e dunque con un incremento di 5 mila minuti prodotti in più rispetto all'anno precedente; Jiangsu rimane al 2° posto con una produzione di 47923 minuti, con un incremento di 2010 minuti prodotti, seguita al 3° posto da Zhejiang con 26375 minuti prodotti con una riduzione sostanziale di 21170 minuti; al 4° posto si colloca Fujian con 23464 minuti prodotti, con una riduzione di 2615 minuti; al 5° posto si posiziona Anhui con 18585 minuti prodotti, con una crescita di 10856⁸⁸.

⁸⁸ Al 20° posto compare la provincia Heilongjiang con solo 850 minuti prodotti.

Tab. 6 - Province cinesi più produttive

2012	Provincia	Serie TV	Numero di minuti
1	Guangdong	57	48542
2	Jiangsu	85	47923
3	Zhejiang	46	26375
4	Fujian	44	23464
5	Anhui	39	18585
6	Pechino	23	9952
7	Henan	14	8995
8	Liaoning	12	7227
9	Inner Mongolia	4	4930
10	Tianjin	8	4576

2011	Provincia	Serie TV	Numero di minuti
1	Zhejiang	71	47545
2	Jiangsu	68	45913
3	Guangdong	55	42164
4	Liaoning	39	28367
5	Fujian	46	26079
6	Pechino	20	11168
7	CCTV e affiliazione	13	9964
8	Anhui	21	7729
9	Henan	10	6188
10	Heilongjiang	9	5325

Fonte: dati ufficiali SARFT

Guangdong è la provincia dove il Governo centrale e locale ha investito di più nel campo dell'animazione e dei videogiochi, grazie anche alla sua posizione strategica sul Delta del Fiume delle Perle (珠江三角洲, Zhūjiāng sānjiǎozhōu) che le permette di avere dei contatti privilegiati con Hong Kong (luogo di coproduzioni) e Macau. Inoltre è proprio qui che si concentra la gran parte della produzione di animazione realizzata per imprese straniere, in particolare giapponesi. Ecco perché nella sua azione di sostegno all'industria dell'animazione, il governo ha cercato di far diventare questa provincia la più sviluppata della Cina⁸⁹.

Al secondo posto della classifica della tabella 6 compare la provincia di Jiangsu che negli ultimi 4 anni è diventata una delle zone più produttive nel campo dell'animazione della Cina, grazie al deciso sostegno da parte delle istituzioni pubbliche locali.

L'intervento pubblico non è stato rilevante solo nelle prime due province della classifica, ma anche nelle altre province, in misura variabile.

⁸⁹ Il governo della provincia di Guangdong ha anche potenziato la rete internet e previsto degli eventi come mostre, fiere e festival.

Tab. 7 - Top Ten delle città con più alta produzione di animazione in minuti

	Città	Serie	Minuti
1	Suzhou	47	24737
2	Guangdong	29	20471
3	Dongguan	8	15214
4	Fuzhou	27	14866
5	Hangzhou	25	13371
6	Hefei	29	12845
7	Wuxi	19	12092
8	Shenzhen	18	11957
9	Ningbo	17	11652
10	Pechino	23	9950

Fonte: Dati ufficiali SARFT

Nel 2012 le città con maggiore produzione (tabella 7) di contenuti originali risultano Suzhou e Guangdong. Altre città che compaiono nella Top Ten sono Hangzhou, Wuxi e Ningbo. Ningbo è una zona produttiva situata vicino alla città di Shanghai, mentre Guangdong Dongguan e Shenzhen si trovano tutte nella provincia del Guangdong. In queste città dal 2010 si è sviluppata una forte politica di sostegno nel settore dell'animazione.

Tab. 8 - Top Ten degli studi di animazione, in parallelo nel 2012-2011

2012	Studio	Serie	Minuti	2011	Studio	Serie	Minuti
1	Dongguan Shuimu Animation 东莞水木动画衍生品发展有限公司	5	13740	1	Shenzhen Huaqiang Holdings Limited	15	18512
2	FJ Magical Times Digital Tecnology 福建神画时代数码动画有限公司	15	10942	2	Wuxi Etang Animation Design Co., Ltd.	12	15321
3	Shenzhen Huaqiang Holdings Limited 深圳华强数字动漫有限公司	10	7534	3	Pingtang Shumui Animation Co., Ltd.	9	9850
4	Ningbo Shuimu Animation Studio 宁波水木动画设计有限公司	9	7286	4	Hángzhōu màn qímào dòngmàn zhizuò yǒuxiàn 杭州漫奇妙动漫制作有限公司	2	9125
5	Wuxi Etang Animation Design Co., Ltd. 无锡亿唐动画设计有限公司	9	7185	5	Ningbo Shuimu Animation Studio	8	8845
6	Zhejiang Zhongnan Group Cartoon Film Co., Ltd. 浙江中南集团卡通影视有限公司	11	6136	6	Zhejiang Zhongnan Group Cartoon Film Co., Ltd.	10	8320

7	Suzhou Kaku TV Animazione Technology Co., Ltd. 苏州卡酷影视动画科技有限公司	6	5550	7	CCTV Animation Co., Ltd.	11	8224
8	Anhui Cultura Communication Co., Ltd. 安徽同人文化传播有限公司	9	5164	8	Kaxiu group Cartoonshow International Media 大连卡秀数字科技有限公司	3	6580
9	Guangdong Alpha Animation and Culture Co., Ltd. 广州奥飞文化传播有限公司	7	4860	9	Shenyang yi pín dòngmàn yǒuxiàn 沈阳易品动漫有限公司	8	6300
10	Kaxiu group Cartoonshow International Media 大连卡秀数字科技有限公司	2	3920	10	Fúzhōu hàn gé wénhuà chuánbō yǒuxiàn 福州翰格文化传播有限公司	8	5466

Fonte: SARFT⁹⁰

La tabella 8 riporta il confronto tra le diverse case di produzione in ordine di minuti prodotti: si può ben notare che alcune realtà aziendali non rientrano nella Top Ten in tutti e due gli anni e che alcune sono completamente nuove, come per esempio la Dongguan Shuimu Animation, con sede nella città di Dongguan (provincia di Guangdong), che risulta la prima nel 2012 con 13740 minuti prodotti, ma non compare nel 2011. Lo Studio Shuimu, oltre alla sua filiale Dongguan, possiede diverse sedi in altre città della Cina, come la Ningbo Shuimu Animation Studio con sede nella città di Ningbo (provincia di Zhejiang) che si posiziona alla 4° posizione: tutte e due gli studi riescono a produrre più di 20 mila minuti di serie animate, che corrisponde al 29% del totale dei minuti (72317) prodotti dalle 10 aziende in questa classifica.

Lo Studio Shuimu è un'azienda che gestisce vari tipi di prodotti: video aziendali, animazione didattica, film e animazioni (anche per la CCTV), web animation, animazione per architettura e video musicali.

⁹⁰ Le aziende più importanti in ordine di produzione tra il 2006-2010 sono Hunan Communication con 44980 minuti (湖南宏梦卡通传播有限公司) Greatdreams Sunchime Cartoon Group Limited con 35066 minuti (三辰卡通集团有限公司), CCTV Animation con 32544 minuti (央视动画有限公司), Hangzhou Manqimiao Animation Production con 31689 minuti (杭州漫齐妙动漫制作有限公司), Zhejiang Zhongnan Cartoon Corporation con 26404 minuti (浙江中南卡通股份有限公司), Wuxi Etang Animation Design con 25108 minuti (无锡亿唐动画设计有限公司), Shenzhen Huaqiang Digital Animation con 18162 minuti (深圳华强数字动漫有限公司), Shenyang extraordinary creativeanimation Limited con 16080 minuti (沈阳非凡创意动画制作有限公司), Wuxi TV con 12851 minuti (无锡电视台), Chongqing Animation Art con 12206 minuti (重庆视美动画艺术有限公司).

Da notare che la CCTV dal 7° posto del 2011 scompare dalla Top Ten del 2012, ciò è dovuto al fatto che la CCTV Animation dal 2011 produce sempre meno nello studio di Pechino, che rimane sempre come punto di riferimento per la stesura della sceneggiatura e la realizzazione dei personaggi delle animazioni, ma preferisce inviare la propria produzione verso imprese fornitrici (Tab. 8).

Per avere accesso al supporto pubblico, il governo centrale, con l'aiuto del Ministero delle Finanze e della Cultura, ha deciso di selezionare le imprese più importanti/produttive di animazioni che riescono ad avere una grande influenza a livello locale. Tra il 2009 e il 2010 sono state approvate 269 aziende e altre 18 imprese sono state dichiarate di importanza strategica a livello nazionale.

La provincia di Jiangsu ha ottenuto l'approvazione per un totale di 44 imprese (pari al 16,4% su scala nazionale), seguita dalla provincia di Pechino con 31 imprese (11,5%) e Guangdong con 26 imprese (10,8%)⁹¹.

Tra le forme di finanziamento pubblico vanno ricordati inoltre i premi alla produzione che la SARFT, ogni anno, distribuisce ai prodotti di animazione originali. Invece non esiste una fonte ufficiale relativa agli aiuti pubblici in quanto le fonti sono nazionali e locali. Comunque, in questo caso, la cifra erogata dalla SARFT risulta di 8,9 milioni di yuan (di un milione di euro) destinati ai progetti di animazione più originali.

Ecco alcuni premi assegnati nel 2008:

Primo premio di 1,8 milioni di yuan (218 mila euro)

- *Le avventure della piccola carpa* (小鲤鱼历险记, Xiǎo lǐyú lìxiǎn jì) realizzato dalla CCTV Animation

Secondo premio di un milione di yuan (121 mila euro) :

- *Fuwa Olimpico* (福娃奥运漫游记, Fúwá àoyùn màn yóujì) - Beijing Television;
- *Pleasant Goat* - CPE Culture Communication .

Terzo premio di 600.000 yuan (72.798 mila euro)

⁹¹ Le imprese di animazione approvate comprendono naturalmente la CCTV Animazione (央视动画), Brilliant animation of Beijing 北京辉煌动画, Tianjin spirit world comics(天津神界漫画), Jiang Tong Animation(江通动画), Hunan Macro dream(湖南宏梦), ZhejiangZhongnan Cartoon(浙江中南卡通), Guangzhou Man You(广州漫友), Guangzhou Alpha(广州奥飞等) ed altre aziende di grandi e medie dimensioni.

- *Magico occhio* (天眼, *Tian Yan, Sky eye*) - Zhejiang Zhongnan Group Cartoon Film;
- *Il paradiso del maialino* (天上掉下个猪八戒, *Tiānshàng diào xià gè zhūbājiè, Heven Pig*) - Jiang Tong Animation.

La lista riporta solo i primi tre classificati, ma ovviamente esistono altri premi che possono essere visionati sul sito ufficiale della SARFT⁹².

Tutte le animazioni premiate verranno trasmesse anche sui canali della CCTV.

4.4.1 I luoghi dell'animazione

Nonostante tutti i problemi, il settore dell'animazione mostra una grande vitalità e voglia di rinnovarsi. Per aiutare il settore ad avere uno sviluppo adeguato, il governo centrale, in accordo con i responsabili locali, ha riqualificato zone delle città dove sono sorti distretti e centri specializzati nella produzione dell'animazione e in generale un'industria dedicata all'audiovisivo e ai prodotti multimediali.

In particolar modo negli ultimi anni l'area nord-est del Paese ha registrato uno sviluppo maggiore e le città che hanno investito di più sono Pechino, Tianjin e Hebei.

La situazione risultava diversa nelle zone vicine al delta del fiume Yangtze dove città come Shanghai, Hangzhou, Nanchino, Suzhou, Wuxi, Chengdu, Chongqing e Kunming avevano già una base industriale (BlueBook 2013) mentre nel sud-ovest le zone più sviluppate erano Changsha e Wuhan.

Già nel 2004 la SARFT aveva ricevuto l'incarico dal governo di realizzare un primo parco industriale per l'animazione, chiamato Hangzhou Hi-Tech Zone, con un'estensione di 500 ettari di terreno per un investimento complessivo 600 milioni di yuan (di 71,4 milioni di euro). Nel parco sono presenti ora più di 10 imprese high-tech e le più importanti società di produzione cinesi come la Shanda, famosa per la realizzazione del *Gatto Blu*, lo studio Sunchime, e la Zhongnan Cartoon Technology (Qing 2006). Anche il distretto chiamato Changzhou National Hi-Tech Development Zone è stato creato in questo periodo e in pochi anni ha attratto 102 aziende di animazione provenienti da

⁹² Pagina ufficiale della SARFT dedicata al supporto:
<http://www.sarft.gov.cn/articles/2009/08/25/20090825144206561023.html>, ultimo accesso 18 maggio 2013.

Pechino, Shanghai, Guangzhou e anche aziende estere provenienti dal Canada, India, Corea del Sud, Malesia, Singapore ecc.

L'Industrial Park di Suzhou è stato inaugurato nel 2005 e possiede più di 10 società di animazione con oltre 3000 dipendenti (BlueBook 2013).

Sempre nel 2005 è stato inaugurato il Dalian High-tech Industrial Park che ospita 28 aziende di animazione di cui 8 straniere (Giappone, Corea del Sud e Francia) e circa 2000 dipendenti che lavorano nel settore dell'animazione.

Il Taihu Digital Animation Film Pioneer Park, inaugurato anch'esso nel 2005, ha un'estensione di circa 300 ettari e ospita 15 società di animazione.

Bisogna citare anche lo Zhangjiang Hi-Tech Park, realizzato principalmente con i fondi della Zhangjiang (Group) Company e la Shanghai Academy of Film Arts, che si estende su una superficie di 500 metri quadrati .

Nel 2008 la SARFT ha approvato i progetti di 20 province dando loro la possibilità di diventare la base di sviluppo del settore animato. Vi erano in tutto 5600 imprese e successivamente si sono registrate 300 nuove imprese dedicate al settore.

Intanto città come Pechino, Shanghai e Tanjin hanno rivitalizzato vecchi quartieri destinati a un disegno industriale incentrato sull'animazione. Ad esempio a Pechino il quartiere vicino al Beijing Cartoon Art Museum è diventato un nuovo polo creativo grazie agli aiuti finanziari del governo centrale; accanto alla Communication University of China (CUC) si è realizzata un'area destinata alla produzione dei cartoni e videogiochi e dove ci sono uffici di rappresentanza e inoltre si realizzano festival ed eventi collegati al settore.

Un'altra vecchia zona industriale di Pechino è stata riadattata prendendo il nome di Art Zone 798⁹³: qui tutte le aziende hanno come principi fondamentali la creatività e l'arte e qui sono presenti alcuni studi di progettazione e di produzione molto importanti di animazione, come lo Hutoon studio diretto dal regista di animazione Pi San.

Un'altra testimonianza dell'importanza crescente dell'animazione è data dal fatto che in questi ultimi anni sono nati dei nuovi musei e festival in tutta la Cina: un importante Museo dell'animazione e fumetto è stato inaugurato a Yangzhou nella provincia di

⁹³ Questo distretto industriale era in precedenza destinato alla produzione di tecnologia militare.

Jiangsu, poi un altro a Shanghai⁹⁴ nel 2010, a Hangzhou nel 2013 è stato avviato il progetto per un altro museo dell'animazione e fumetto nazionale cinese, costato 119 milioni di euro (1 miliardo di yuan).

Il *Rapporto sullo sviluppo della Cina Cultura dell'Industria* (2012-2013) sostiene che ormai lo sviluppo del settore culturale cinese è a un punto di svolta sostanziale, tanto che il mercato della cultura sta passando da una carenza di contenuti ad una sovrapproduzione.

Un interessante progetto è il China Comic and Animation Museum (*CCAM*) realizzato dal Hangzhou Urban Planning Bureau (L'Espresso 2008).

L'opera avviata nel 2012 potrà costituire un valido contributo per lo sviluppo urbanistico e culturale della città, diventando anche un polo d'attrazione per il quartiere. Il progetto è stato concepito dallo studio belga di architettura MVRDV con un budget stimato di circa 92 milioni di euro.

È stata prevista un'area museale di circa 30.000 metri quadrati, alla quale saranno annesse delle piazze pubbliche, un centro espositivo di circa 13.000 metri quadrati, e delle isole artificiali nei parchi circostanti. La struttura (Fig. 18) ospiterà all'interno il museo internazionale di animazione.

Fig. 18 - Progetto del China Comic and Animation Museum (CCAM), Hangzhou



Fonte: Screenshot dal video originale

Inoltre è in costruzione un parco divertimento della Disney a Shanghai (il primo Disneyland in Cina)⁹⁵.

⁹⁴ Sito ufficiale : <http://www.sh-moca.com/>, ultimo accesso 22 ottobre 2013.

⁹⁵ L'altro Disneyland si trova a Hong Kong.

4.5 Coproduzioni

Nel 2004 il governo decise di adottare una linea a sostegno delle coproduzioni di prodotti di animazione tra imprese cinesi e imprese straniere con la speranza di far crescere la qualità delle produzioni nazionali per poi esportarle. Di fatto l'iniziativa del governo produsse alcuni effetti positivi.

La coproduzione con partner stranieri comporta molti vantaggi, il primo di sicuro è rappresentato dal fatto di ridurre il problema del finanziamento dei prodotti animati che in parte viene sostenuto dal produttore straniero, inoltre la coproduzione favorisce una migliore distribuzione dei prodotti di animazione all'estero in cui sono coinvolte aziende cinesi. Comunque le coproduzioni aiutano anche a migliorare le qualità creative delle imprese cinesi.

Una delle prime coproduzioni avviate da questa campagna è stata quella che ha coinvolto lo Shanghai Animation Studio e lo studio di animazione taiwanese Central Pictures Corporation ⁹⁶ (中影股份有限公司, Zhōngyǐng gǔfèn yǒuxiàn gōngsī) con il film *Gli amanti della farfalla*(蝴蝶夢-梁山伯與祝英台, Liang Shan Po yu Zhu Ying Tai, *The Butterfly Lovers*). Il film ha riscosso un discreto successo sia in Cina che in Taiwan perché la sua qualità è stata considerata di alto livello⁹⁷ tanto da ottenere il 14° Golden Rooster Awards ⁹⁸ (金 鸡 奖 , Jīnjī jiǎng), la manifestazione cinematografica più importante in Cina, come miglior film di animazione (中国电影金鸡奖最佳美术片, Zhōngguó diànyǐng jīnjī jiǎng zuì jiā měishùpiàn) nel 2005 (Chang 2008)⁹⁹.

Gli altri due film di animazione presenti nelle nomination dello stesso Festival erano anch'essi due coproduzioni dal titolo *I figli del capitano Grant* (格 兰 特 船 长 的 儿 女 , Gélántè chuánzhǎng de érǚ , *The Children of Captain Grant*) una coproduzione sino-tedesca e *Attraverso la Striscia di Moebius* (魔 比 斯 环 , móbīsī huán, *Thru the Moebius Strip*), una coproduzione Sino-Hong Kong .

⁹⁶ Sito ufficiale <http://www.movie.com.tw/home/index.php> , ultimo accesso 2 maggio 2013.

⁹⁷ Ciò che particolarmente colpisce di questa animazione sono gli effetti speciali e alcune scene del film che sono molto eleganti ed elaborate.

⁹⁸ Equivalente al Premio Oscar (Academy Award) in USA.

⁹⁹ Chang Hong (常虹 2008), 中国艺术动画三十年 (Trent'anni di animazione e arte cinese), 浙江大学出版社 (Zhejiang University Press).

Nel 2007 vengono alla luce altre due coproduzioni, una di queste molto importante perché vede la China Film Group Corporation (中国电影集团公司, Zhōngguó diànyǐng jítuán gōngsī) la Centre Digital Pictures Limited (先濤數碼企畫有限公司, Xiān tāo shù mǎ qǐ huà yǒuxiàn gōngsī) di Hong Kong e Disney Studio in coproduzione con il film *Il segreto della Zucca Magica* (宝葫芦的秘密, Bǎo húlu de mìmì, The Secret of the Magic Gourd). Questo film ha riscosso un grande successo in Cina (Colapinto 2010)¹⁰⁰ e il DVD è stato distribuito in diversi Paesi come Hong Kong, Malesia, Singapore e Stati Uniti. Inoltre è il primo film che usa la tecnica del CGI/animazione che ne accresce il valore tecnico/qualitativo.

Fig.19– Locandina del film *Il segreto della Zucca Magica*



Fonte: <http://img.bz1111.com/d4/2007-8/2007083121404278042.jpg>

Per quanto riguarda le serie televisive coprodotte, ci sono molti esempi di cooperazione di successo, come ad esempio la famosa *Shaolin Kids* o *Shaolin Wuzang* (中华小子, zhōng huá xiǎo zi; *Chinese Kids*) coproduzione sino-francese tra lo studio Fantasia Animation cinese e Les Cartooners Associés francese. Realizzato a partire del 2005 e tutt'ora in produzione, il film ha ottenuto molto successo non solo in Cina (infatti è stato trasmesso dalla CCTV e altre emittenti nazionali e locali), ma anche in Francia e inoltre i diritti di trasmissione sono stati acquistati da 30 Paesi nel mondo (UK Trade 2010).

¹⁰⁰ Colapinto C. (2010), *L'internalizzazione della televisione*, in *Media in Cina Oggi*, Francoangeli, Milano.

Va citato anche *Il romanzo dei Tre regni* (2009), coprodotto dalla Pechino Glorious Animation e dalla CCTV14 con i partner giapponesi Takara Tomy e Future Planet (di cui si è parlato dettagliatamente nel capitolo 3.2.6).

Un altro film coprodotto è *Piccolo grande Panda* del 2011, già incontrato nel capitolo 2. Nel 2013 col documento ¹⁰¹ dal titolo "Normativa sulle Coproduzioni delle drama (serie TV, animazione e cinema) sino-straniere" (SARFT Ordine No. 41)¹⁰², il governo cerca di rafforzare e rilanciare la decisione presa nel 2004, relativa ai supporti destinati all'industria dell'animazione.

Un film indicativo di questo nuovo periodo è *Il nido del drago: il tramonto del guerriero* (龙之谷: 破晓奇兵, Lóng zhī gǔ: Pòxiǎo qíbīng, Dragon Nest: Warrior's Dawn) del 2014, una coproduzione tra Huaxia Film Distribution cinese e Mili Entertainment americana, distribuita in Cina e Stati Uniti .

Negli ultimi anni, insieme al rilancio delle coproduzioni da parte del governo, anche la forte crescita del Box-office cinese ha spinto le imprese straniere a cercare coproduzioni, viste come un mezzo per entrare nel mercato cinese. Un caso eclatante è rappresentato dalla Oriental DreamWorks con sede a Shanghai.

Fig. 19 – I loghi di Oriental DreamWorks e DreamWorks animation



Fonte: <http://assets.hardwarezone.com/img/2013/06/Oriental-Dreamworks-logo.jpg> e

http://static1.wikia.nocookie.net/_cb20120414190826/logopedia/images/b/bc/Dreamworks_Animation_Home_Entertainment.jpg

¹⁰¹ SARFT: <http://www.sarft.gov.cn/articles/2013/10/12/20131012143223670276.html>, ultimo accesso 7 maggio 2013.

¹⁰² Baike: <http://baike.baidu.com/view/438202.htm>, ultimo accesso 11 maggio 2013.

L'Oriental DreamWorks (东方梦工厂, Dōngfāng mèng gōngchǎng, o la Shanghai Oriental DreamWorks Television Technology Co., 上海东方梦工厂影视技术有限公司, Shànghǎi dōngfāng mèng gōngchǎng yǐngshì jìshù yōuxiàn gōngsī) è uno studio sino-americano controllato da tre società cinesi rappresentate da China Media Capital (华人文化产业基金, Huárén wénhuà chǎnyè jījīn)¹⁰³, da Shanghai Media Group (上海东方传媒集团, Shànghǎi dōngfāng chuánméi jítuán) e da Shanghai Alliance Investment (上海联和投资有限公司, Shànghǎi lián hé tóuzī yōuxiàn gōngsī) che detengono il 55% delle azioni, mentre il 45% risulta di proprietà della DreamWorks Animation. Lo studio prevede la realizzazione di alcune animazioni, tra cui *Kung Fu Panda 3* che dovrebbe uscire nel 2016 e alcuni live-action come *Tibet Code*.

4.6 Esportazioni

L'esportazione dei prodotti cinesi all'estero è ancora nella sua prima fase di sviluppo. Secondo i dati contenuti nel BlueBook 2008, la situazione delle esportazioni dell'animazione cinese all'estero era di 30 serie per un totale di 2244 episodi nel 2007, un aumento quantificato del 11,11% rispetto all'anno precedente. I ricavi sono stati del 42,85% in più rispetto al 2006 con circa 73,5 milioni di yuan (9 milioni di euro), in questo periodo i mercati principali erano rappresentati dall'Europa e dall'America del nord.

Un incremento delle esportazioni significativo è avvenuto nel 2009 che, secondo i dati ufficiali rilasciati dalla SARFT, ha registrato un incremento del 150% di ricavi rispetto al 2008 con 22,4 milioni di euro (30 milioni di dollari) e sono stati venduti 79 prodotti tra serie e film di animazione, per un totale di 1490 ore, pari al 14% del totale delle animazioni televisive in Cina. Le serie più importanti esportate sono comunque *Il gatto blu*, *Magico occhio*, *Pleasant goat* ed altri ancora.

Gli studi che hanno avuto maggior successo nell'esportazione dei loro prodotti sono: Zhongnan Animation Group (浙江中南卡通股份有限公司, Zhèjiāng zhōngnán kǎtōng

¹⁰³ China media capital. <http://www.chinamediacapital.com/chinese/contactus.html>, ultimo accesso 22 maggio 2013.

gǔfèn yǒuxiàn gōngsī), Shanghai Media Group , Sunchime Cartoon Group e lo Shanghai Fantasia Studio.

Le animazioni di punta esportate sono ad esempio *Magico occhio* (天眼, tian yan, *Sky eye*), una serie animata che ha venduto i diritti di trasmissione a 20 emittenti straniere con un ricavo di 1,8 milioni di euro (15 milioni di yuan) ed è stata realizzata dallo studio Zhongnan Animation Group con sede a Zhejiang. Shanghai Media Group invece ha esportato *Piccolo Kang Kang* (小康康 *Xiao kangkang*, *Little Kang Kang*) e *L'insetto* (虫虫, Chong chong, *The Bug*). *L'insetto* è una serie di 335 episodi, imitazione del film *A Bug's Life* della *Disney*. Entrambe sono state esportate in diversi Paesi dell'Asia, come Hong Kong e Malesia.

Sunchime Cartoon Group ha esportato la famosa serie *Le 3000 domande del gatto blu* in 36 Paesi tra cui Stati Uniti, Regno Unito, Taiwan e Corea del Sud ottenendo un ricavo di circa 9 milioni di euro (65 milioni di yuan). Shanghai Fantasia Studio¹⁰⁴ ha una storia molto singolare perché il suo fondatore, Zhang Tianxiao, è un famoso animatore residente in Francia e dunque le produzioni del suo studio risentono dell'influenza francese.

Come già detto nel paragrafo precedente, *Shaolin Kids* è una coproduzione sino-francese che ha ottenuto un grande successo (5 milioni di euro per la vendita dei diritti di trasmissione) le cui storie sono state tratte da romanzi, soprattutto di area francofona. Gli studi coinvolti sono Fantasia Animation (cinese) e Les Cartooners Associés (francese) che insieme hanno realizzato molte animazioni poi esportate anche all'estero, come *Marsupilami* tratto da un fumetto belga di André Franquin; *Martin Matin* realizzato dal regista francese Denis Olivieri; *Malo Korrigan et les Traceurs de l'espace* (*Malo Korrigan and the Space Tracers*) creato da Arthur Qwak (francese) e Norman J. LeBlanc (canadese); *Les Minijusticiers* , una serie animata tratta dal fumetto dello svizzero-francese Zep; *Spirou et Fantasio*, una serie tratta dal famoso fumetto franco-belga (Livres Groupe 2010). Le animazioni realizzate in collaborazione con questo studio (Fantasia Studio) sono trasmesse dalla maggior parte delle TV europee e canadesi. Ad

esempio *Marsupilami* è stato trasmesso su Italia 1 e *Martin Matin* su RaiSat Ragazzi e nel 2011 su Rai YoYo¹⁰⁵.

Incominciano ad essere rilevanti anche le esportazioni nei Paesi in via di sviluppo come Africa, Sud America, Medio Oriente e altri ancora. Nonostante il ritorno economico non sia notevole, risulta un modo singolare per creare delle basi per esportazioni future che avranno di sicuro un canale privilegiato ed introiti migliori (Lu 2011).

Secondo gli ultimi dati del 2012, trasmessi dal Dipartimento del Commercio della provincia dello Hunan, i mercati di maggior rilevanza, per quanto riguarda le esportazioni di prodotti animati, sono cambiati rispetto agli anni precedenti e così la Russia, Hong Kong, Taiwan, Singapore seguiti ancora dagli¹⁰⁶ Stati Uniti sono diventanti molto rilevanti.

4.7 Pirateria

Il sistema della pirateria in Cina è un settore che ha avuto un incremento considerevole perché è riuscito ad adattarsi bene in qualsiasi periodo storico.

In questi ultimi 30 anni il governo ha cercato di controllare e di legiferare in materia, anche se finora ha ottenuto pochi risultati (Liu 2011).

Il Ministero delle Finanze cinese ha sostenuto che l'animazione rappresenta un settore che deve essere tutelato da normative più ferree e punitive perché esso coinvolge diverse aree culturali, come l'industria del gioco, i parchi divertimento, i prodotti audiovisivi, fiere e il turismo. E anche perché la maggior parte dell'investimento destinata a un film o a un'animazione prevede un ritorno in gran parte derivante dall'industria dei derivati (Bleu Book 2013).

Il *Copyright Act* del 1990 è stato uno dei tentativi da parte del governo per combattere la pirateria. In questo documento il governo rende noto che la maggior parte dei cittadini

¹⁰⁵ Atlantyca Entertainment è una società con sede a Milano che possiede la concessione esclusiva dei diritti di distribuzione e home video in tutta l'Europa di *Monkey King*, prodotto di punta della CCTV Animation, composta da 52 episodi per 22 minuti. La stessa società ha aperto anche una filiale in Cina nel 2010 per creare un ponte di diffusione di prodotti animati cinesi in Europa. Sito ufficiale: <http://www.shfantasia.com/En/prod.asp>, ultimo accesso 12 ottobre 2013.

¹⁰⁶ Analisi delle esportazioni in cinese: <http://fwmy.hunan.com.cn/swdt/375172.htm>, ultimo accesso il 23 ottobre 2013.

non sono ancora informati sul diritto d'autore e dunque comprano i prodotti pirata inconsapevoli di violare delle leggi. Perciò, secondo alcuni studiosi, l'educazione dovrà essere decisiva negli anni successivi (Tan 2006, Sun 2011). Inoltre il governo ha poi cercato di combattere questo fenomeno con controlli serrati sulle aziende che producono prodotti pirata. Nonostante tutti gli sforzi da parte del governo cinese, i dati degli anni Novanta sono veramente scoraggianti perché riportano che circa il 90% dei prodotti audiovisivi è pirata nelle grandi città della Cina, mentre le opere piratate arrivano alla totalità nelle aree rurali (Lui HaiJin 2013).

Il loro successo è dovuto a vari fattori: il primo è da ricercare nel basso prezzo di commercializzazione; il secondo nella poca attenzione riservata alla qualità dei prodotti da parte degli acquirenti; il terzo nella facilità di accesso all'acquisto; il quarto all'impossibilità di capire l'autenticità del prodotto (soprattutto per quanto riguarda i prodotti audiovisivi e per l'editoria) perché risultano simili all'originale (Niu 2013).

Oltre all'audiovisivo e ai videogiochi, i prodotti pirata ottengono un ottimo rendimento dai prodotti derivati, come i giocattoli.

In Cina le aziende che sviluppano i prodotti derivati nel campo dell'animazione devono sostenere dei costi molto elevati per la progettazione e sviluppo e, secondo gli esperti del settore, devono poi aspettare circa due anni affinché il prodotto venga registrato e protetto. Invece le aziende che producono derivati in modo illegale devono sostenere solo il costo di produzione dell'oggetto. Ad esempio lo stampo dei giocattoli prevede un costo irrisorio perché nella maggior parte dei casi risulta di bassa qualità o copia dell'originale. Le aziende di derivati illegali sono solitamente di piccole e medie dimensioni, i cui rischi di fallimento sono sempre esigui perché selezionano i personaggi più popolari delle animazioni famose per le proprie produzioni. Molto indicativo è il fatto che alcune volte i prodotti pirata arrivano prima dei prodotti originali sul mercato, bruciando sul tempo gli introiti dei prodotti originali.

Come già visto in precedenza, il governo ha messo in atto altre misure importanti e utili come la creazione di strutture che aiutano le produzioni nelle politiche di deregolamentazione, l'elargizione di prestiti agevolati, l'aumento dei finanziamenti,

l'organizzazione di speciali meeting e seminari di informazione su come combattere la pirateria e coprire i prodotti con il diritto di autore (Pavilik 2013).

Uno degli esempi più eclatanti nel campo dell'animazione è rappresentato da *Pleasant Goat* i cui prodotti derivati pirata ispirati a questo cartone raggiungono il 90%, secondo gli esperti del settore.

Ma con lo sviluppo tecnologico e internet, comprare o scaricare illegalmente prodotti tutelati dai diritti d'autore soprattutto su internet è diventato per i cinesi un costume diffuso, tanto che questo stile di fruizione viene identificato come *Miǎnfèi xiǎngshòu* (免费享受) che, tradotto in italiano, significa "*liberi di godere*" (Cheung 2000, Lubin 2011).

Ancora una volta, il governo si è impegnato a promuovere e tutelare il settore imponendo un severo controllo sulla rete internet e nel 2010 ha emanato una serie di regole e parametri che riguardano la salvaguardia dei diritti d'autore (BlueBook 1014).

In questo documento vengono citate le opere protette, tra cui compaiono tutte le forme di letteratura, l'arte, le scienze naturali, le scienze sociali, l'ingegneria e simili, e poi:

1. opere scritte;
2. opere orali;
3. musica, teatro, opera, danza, opere acrobatiche ;
4. arte e architettura;
5. opere fotografiche;
6. opere cinematografiche e gli audiovisivi;
7. disegni di progettazione e design dei prodotti, mappe, disegni e altre opere grafiche e modelli grafici;
8. i software;
9. leggi, regolamenti amministrativi e altre opere ancora¹⁰⁷.

Queste leggi sono state rafforzate varie volte nel corso degli anni, l'ultimo intervento è avvenuto nel 2012 per adattarsi ai nuovi modelli di fruizione (Tablet, Smarthpone).

¹⁰⁷ L'elenco completo sul sito baike.baidu.com/view/275830.htm, ultimo accesso 22 maggio 2013.

4.8 Sviluppo del mercato dei derivati

In questo paragrafo si è cercato di individuare e analizzare le principali debolezze del mercato dell'animazione in generale e del mercato dei derivati.

Dal 2009 la Cina è diventata il più grande Paese al mondo per la vendita dei derivati legati ai contenuti dell'animazione. Come già visto in precedenza, *Snoopy*, *Topolino*, *Hello Kitty*, *Pikachu*, *Doraemon* da soli riescono a generare ricavi di circa 600 milioni di yuan (70 milioni di euro) ogni anno (Hu 2011).

A livello internazionale lo scopo dell'industria dell'animazione è di produrre dei contenuti e di venderli per la distribuzione in TV o nei cinema che, normalmente, rappresenta una minima parte degli introiti (questo vale soprattutto per i prodotti destinati alle TV o di poco successo al cinema) e poi di sfruttare i contenuti su altri supporti (DVD, web) o in altre forme (i derivati). I derivati rappresentano il 70% - 80 % delle entrate totali per un prodotto di animazione. In Cina questo modello di sfruttamento è realizzato solo dalle imprese straniere che, in presenza di un mercato enorme e debole in originalità, riescono a coprire circa l'80% del mercato dei derivati cinesi che hanno come contenuti (immagini) di riferimento prodotti di animazione americani e giapponesi (Wang Yu 2011, Li Xiao Chang e Zhang Hui 2011)¹⁰⁸.

Come detto in precedenza, i produttori cinesi ottengono gran parte dei finanziamenti dallo stato e, una volta terminata l'animazione, si interessano solo alla vendita al broadcaster (TV). Dunque non hanno nessun interesse ad utilizzare il loro prodotto in altre forme, come DVD, internet e nel mercato dei derivati per ottenere delle entrate tali da poter successivamente fare a meno dei finanziamenti pubblici. I dati dei costi di produzione possono chiarire meglio questo fenomeno: a fronte di un costo di produzione che si aggira mediamente intorno a 10000 yuan al minuto (1300 euro), i ricavi della vendita dei diritti di trasmissione in TV vanno da 40 a un massimo di 1000 yuan al minuto (5,5 -13 euro al minuto) (Yu 2011).

¹⁰⁸ Li Xiao Chang e Zhang Hui (李晓唱、张慧 2011), *I pro e i contro del settore animazione in Cina* (透过“六·一”档期国产动漫新热潮浅析中国动漫行业的利与弊), Peking University Institute of Cultural Industries (北京大学文化产业研究院).

Inoltre gli studiosi Li Xiao Chang e Zhang Hui (2011) della Peking University segnalano un altro problema, quello legato al mercato cinese delle licenze che risulta (circa il 90%) rappresentato da personaggi dei cartoni animati stranieri¹⁰⁹.

Rimane comunque il problema fondamentale del mercato cinese che, come già detto nei capitoli precedenti, risulta causato dalla limitata creatività: nonostante un considerevole numero dei contenuti delle animazioni si ispirino a leggende e storie della cultura cinese, il modo di rappresentarle non risulta sufficientemente attraente (Zhang 2011).

Un altro fattore di debolezza dell'industria dell'animazione cinese, collegato con il problema della creatività, è rappresentato dai suoi personaggi che non hanno ancora raggiunto il primato di popolarità tra il pubblico cinese, secondo i risultati di varie indagini. Da un'indagine realizzata nel 2009, contenuta nell'*International Communication Gazette*¹¹⁰ (Ishii 2013), si può notare che nella classifica di notorietà dei primi 10 personaggi di cartoni animati, ci sono solo due personaggi di origine cinese, ben sette di origine giapponese e uno degli Stati Uniti¹¹¹.

Tab. 9 – Top ten dei personaggi più famosi in Cina

Titolo e posizione	Paese di origine
1. The Pleasant Goat and the Big Big Wolf	Cina
2. Naruto	Giappone
3. My Life as McDull	Cina/Hong Kong
4. Doraemon	Giappone
5. Detective Conan	Giappone
6. Tom and Jerry	USA
7. Bleach	Giappone
8. Transformers Animated	Giappone
9. One Piece	Giappone
10. Ultraman	Giappone

Fonte: *International Communication Gazette*

¹⁰⁹ Secondo L'International Licensing Industry Merchandisers' Association's (LIMA) contenuta nel 2013 Licensing Industry Survey, realizzata dai ricercatori della Yale School of Management, il settore delle licenze nel 2012 aveva un valore complessivo di 112,1 miliardi di dollari e i personaggi (siano essi di animazioni autoctone o di altre provenienze) hanno ricavato il 49,9 miliardi di dollari, classificandosi al primo posto con il 44% del totale. Il secondo posto è occupato dai marchi aziendali (21,6 miliardi di dollari), Moda (16,5 miliardi di dollari), sport (12,6 miliardi di dollari) e le Royalties per marchi universitari (3,8 miliardi di dollari).

¹¹⁰ Ishii K. (2013), *Nationalism and preferences for domestic and foreign animation programmes in China*, *International Communication Gazette*, March 2013 vol. 75 no. 2 225-245.

¹¹¹ La statistica si basa su interviste realizzate ad un gruppo di giovani della fascia di età che va dai 15 ai 39 anni. Un dato molto interessante e curioso è che sia *Naruto* (che occupa il 2° posto) che *One Piece* (il 9° posto) sono trasmessi in Cina solo su internet, infatti i giovani cinesi preferiscono scaricare e/o vedere queste due animazioni solo online dal proprio computer (Tab. 9).

Da un'altra indagine realizzata nel 2011 da vari enti di ricerca istituzionali¹¹² in occasione dell'*Annual Global Top Ten Cartoon Images Contest*, si vede il miglioramento delle posizioni cinesi, anche se in proporzioni minoritarie rispetto alle posizioni straniere. I quattro personaggi di origine cinese sono: *Pleasant goat*, *Il gatto blu*, *Il gatto arcobaleno* e *Il coniglio blu*.

Invece un'altra ricerca (Tab.10) realizzata dall'Academia Social Science di Pechino si è limitata ad individuare i personaggi delle serie più famose esclusivamente in Cina: la prima posizione è occupata da *Pleasant Goat*, seguita da *Il re scimmia* e *Pig Man*. Esaminando attentamente la tabella, si può notare che le dieci animazioni sono realizzate da studi differenti.

Tab. 10 - Personaggi di animazione cinesi più famosi in Cina

Posizione	Carattere	Titolo dell'animazione	Studio
1	<i>Pleasant Goat</i>	Pleasant Goat and Big Big Wolf animation series	CPE Culture Communication Co., Ltd.
2	<i>Monkey King</i>	Monkey King serie	CCTV Animation Co., Ltd.
3	<i>Pig Man</i> (猪猪侠)	Pig Man – the world blocks fairy tales animation film	Guangdong Yong Sheng Culture Communication Co., Ltd.
4	<i>Fuxing Bajie</i> (福星八戒)	Bajie drop from the sky animation film	Jiang Tong Animation Co., Ltd.
5	<i>Bighorn cattle</i>	Cattle speed forward animation series	Qingdao Pu Dahai animation film Ltd.
6	<i>Snow baby</i>	Snow baby 3D animation	Heilongjiang Ocean Technology Co., Ltd.
7	<i>Dulu Dubi</i>	theme park Fantawild world mascot	Shenzhen Huaqiang Culture Technology Group Co., Ltd.
8	<i>Small broken child</i>	Small broken child network animation image	Shanghai small broken child Culture Communication Co., Ltd.
9	<i>Silly eight turtles</i>	The story of silly eight turtles animation film	Shenzhen Animation Technology Co., Ltd.
10	<i>Blue Cat</i>	Naughty Blue Cat 3000 Questions animation series	Hunan Blue Cat cartoon Media Ltd

Fonte: Istituto Delle Scienze Sociali Cinesi

¹¹² Chinese Culture Studies Center, Academy of Social Sciences, Institute for Cultural Industries, Peking University, Tsinghua University, Beijing Film Academy, Academy of Chinese Animation, Animation School of Communication University of China, Anime Institute of Manyou Cultural Communication agencies.

Secondo un'indagine pubblicata dal BlueBook nel 2011, un fattore di debolezza del mercato dell'animazione cinese è da riscontrarsi nei contenuti dell'animazione che non corrispondono ai gusti del pubblico, infatti risulta che il 60% dei giovani cinesi ama i cartoni giapponesi, il 29% preferisce i prodotti europei e americani e solo 11% dichiara di favorire l'animazione interna.

4.9 Sfruttamento dei derivati

Abbiamo già visto come nell'industria dell'animazione, una parte molto rilevante degli introiti è rappresentata dallo sfruttamento dei diritti dei contenuti di animazione nei prodotti derivati. Per questa ragione si è ritenuto importante analizzare alcuni esempi rilevanti di aziende che operano nel campo dei derivati.

In generale i prodotti derivati dell'industria dell'animazione sono: prodotti audio e video, libri, giochi, abbigliamento, articoli di cancelleria, giocattoli¹¹³ ecc., cioè tutti quei prodotti dove sono presenti contenuti (solitamente personaggi) dell'animazione stessa.

Il luogo più importante per la produzione dei prodotti derivati è la provincia di Guangdong sul Delta del Fiume delle Perle. Come abbiamo già visto, si tratta della provincia più produttiva della Cina per quanto riguarda l'animazione interna e outsourcing. Le città importanti di questa provincia sono: la città di Guangdong, specializzata nella produzione per l'animazione originale cinese; la città di Shenzhen capitale dell'outsourcing¹¹⁴ e infine Dongguan, conosciuta per la produzione dei derivati soprattutto giocattoli¹¹⁵(Zhang 2011).

A Dongguan sono presenti circa 1000 aziende legate alla produzione di animazione (Hooi 2011)¹¹⁶ che organizzano anche una serie di eventi correlati con il mondo dell'animazione, come ad esempio China Animation Golden Dragon Award o il più recente China International Animation Copyright Fair, una delle più grandi fiere dei

¹¹³ Secondo la China Toy and Juvenile Product Association¹¹³ entro il 2015 il valore dei giocattoli in Cina raggiungerà la quota di 7,4 miliardi di euro all'anno (60 miliardi di Yuan).

¹¹⁴ Una delle prime città in Cina a realizzare prodotti su commessa estera.

¹¹⁵ *Doraemon*, *Barbie*, *Snoopy*, *Mikey Mouse* e altri ancora sono realizzati a Dongguan.

¹¹⁶ Hooi A. (2011), Major animation fair opens in Dongguan, Updated: 2011-09-27 19:20 , chinadaily.com.cn, http://www.chinadaily.com.cn/business/2011-09/27/content_13804894.htm, ultimo accesso 7 Maggio 2013.

prodotti derivati dell'Asia. La municipalità di Dongguan investe ogni anno ingenti somme per finanziare lo sviluppo dell'industria dell'animazione e delle aziende dei derivati¹¹⁷.

Prima di passare alle aziende che si occupano dei derivati dell'animazione bisogna prima citare i prodotti di animazione che in Cina hanno sviluppato il mercato dei derivati: il *Gatto Blu* (1999-2004), realizzata dalla Beijing Sunchime Happy Culture Company e *Pleasant goat*.

Il *Gatto blu*: 30 milioni di copie del CD delle musiche della serie; più di 50 milioni di vendite (un totale di 4,7 milioni di euro) del libro tratto dall'animazione; 130 milioni yuan (10 milioni di euro) di proventi dai diritti d'autore per editoria e libri (Qing 2006).

Pleasant Goat possiede 250 partner autorizzati, più di 1000 tipi di prodotti, come alimenti e bevande, giocattoli, abbigliamento, cancelleria, calzature, pubblicazioni, giochi e console, elettrodomestici ed altro ancora, negli anni ha sviluppato anche dei “co-branded” con le aziende giapponesi Sega e Bandai, con la catena di ristorazione americana McDonald, KFC e con altri marchi ben noti (Hu 2011).

Le principali aziende che operano nel settore dei derivati sono:

- la Guangdong Yong Sheng Culture Communication (广州艺洲人文化传播有限公司, Guǎngzhōu yì zhōu rén wénhuà chuánbò yǒuxiàn gōngsī), considerata la più famosa azienda di *licensing*, che gestisce e sfrutta più di 100 personaggi provenienti da prodotti di animazione nazionale e internazionali, come *SpongeBob Square Pants*, *Dora the Explorer*, *Doraemon*, *Thomas and his friends*, *Fuwa Olympic roaming mind*, *Polaris sea*, *Pleasant Goat and Big Big Wolf* (Tab. 11).

Tab. 11 – I rivenditori più importanti per quanto riguarda i prodotti derivati

Posizione	Marchio Rivenditore Autorizzato	Grandi Marchi in licenza
1	Guangzhou Yizhou, Comunicazione Cultura Co., Ltd.	<i>Spongebob</i> , <i>Dora The Explorer</i> , <i>CJ7</i> , <i>Beans Kat Belly Games</i> , <i>Super-Smart Football Penguin Tribe</i> , <i>Big Mouth</i> , <i>Toot</i> e <i>Magic Pig Juliet</i>
2	Skynet Brand Management (Shanghai) Co., Ltd.	<i>Prince Of Tennis</i> , <i>Backkom</i> , <i>Angel Cat</i> , <i>Qiubi</i> , <i>Babu Panda</i> , <i>Cali Mellow Black Bean Frog</i> , <i>Black Pig</i> ,

¹¹⁷ Ad esempio lo studio di produzione della più famosa animazione cinese *Pleasant Goat* si è trasferito in questa città perché attratto dalle agevolazioni fiscali.

		<i>Pigs, BT e Dog Knife</i>
3	Ai Ying (Shanghai) Trading Co., Ltd.	<i>Doraemon, Chaquan, Crayon Shinchan, Armored Andy, PANDA – Z e Postpet</i>
4	Guangzhou Ruishi Cultura e della Comunicazione Co.,Ltd.	<i>Ultraman</i>

Fonte: *Bluebook animation 2012*

- la Guangdong Huawei Toys Craft (广东骅威玩具工艺股份有限公司, Guǎngdōng huá wēi wánjù gōngyì gǔfèn yǒuxiàn gōngsī) che continua sì a lavorare per la Disney, Giochi preziosi, Tpo Toys ecc... ma, come è specificato sul sito aziendale, sfrutta le esperienze maturate a partire dal 1997 con i mercati stranieri per instaurare dei rapporti di collaborazione con le aziende di animazioni cinesi (per esempio con CCTV Animation e Yulang Cultural Development con sede a Shenzhen)(Xingzhen 2011).
- la Auldey¹¹⁸ (奥迪双钻, Àodí shuāng zuān, Audi Double Diamond), un' azienda di giocattoli il cui personale, che si aggira intorno alle 1500 persone, riesce a produrre un migliaio di giocattoli diversi per il mercato cinese ed estero.

Fig.20 – Logo della Auldey



Fonte: <http://www.auldeytoys.com/>

Per espandere il suo business la Auldey si è trasformata in Guangdong Alpha Animation and Culture (漫文化股份有限公司, Mǎn wénhuà gǔfèn yǒuxiàn gōngsī) la quale controlla 4 società: la Guangzhou Aofei Culture Communication (广州奥飞文化传播有限公司, Guǎngzhōu ào fēi wénhuà chuánbò yǒuxiàn gōngsī), Guangdong Aodi Cartoon Animation Tories Toy(广东奥迪动漫玩具有限公司 Guǎngdōng àodí dòngmàn wánjù yǒuxiàn gōngsī), Guangzhou Diwen Culture Communication (广州迪文文化传播有限公司, Guǎngzhōu dí wén wénhuà chuánbò yǒuxiàn gōngsī), Beijing Zhongao Yingdi

¹¹⁸ Sito ufficiale Auldey: <http://www.auldeytoys.com/>, ultimo accesso 12 gennaio 2014.

Animation (北京中奥影迪动画制作有限公司, Běijīng zhōng ào yǐng dí dòng huà zhì zuò yǒu xiàn gōng sī), quest'ultima gestisce la produzione dei giocattoli per l'estero. In pochi anni la Audley è diventata una delle più importanti aziende del settore mentre lo studio Guangzhou Culture Communication ha prodotto animazioni 3D, fumetti, centinaia di animazione, serie animate per la TV¹¹⁹.

Tra il 2008 e il 2011 la Cina ha visto un incremento significativo dei prodotti derivati, grazie a vari fattori come i giochi Olimpici del 2008, il mondiale di calcio del 2010, l'Expo 2010 a Shanghai e la Guangzhou Asian Games del 2011.

Solo per i giocattoli riguardanti le diverse manifestazioni sopra elencate, a Shanghai vi erano ben 6 compagnie che producevano questi tipi di prodotti come: Shanghai Junyao (Group), Shanghai Arts & Oriental Crafts, Shanghai Sinnsa Group, Shanghai Hongze Wen Communication, Shanghai Show Industrial Design, e Jiangsu Line Sets.

L'Expo ha generato introiti di circa 3,5 miliardi di euro (31 miliardi di yuan) mentre il Guangzhou Asian Games ha incassato circa 3,2 miliardi di euro (30 miliardi di yuan)¹²⁰, attraverso la vendita di merci con licenza (Liu 2011).

4.10 Outsourcing

Non tutti sono a conoscenza che la maggior parte delle produzioni dell'animazione mondiale e il 90% dell'intera produzione americana di animazione TV è realizzata in Asia e la Cina, Taiwan e Corea del Sud risultano i centri di produzione più importanti (Lent 2003).

Secondo i dati del Bluebook 2012, l'80% della produzione di animazione giapponese è "Made in China".

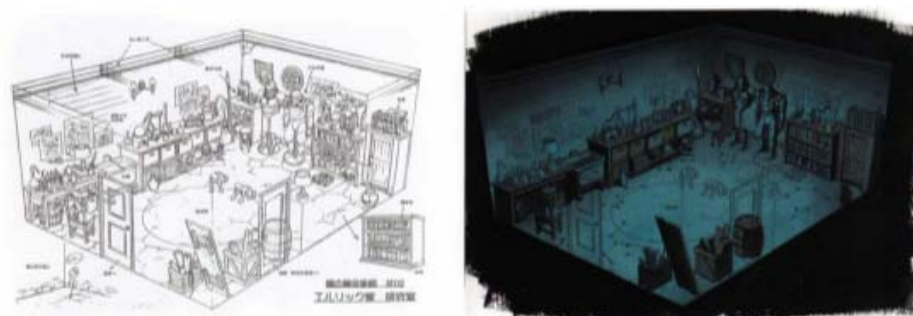
Per capire meglio di cosa si occupa la produzione dell'outsourcing in Cina è forse bene prima capire in quale fase di produzione gli studi cinesi entrano a far parte del progetto.

¹¹⁹ I prodotti animati di maggior successo sono *King Fire Junior* (火力少年王, Huǒ lì Shàonián Wáng) dal quale sono state tratte tre stagioni di circa 40 episodi ognuna, inoltre si sono realizzati dei live-action e quattro film cinematografici. Altre animazioni famose sono *Long War-wheel-drive* (战龙四驱, Zhàn lóng sì qū) e *Robot di Frutta* (果宝特攻, Guǒ bǎo tè gōng), quest'ultima indirizzata ai bambini. Grazie all'acquisizione e la creazione di aziende affini al suo business, lo studio Audley è diventato un attore importante nella realizzazione di animazioni e giocattoli per il mercato cinese.

¹²⁰ Dati del marzo 2011 Blue Book 2012.

Prendiamo per esempio uno studio giapponese di cartoni animati. La produzione dell'animazione moderna comprende generalmente tre fasi importanti: la creazione del disegno originale, la programmazione computerizzata dell'animazione (animazione dei disegni) e la post-produzione (Chuangyu 2011).

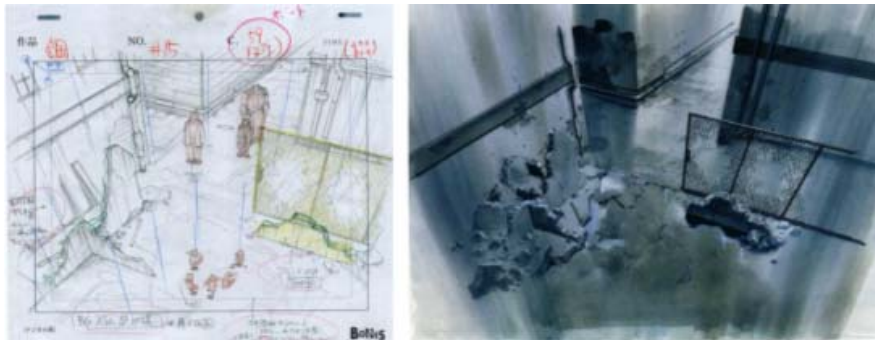
Fig. 21 - Esempio degli ambienti della serie di animazione giapponese Full Metal Alchemist



Fonte: DVD originale.

La creazione del disegno originale prevede per primo la realizzazione della sceneggiatura, poi la creazione dei personaggi, degli sfondi e di tutto ciò che serve per dare una struttura di base all'animazione. Il disegno originale si concentra soprattutto sul personaggio del quale si decide il profilo, la dimensione, la colorazione, i lineamenti e le espressioni peculiari e poi vengono anche aggiunte le diverse posizioni e posture principali del personaggio in questione. Come si può ben capire, si tenta di definire meticolosamente gli elementi più importanti del personaggio in modo da avere a disposizione tutte le caratteristiche principali utili per poterlo poi animare. Gli ambienti (Fig. 21) e l'orientamento spaziale sono una parte molto importante del lavoro dell'animatore (colui che disegna) che dovrà decidere (insieme allo staff) i movimenti di base della sequenza dell'animazione, stabilire e identificare i movimenti iniziali e finali insieme ad un numero variabile di posizioni intermedie (Fig. 22).

Fig. 22 - Esempio dell'orientamento spaziale in Full Metal Alchemist



Fonte: DVD originale

Poi tutto il lavoro viene messo su delle tavole di disegno dove si delinea lo storyboard (Figura 22) con i momenti più rilevati in dettaglio. E' un lavoro di precisione che, insieme all'elaborazione animata delle scene più complesse e ad alcune sequenze particolari, viene realizzato in Giappone.

In seguito le tavole da disegno (che possono aggirarsi intorno ai 2000 fino a 4000 disegni/pagine per la realizzazione di un episodio di 20 minuti), lo storyboard e gli altri documenti utili vengono spediti agli studi cinesi (via posta aerea), i quali devono realizzare circa 15600 disegni al computer o a mano (dipende dalle esigenze dello studio giapponese) avendo come riferimento i disegni base.

Tutto il materiale viene poi rispedito in Giappone dove si realizzano le riprese, il montaggio e il doppiaggio (Qing 2006).

Dunque gli studi cinesi si occupano principalmente della fase intermedia della produzione che risulta però la più faticosa e lunga.

La scelta della Cina come base di elaborazione e produzione di massa delle *anime* giapponesi è cominciata nei primi anni Novanta quando gli studi giapponesi non riuscivano più a soddisfare la domanda di produzione di animazione del mercato, perché le quantità richieste era troppa e i prezzi per la realizzazione molto elevati.

Ma perché proprio la Cina? Secondo gli studiosi, la scelta è ricaduta sulla Cina per vari motivi: per le sue pregresse esperienze di produzione, per la vicinanza geografica e culturale, per la qualità delle realizzazioni e per il basso costo della manodopera (Wang 2011, Du 2011).

Fig. 23 - Esempio di storyboard in Full Metal Alchemist



Fonte: DVD originale

Le città e province coinvolte sono principalmente nel sud della Cina, per esempio Changsha ha più di 60 studi di cartoni animati con un potenziale di produzione di 200.000 minuti e bisogna ricordare che le prime produzioni giapponesi sono arrivate a Changsha nei primi anni Settanta (Lu 2013).

Per avere un'idea di quanto sia diffuso il fenomeno su internet, basta dare un'occhiata ai siti interessati dove si trovano moltissimi annunci di aziende cinesi, per lo più sconosciute, che si offrono di lavorare per pochi soldi per realizzare però dei prodotti di alta qualità. Riportiamo un esempio di questi annunci¹²¹:

“Qingdao Pacific Rim ha avuto successo per aver realizzato dei prodotti per molte aziende dei media nazionali (PetroChina, Sinopec...) ed è produttrice di serie TV, film d'animazione, 3D animazione, animazione per pubblicità, animazione meccanica, simulazione 3D, dimostrazioni di prodotti, effetti video, video editing, post-sintesi e personal foto.
Indirizzo: Qingdao City Chengyang Distretto, Chunyang Pacific Rim Media Studio offre i migliori servizi a basso costo, il nostro campo coinvolge principalmente cinema, televisione, internet, giochi, radio, pubblicità, istruzione, gli audiovisivi e di altri settori connessi animazione.”.

¹²¹Annuncio originale: <http://www.ganji.com/gongsi/1199844/>, ultimo accesso 12 ottobre 2013.

Alcune aziende dichiarano esplicitamente nei loro annunci che sono alla ricerca di animazione giapponese da realizzare nei propri studi¹²².

Una di queste società è la Haida Commercial Digital Technology (上海达贸数码科技有限公司, Shànghǎi dá mào shù mǎ kē jì yǒu xiàn gōng sī) di Shanghai, la quale da circa 15 anni produce ed elabora *anime* giapponesi, di cui le più importanti sono *Detective Conan*, *Transformers* e *Mobile Suit Gundam*.

Secondo la signora Zhang (张小姐), un'addetta ai lavori dello Studio Haida, l'elaborazione in Cina costa generalmente 1/4 dei costi totali di produzione di un'animazione.

Fig. 24 - Da sinistra a destra e dall'alto verso il basso, Snapshot dei titoli di coda di alcune importanti animazioni giapponesi, Monocrom factor, Inuyasha, il quarto film di Bleach e Summon the Beasts. Le case di produzione cinesi sono evidenziate in azzurro



Fonte: Screenshot dalle serie originali

Inoltre col passare degli anni sono sorte delle filiali giapponesi che lavorano solo ed esclusivamente per alcuni studi giapponesi come la Hangzhou Dragoon animation (杭州

¹²²Alcuni annunci sul sito: [http://tieba.baidu.com/f?kw=%B6%AF%BB%AD%CD%E2%B0%FC&fi=fenter&prequery=%B6%AF%BB%AD%CD%E2%B0%FC%C8%D5%B1%BE](http://tieba.baidu.com/f?kw=%B6%AF%BB%AD%CD%E2%B0%FC&fi=fenter&prequery=%B6%AF%BB%AD%CD%E2%B0%FC%C8%D5%B1%BE;); ultimo accesso 12 ottobre 2013.

龙骑动漫公司, Hángzhōu lóng qí dòngmàn gōngsī) che è stata fondata nel 1988 ed è esclusivamente di proprietà giapponese, e dove vi lavorano 130 professionisti. Le loro anime più famose sono *One Piece* (ONE PIECE - ワンピース, Wan Pīsu) e *Pokemon* (ポケモン, Pokemon).

Al fine di avere un quadro completo delle aziende che producono in outsourcing in Cina, nel capitolo *Appendice* vi è un paragrafo dal titolo *Altri studi in Outsourcing* dove è presente un elenco dei principali studi.

Negli ultimi dieci anni in Cina sono sorti numerosi studi e aziende dedicate principalmente alla produzione di animazione su commessa estera, infatti molte società straniere sono attratte dai prezzi esigui offerti dai cinesi per quanto riguarda l'animazione. Molte aziende europee si servono degli studi cinesi per la produzione di animazioni, ad esempio l'italiana Lastrego & Testa utilizza spesso gli studi cinesi per la realizzazione di prodotti destinati alla RAI¹²³.

Ad attirare i produttori stranieri a realizzare le proprie animazioni negli studi cinesi non è soltanto la manodopera a basso costo, ma anche gli standard qualitativi delle produzioni che, come già detto, sono molto alti (Qing 2006).

Il fenomeno dell'outsourcing rappresenta un fattore molto importante per l'industria dell'animazione cinese per i seguenti motivi:

- forma professionisti in grado di realizzare disegni e animazioni di alta qualità;
- offre la possibilità ai giovani professionisti di lavorare nel campo dell'animazione con salari migliori e a tempo indeterminato.

Mentre gli aspetti negativi sono:

- l'impossibilità dei professionisti di sviluppare propri prodotti;
- la quantità elevata delle ore di lavoro;
- la maggior parte delle volte l'animazione realizzata viene distribuita in Cina generando introiti per il Paese produttore.

¹²³ Un esempio di tali prodotti potrebbe essere *Amita della Giungla* serie animata italiana (26 episodi di 7 minuti) finanziato da Rai Fiction e Lastrego & Testa, ma realizzati in Cina (in particolare a Nanchino nello studio Blue Dolphin, 南京蓝海豚美术动画制作有限公司) e distribuito da RAI, che ha anche acquistato i diritti per trasmettere la nostra in Francia, Spagna, Svizzera e Belgio.

4.11 Paperless

Con lo sviluppo tecnologico l'animazione tradizionale, quella prodotta su carta, si è trasformata in digitale perché utilizza i computer per compiere la maggior parte del lavoro che prima veniva realizzato su carta.

Da quando la carta è scomparsa in alcune fasi della produzione, anche coloro che non possiedono particolari abilità nel disegnare possono realizzare delle animazioni o entrare nei processi creativi dell'animazione.

La parola paperless non va comunque intesa come l'assenza del disegno, ma piuttosto come l'utilizzo di altri supporti digitali per disegnare, permettendo agli artisti di abbinare la vecchia tecnica di animazione alle nuove tecnologie di disegno su monitor speciali dove si può disegnare direttamente sullo schermo grazie alla *Pen Display* (Lin 2011). È una sorta di simulazione del disegno che porta alla conseguente perdita della parte estetica ed artistica del pennello o dei colori tradizionali.

In Cina la maggior parte degli studi di animazione sono nati negli ultimi venti anni e dunque è naturale che utilizzano i computer per la realizzazione dei loro prodotti. Di conseguenza esistono solo poche strutture che utilizzano ancora la carta come base del disegno dell'animazione (Li 2011).

Le principali caratteristiche delle nuove tecniche digitali di disegno sono:

- l'animazione viene già realizzata in sincrono sul computer che permette di modificare scene e disegni infinite volte e quindi si può correggere l'errore in tempo reale. Invece in passato, nel caso in cui si commettevano degli errori, vi erano solo due possibili soluzioni, o si doveva correggere con grande precisione l'errore sul disegno originale, o bisognava rispedire il materiale al reparto di competenza che era costretto a ridisegnare le intere scene del film, ricolorarlo e ridigitalizzarlo, ma tutto questo processo richiedeva ovviamente moltissimo tempo;
- le infinite possibilità fornite dagli strumenti dell'editing digitale che permettono di scegliere una vasta gamma di colori, stili di animazione e strumenti di disegno. Inoltre gli animatori hanno a disposizione dei database comuni con moltissimi effetti speciali in condivisione simultanea con altri utenti;

- il sincrono con il labiale che, nella tecnica tradizionale era impreciso, diventa semplice con l'animazione digitale in quanto si può modificare il labiale in qualsiasi momento;
- il poter lavorare in luoghi diversi e lontani dalle case di produzione. Se il sistema tradizionale che utilizzava la carta come supporto non permetteva agli artisti di lavorare in luoghi diversi del mondo perché inevitabilmente tutto il lavoro su carta doveva essere trasferito nei diversi studi di produzione, con costi elevati di trasporto e con perdite di tempo significativi per completare l'opera, grazie alle nuove tecnologie oggi molti animatori possono lavorare sullo stesso progetto in diverse parti del mondo, senza perdere nessuna qualità e soprattutto si lavora collegati online con software di animazione dove i dati del lavoro vengono comunicati agli altri professionisti in tempo reale. Il trasferimento dei dati e dei video avviene in modo veloce e questo giova a tutta la catena produttiva. L'animazione digitale di alta qualità ha portato di fatto al raddoppio dei minuti di produzione e dalla media di 100 secondi di animazione mensile si è passati a circa 200 secondi (O'Hailey 2010).
- un risparmio sui costi. Invece l'animazione tradizionale richiedeva molto materiale come grandi quantità di pennelli, penne speciali, inchiostro e soprattutto moltissima carta.

Senza la carta e con l'animazione digitale si è entrati in un mondo molto diverso rispetto all'animazione tradizionale, le nuove tecniche di animazione hanno la possibilità di creare dimensioni virtuali impossibili e impensabili da realizzare su carta.

La tecnica del 3D ha cambiato anche il linguaggio dell'animazione stessa che utilizza ormai degli effetti speciali per far muovere e animare oggetti reali riuscendo a creare delle immagini, dei personaggi e dei mondi sempre più vicini alla realtà, dando più spazio alla creatività.

4.12 La Cina e il mercato del videogioco

Uno dei settori creativi più simile e vicino a quello dell'animazione è indubbiamente rappresentato dai videogiochi.

Ormai da anni esiste una base di condivisione tra l'animazione e il settore dei videogiochi tanto che, molte volte, gli studi di programmazione e distribuzione sono ubicati nella stessa sede. Per realizzare un gioco servono degli esperti di animazione perché la struttura base del game ha bisogno di una configurazione narrativa adatta al tipo di gioco, alla realizzazione dei personaggi e del contesto nel quale si svolgerà la storia.

Nel seguente paragrafo si analizzano le diverse dinamiche presenti nel mondo dei videogiochi cinesi, i quali hanno già dimostrato di essere all'avanguardia nel settore dei giochi-online, soprattutto alla luce di ciò che è successo a gennaio 2014, quando il governo cinese ha deciso di riaprire il mercato delle console estere, dopo 14 anni di bando totale.

L'industria del gioco oggi è considerato uno dei settori di maggior successo in tutto il mondo, sia dal punto di vista creativo che economico (Ray 2004, Parish del 2009, Wilson 2012, Rogers 2012)¹²⁴.

Secondo i dati rilasciati della DFC¹²⁵, si stima che il mercato globale dei videogiochi crescerà dai 66 miliardi dollari (48 milioni di euro) del 2010 ai 81 miliardi dollari (60 miliardi di euro) nel 2016 e la Cina diventerà uno degli attori più importanti in questo mercato.

A partire dal 2000 sono state bandite le console classiche (Nintendo, Playstation e Xbox) nel mercato cinese perché considerate diseducative da parte del governo, quindi il mercato si è concentrato soprattutto sui giochi online ed è stimato intorno ai 9,1 miliardi di dollari (6,7 miliardi di euro), secondo il rapporto realizzato dalla TechWeb¹²⁶.

¹²⁴ Ray S. G. (2004), *Gender Inclusive Game Design: Expanding the Market*, Cengage Learning.

Rogers S. (2012), *Swipe This!: The Guide to Great Touchscreen Game Design*, John Wiley & Sons.

Wilson T., Zackariasson P. (2012), *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future*, Routledge.

Parish J. R., Taylor T. A. (2009), *Career Opportunities in the Internet*, Video Games and Multimedia Infobase Publishing.

¹²⁵ John Gaudiosi, New Reports Forecast Global Video Game Industry Will Reach \$82 Billion By 2017, <http://www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2012/07/18/new-reports-forecasts-global-video-game-industry-will-reach-82-billion-by-2017/>.

¹²⁶ <http://www.techweb.com.cn/data/2013-01-08/1268467.shtml>.

Dal punto di vista creativo questo settore è interessante perché, come già detto, riesce a interagire con altri settori come il cinema, la letteratura, la musica, ecc (Newman 2012)¹²⁷ introducendo allo stesso tempo nuovi linguaggi espressivi e nuove forme estetiche (Aldrich 2007, Bittanti 2008)¹²⁸.

Storicamente gli attori più importanti del mercato internazionale di questo settore sono il Giappone e l'America, ma negli ultimi anni i produttori cinesi sono stati in grado di acquisire nuove competenze tecnologiche e sono già diventati dei competitor a livello internazionale (Jin 2008)¹²⁹.

Per quanto riguarda lo scenario dei social game e dei giochi online, la Cina negli ultimi anni ha conquistato il primo posto sia come produttore di giochi online sia come ricavi. Secondo i dati della ricerca realizzata da Pearl Research, l'online game market in Cina supererà i 7 miliardi di euro entro il 2014.

Una delle grandi aziende del settore è la Tencent¹³⁰ che, secondo un rapporto di Analysis International, detiene ora un 33,7% del mercato con 11,26 miliardi di yuan (1,50 miliardi euro) di ricavi, con un aumento del 9,5% rispetto all'ultimo trimestre del 2011.

Altre aziende importanti operanti nel settore game online sono la Netease con 700 milioni di euro, Shanda Games con 610 milioni di euro, la *Perfect World* con 320 milioni e Changyou con 300 milioni di euro¹³¹.

¹²⁷ Newman R. (2012), *Cinematic Game Secrets for Creative Directors and Producers: Inspired Techniques From Industry Legends*, CRC Press.

¹²⁸ Aldrich C., Gibson D., Prensky M. (2007), *Games and Simulations in Online Learning: Research and Development Frameworks*, Idea Group Inc (IGI).

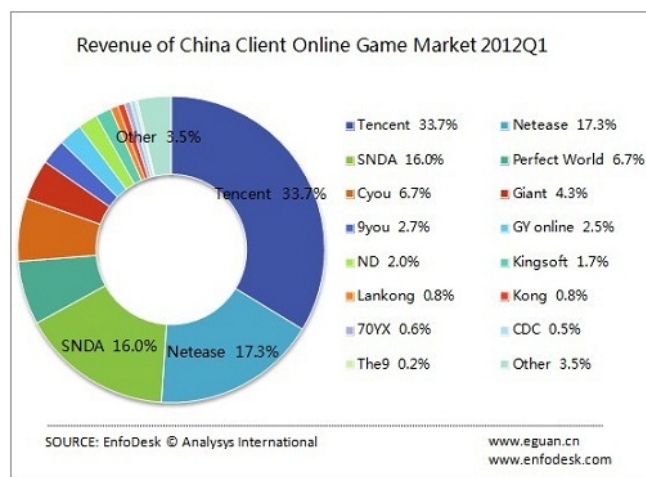
Bittanti M. (2008), *Schermi interattivi. Il cinema nei videogiochi*, Meltemi Editore srl, pag 7-8.

¹²⁹ Jin D., Chee F. (2008), *Age of New Media Empire: A Critical Interpretation of the Korean Online Game Industry*, *Games and Culture, A Journal of Interactive Media*, 38-58.

¹³⁰ Associata con GREE Japan.

¹³¹ Fonte Pearl Research 2010.

Graf. 6 - Quote di mercato delle aziende cinesi che operano nel mercato del videogiochi online



Fonte: Enfodesk

Il settore dei videogiochi oltre ad aver riscosso uno sviluppo nella produzione ha anche ottenuto degli ottimi ricavi dal mercato, merito di internet e soprattutto dell'ormai vecchio decreto che aboliva le console.

Con grande sorpresa, l'8 gennaio 2014 il governo cinese ha annunciato la riapertura del mercato alle console straniere, annullando quel blocco entrato in vigore dal 2000. Lo "sblocco" pone ora un grosso interrogativo su come si svilupperà questo tipo di mercato e già alcuni studi hanno valutato che i ricavi dei giochi per console dovrebbero aggirarsi tra i 10 e 14 milioni di euro all'anno.

Dal 2015 molto probabilmente si aprirà una lotta tra i colossi delle console per entrare in questo mercato, e secondo alcuni esperti nel settore le case giapponesi presentano già un'ottima base dalla quale cominciare dato che le piattaforme di Sony e Nintendo sono prodotte in Cina (Lee, Lin 2014).

5 CAPITOLO - Creatività e cultura dello *Shanzhai*

5.1 Struttura del Capitolo

La prima parte del capitolo affronta i diversi canoni utilizzati nell'animazione mondiale, soffermandosi soprattutto sulle due scuole di animazione più importanti, Stati Uniti e Giappone. Segue poi un'un'analisi dei vari problemi che rallentano lo sviluppo dell'animazione cinese. Nella seconda parte del capitolo si analizza il settore dal punto di vista creativo. Inoltre si farà riferimento ai cosiddetti prodotti copia chiamati *Shanzhai*, che hanno la caratteristica di riprodurre stile e contenuti di prodotti giapponesi.

Le fonti principali di questo capitolo sono state interviste qualitative con attori di primo piano del settore dell'animazione (registi, produttori, animatori ecc.) e con esperti cinesi e studiosi del settore (Qing 2006, Niu 2011).

5.2 Lo stile creativo

L'animazione ha un linguaggio complesso che in sé raggruppa molti generi e molte tecniche che prendono spunto dai canoni stilistici della pittura, dei film, del teatro e persino dei videogiochi. I canoni del disegno animato hanno all'interno diverse culture che si sono adattate ad ogni tipo di schermo seguendo diversi punti di vista e canoni stilistici. Negli anni questi canoni si sono adattati a regole e/o convenzioni diverse che hanno modificato le loro connotazioni originarie tanto da non poter essere chiaramente identificati dal pubblico.

Attraverso un'analisi comparativa, questa parte della ricerca analizza i canoni dell'animazione occidentale, dettati principalmente dalle produzioni americane, e quelli orientali che hanno come riferimento i cartoni animati giapponesi (Bitatti 2011).

Per quanto riguarda i modelli e gli stili di animazione americana, verranno prese in considerazione gli studi più importanti come Disney, DreamWorks, Blue Sky e Illumination Entertainment.

Invece per l'analisi dei modelli e degli stili di animazione giapponese si prenderanno in esame gli studi di animazione più importanti come Tetsuka Production, Ghibli Studio, Sunrise e il più innovativo Gainax.

5.2.1 Disney Classic

A livello internazionale quando si parla di animazione, istintivamente si pensa subito a Disney, il più famoso autore di animazione di tutti i tempi e unico studio a non avere mai subito delle crisi finanziarie dal giorno della sua fondazione nel 1923.

Alcune delle componenti che caratterizzano lo studio di produzione Disney sono:

- dal punto di vista stilistico/narrativo, ha sviluppato un linguaggio filmico vicino a quello dei musical con storie popolari e miti, con una struttura narrativa nella quale, in linea di massima, i personaggi “buoni” vengono messi in difficoltà dai cattivi, ma alla fine il bene vince sempre. Comunque negli ultimi anni le storie dei film della Disney sono cambiate¹³² e i nuovi contenuti delle animazioni sono legati alla vita contemporanea (Ceruso 2013).
- Dal punto di vista estetico, i film di animazione della Disney Classic¹³³ prediligono il naturalismo che però, dal punto di vista tecnico, si trasforma in dolci arrotondamenti e ombreggiature dei personaggi e degli oggetti, nell'illusione della tridimensionalità e nella tecnica della full animation¹³⁴.
- Dal punto di vista tecnico, pur applicando le tecniche digitali per produrre cartoni animati nella modalità full animation, la Disney riesce a mantenere inalterato l'aspetto estetico dei suoi prodotti (Benecchi 2005). Mentre invece per quanto riguarda le animazioni in 3D, la Disney cerca di sfruttare di più la possibilità di offrire immagini più spettacolari e di usare un ritmo di montaggio dinamico e ricco di colpi di scena.
- Il target. Una particolarità dei prodotti Disney è quella di essere destinata alla visione di un pubblico ampio in grado di comprendere i bambini insieme al resto della famiglia.

¹³² Soprattutto da quando la Pixar è stata inglobata dalla Disney Company.

¹³³ Con Disney Classic si fa riferimento a una serie di animazione realizzate dallo studio Disney nelle quali i contenuti sono ispirati ad opere letterarie, racconti o fiabe noti.

¹³⁴ Composta da 24 disegni (fotogrammi) al secondo. Anche se in realtà erano 12, ognuno dei quali veniva fotografato 2 volte.

- Dal punto di vista della forza di produzione, essa si fonda sulla filiera creativa della Disney organizzata in dipartimenti specializzati che sviluppano la storia in ogni suo dettaglio, partendo dall'idea originale fino alla creazione dello storyboard e della sceneggiatura.
- La forza creativa della Disney consiste nella selezione accurata dei propri collaboratori artistici e nel costante studio del pubblico per carpirne e individuarne le tendenze. Grazie a tutte queste caratteristiche la Disney è riuscita a diventare uno dei più importanti brand al mondo nel campo dell'animazione e nel 2012 ha raggiunto un fatturato complessivo di ben 32 miliardi di euro¹³⁵.

5.2.2 Le nuove scuole americane di animazione - Dreamworks animation , Blue Sky e Illumination Entertainment.

Le nuove scuole di animazione statunitensi hanno un elemento in comune: l'uso delle tecniche di animazione più avanzate e moderne come la CGI (Computer-generated imagery) per realizzare animazioni computerizzate in 3D.

DreamWorks animation è uno studio di animazione fondato nel 1997 e, dopo la Disney, è l'unico che ha avuto il maggior successo nel mondo per quanto riguarda i film di animazione. La caratteristica che accomuna la maggior parte dei suoi film è l'uso del CGI come tecnica di animazione per cui, a livello estetico, le sue produzioni non presentano uno stile unico, ma riflettono le diverse idee creative dei professionisti dello studio.

All'inizio le animazioni prendevano spunto dai film Disney e utilizzavano una tecnica di animazione con canoni e strutture narrative classiche dello studio americano, come ad esempio *Il principe di Egitto* (1998), *Giuseppe il re dei sogni* (2000) e *Sinbad* (2003). In seguito si è avvertita l'esigenza di creare una propria idea di animazione che non fosse solo adatta ad un pubblico giovane, ma anche a quello più maturo introducendo tematiche più complesse (Biagi 2013). Un esempio significativo di questo cambiamento

¹³⁵ Walt Disney annual report: http://a.media.global.go.com/investorrelations/annual_reports/WDC-10kwrap-2011.pdf, ultimo accesso 9 ottobre 2013.

è *Shrek* del 2001 con una storia del tutto innovativa¹³⁶ e con uno stile narrativo totalmente nuovo, ricco di parodie e giochi di parole. Per il personaggio principale di Shrek, dal punto di vista estetico, si è preso spunto, dal wrestler francese Maurice Tillet (1903-1954), comunque nella narrazione compaiono anche personaggi classici della Disney (*Biancaneve* e *Peter Pan*).

Fig. 25 - Il confronto tra Maurice Tillet e Shrek



Fonte: www.digititles.com

Un altro aspetto innovativo è l'uso delle musiche non originali provenienti da ambienti famosi di stile punk, rock e pop per essere sempre più vicini ai gusti di un pubblico più maturo.

Con *Simbad* nel 2003, la *DreamWorks* abbandona definitivamente l'animazione ispirata ai modelli classici Disney e si dedica solo ad usare le tecniche computerizzate e il 3D¹³⁷. Come la Disney, la *DreamWorks Animation* è una società con una lunga esperienza ed è anch' essa organizzata in dipartimenti.

Tab. 12- Top Ten incassi mondiali delle animazioni in dollari nei box office

	Film	Anno	Studio	Incasso
1	<i>Toy Story 3</i>	2010	Disney-Pixar	1.063.161.943 \$
2	<i>Alla ricerca di Nemo</i>	2003	Disney-Pixar	921.743.261 \$
3	<i>Shrek 2</i>	2004	DreamWorks	919.838.758 \$
4	<i>Cattivissimo me 2</i>	2013	Illumination Entertainment	906.248.630 \$
5	<i>L'era glaciale 3</i>	2009	Blue Sky Studios	886.686.817 \$

¹³⁶ Anche se tratta da una fiaba classica tedesca.

¹³⁷ Anche se la prima animazione in 3D è *Toy Story* della Disney-Pixar che ha influenzato tecnicamente tutte le animazioni realizzate successivamente, la *DreamWorks* con *Shrek* ha dettato un nuovo standard tecnico seguito poi dai più grandi studi mondiali. La Cina è il Paese che ha maggiormente subito l'influenza soprattutto dal punto di vista puramente tecnico, trascurando purtroppo quello artistico e narrativo.

6	<i>L'era glaciale 4</i>	2012	Blue Sky Studios	877.244.782 \$
7	<i>Shrek Terzo</i>	2007	DreamWorks	798.958.162 \$
8	<i>Shrek e vissero felici e contenti</i>	2010	DreamWorks	749.952.787 \$
9	<i>Monsters University</i>	2013	Disney-Pixar	742.855.463 \$
10	<i>Madagascar 3</i>	2012	DreamWorks	742.110.251 \$

Fonte: Mojo¹³⁸

Blue Sky (Gruppo 20th Century Fox) è uno studio di animazione fondato nel 1987, ma il suo primo film di animazione *L'era glaciale* vide la luce solo nel 2002.

Dal punto di vista tecnico, questo studio usa solo la tecnica di animazione in 3D e invece dal punto di vista creativo come, per la DreamWorks, lo stile narrativo risulta divertente, basato su gag dei personaggi e spettacolari immagini di animazione. Ha realizzato solo sette film investendo un capitale di 531 milioni di euro per la produzione, riuscendo a ricavare, solo dal box office, 3.2 miliardi di euro (Sardella 2011). I quattro episodi de *L'era glaciale* hanno guadagnato da soli 2.2 miliardi di euro.

Lo Illumination Entertainment (*Gruppo Universal*) è il più giovane degli studi di produzione di successo, fondato da Chris Meledandri nel 2007. Meledandri è stato prima direttore esecutivo della Walt Disney Pictures, poi presidente della 20th Century Fox e ha contribuito poi alla nascita della Blue Sky studio dove è stato supervisore e produttore esecutivo dei film più famosi come *L'era glaciale*, *I Simpson - Il film*, *Alvin Superstar*, *L'era glaciale 2 - Il disgelo*, *Robots ed altri ancora*. L'esperienza lavorativa di Meledandri è ben visibile nelle animazioni realizzate dallo studio Illumination Entertainment che ha realizzato solo quattro film, ma tutti di grande successo. Dal punto di vista tecnico utilizza l'animazione in 3D uniformandosi agli altri studi, dal punto di vista creativo le tematiche dei film hanno prevalentemente le stesse caratteristiche della DreamWorks e Blue-Sky.

Il primo film della Illumination Entertainment è *Cattivissimo Me*, uscito nelle sale nel 2010.

Tab. 13 - I film della Illumination studio, ricavi in dollari

Titolo	Data di uscita	Budget in milioni di dollari	Ricavi
--------	----------------	------------------------------	--------

¹³⁸ Box office Mojo: <http://boxofficemojo.com/alltime/>, ultima visita il 13 novembre 2013.

1	<i>Cattivissimo Me</i>	9 Luglio 2010	69	\$ 543.113.985
2	<i>Hop</i>	1 Aprile 2011	63	\$ 183.953.723
3	<i>Lorax - Il guardiano della foresta</i>	2 Marzo 2012	70	\$ 348.840.316
4	<i>Cattivissimo Me 2</i>	3 lug 2013	76	\$ 906.239.000

Fonte: Mojo¹³⁹

Negli ultimi anni i canoni stilistici dei quattro studi di animazione si sono uniformati sia sotto il profilo tecnico, anche se la Disney continua a realizzare dei classici anche in 2D, che dal punto di vista creativo per quanto riguarda gli argomenti e le tecniche di disegno.

5.2.3 La nascita delle anime giapponesi

Le tecniche di animazione giapponesi partono agli inizi del '900 quando alcuni artisti, prendendo in prestito le tecniche dell'animazione occidentale, riescono a girare i primi cartoni animati di origine nipponica. Ovviamente anche i giapponesi vengono influenzati dalle tecniche utilizzate dalla Disney e dai modelli narrativi americani.

Dal punto di vista tecnico, le pratiche adoperate nel disegno riprendono lo stile del periodo Edo (1603-1868), periodo di nascita dei *manga* (漫画 *manga*), letteralmente immagini libere o immagini stravaganti, in italiano fumetti.

Fig. 25 - A sinistra un manga del 1814 di Katsushika Hokusai (葛飾北斎), a destra uno del 1902 di Rakuten Kitazawa (北澤 楽天, Běizé lètiān)



Fonte: Ja.wikipedia.org

¹³⁹ Box office Mojo: <http://boxofficemojo.com/alltime/>, ultima visita il 13 novembre 2013.

In Giappone l'animazione veniva identificata con quattro ideogrammi simili a quelli cinesi¹⁴⁰ *dooga eiga* (動画映画) che significano film animato o *manga eiga* (漫画映画). Invece oggi questi ideogrammi vengono utilizzati per identificare i film di animazione provenienti dall'estero. L'animazione prodotta in Giappone viene identificata col termine *anime* (アニメ), che risulta essere l'abbreviazione della parola inglese animation (Benecchi 2008).

L'attuale stile e i moderni canoni di narrazione dell'animazione giapponese sono opera dell'artista Osamu Tezuka che, mescolando i vari stili, è riuscito a realizzarne uno proprio influenzando tutta la cultura dell'animazione mondiale. A lui si deve lo stile artistico degli "occhi grandi" nelle sue produzioni. Le caratteristiche estetiche particolari dei suoi personaggi sono da ricercarsi nelle animazioni americane come *Betty Boop* e *Bambi* (Patten 2004). Tezuka è stato molto influenzato anche dall'animazione cinese dei fratelli Wan, come abbiamo già visto in precedenza. In un'intervista egli affermò che, dopo aver visto il film *La principessa con il ventaglio di ferro*, decise di abbandonare gli studi presso la Facoltà di medicina per dedicarsi alla realizzazione di fumetti (Tze-Yue G. Hu 2010).

La nascita di questo particolare tipo di animazione risale al giorno della trasmissione del primo episodio della serie TV *Astro Boy* (鉄腕アトム, Tetsuwan Atomu) ossia al 1° gennaio 1963, trasmesso su Fuji TV. A causa dei costi di produzione, lo studio Tezuka/Mushi decise di sviluppare un proprio linguaggio cinematografico che verrà analizzato nel paragrafo successivo in maniera più esaustiva.

Si può dire anche che questa frase di Osamu Tezuka riassume le caratteristiche principali dello stile giapponese di animazione:

“sono convinto che i fumetti non debbano solo far ridere. Per questo nelle mie storie trovate lacrime, rabbia, odio, dolore e finali non sempre lieti.” (McCarthy 2010)¹⁴¹

Dunque le *anime* giapponesi cercano di parlare a tutti i target usando diversi linguaggi.

¹⁴⁰ In cinese Dònghuà 动画.

¹⁴¹ McCarthy H. (2010), Osamu Tezuka: il dio del *manga*, traduzione di Fabio Deotto, Milano, Edizioni BD.

In Giappone esistono moltissimi generi di *anime*, studiati per diversi tipi di audience, e ci sono anche generi unici a se stessi (Pellitteri, 2002).

Di seguito sono illustrati i diversi generi (e sottogeneri) dei fumetti e animazione giapponese:

Kodomo Aniparo – parodie di altri *anime*, spesso in stile *super-deformed*;
Fantasī – storie fantastiche e *fantasy*;

Shōjo – Josei Mahō shōjo – storie con protagoniste dotate di poteri magici;
Shōjo-ai – storie d'amore tra ragazze;
Shōnen-ai – storie d'amore tra ragazzi;
Ren'ai – storie d'amore;
Romakome – commedie romantiche;

Shōnen – Seinen SF – storie di fantascienza;
Mecha – storie di fantascienza incentrate sui robot;
Spokon – storie sportive;
Meitantei – storie poliziesche;
Fantasī – storie fantastiche e *fantasy*;

Seinen – Josei Gekiga – storie drammatiche;
Gore, Kyōfu o Horā – storie violente, del terrore o dell'orrore;
Suriraa – storie di *suspense* e azione (gialli);
Hentai – storie a carattere pornografico;
Ecchi – storie a carattere erotico;
Yaoi – erotismo/pornografia omosessuale maschile;
Yuri – erotismo/pornografia omosessuale femminile;
Lolicon – erotismo/pornografia adolescenziale femminile;
Shotacon – erotismo/pornografia adolescenziale maschile.

Le *anime* arrivarono ad ottenere un riconoscimento internazionale quando la serie *Astro Boy* (1963-1966) debuttò sulla televisione statunitense.

5.2.4 La tecnica dell'animazione giapponese

L'animazione giapponese risulta di ottima qualità narrativa e tecnica nonostante i suoi bassi costi di produzione. Inoltre è riuscita a creare un linguaggio nuovo e degli espedienti tecnici innovativi che vengono analizzati in questa parte del lavoro.

Per molti anni le serie animate giapponesi hanno utilizzato una tecnica chiamata animazione limitata in quanto costituita da soli cinque fotogrammi al secondo. La mancanza di fluidità veniva controbilanciata dall'uso di inquadrature cinematografiche, dall'illusione della tridimensionalità e dalla tecnica di multi-piano e di prospettive

insolite. Inoltre, per risparmiare sul disegno, le *anime* si concentravano sull'importanza dell'espressione degli occhi del personaggio, considerati lo specchio delle sue emozioni e delle sue percezioni (Schodt 2003). A questo proposito le *anime* giapponesi hanno saputo creare dei veri e propri codici di espressione utilizzando solo gli occhi come strumento di comunicazione, ad esempio le stelle negli occhi esprimono la gioia, gli occhi spalancati hanno l'intento di comunicare la sofferenza e così via. Non va trascurato il corpo e la gestualità, ad esempio se il personaggio si colora di rosso significa che è arrabbiato, una goccia di sudore è sinonimo di imbarazzo, ecc. Un'altra tecnica, sempre utile a risparmiare sull'uso dei disegni e realizzare dei linguaggi originali, si basa sull'enfatizzazione del movimento del personaggio attraverso le tecniche di ripresa e i movimenti di camera.

Da questi pochi esempi si può capire quanto lo stile e la creatività giapponesi siano molto distanti dal concetto di animazione classica Disney. Di fatto le *anime* valorizzano le emozioni dei personaggi e cercano di coinvolgere attivamente l'immaginazione degli spettatori (Benecchi 2005). La maggior parte delle *anime* giapponesi ha come riferimento i fumetti giapponesi (*manga*) dai quali vengono tratte le sceneggiature e l'attenta pianificazione delle *anime* stesse (計画段階, keikaku dankai).

Oltre ad incarnare un valore culturale ormai radicato nella società, la creatività giapponese è riuscita anche a diventare il terzo pilastro del Pil giapponese con il 12%, superando di fatto l'industria pesante dell'acciaio e delle automobili (Tan 2006).

5.2.5 Canoni animati cinesi

In questo contesto di profonda concorrenza, la Cina cercava di creare uno stile nuovo e ibrido combinando due elementi: la cultura tradizionale del disegno connessa alla lunga storia dell'animazione di questo Paese con i canoni stilistici americani e giapponesi.

L'analisi di alcune animazioni cinesi servirà a capire meglio come sono nati i canoni dell'animazione cinese.

Abbiamo già parlato di *La principessa con il ventaglio di ferro*, il primo film di animazione cinese creato dai fratelli Wan nel 1941, ricco di canoni tipici estetici culturali cinesi. Come già detto, il film trae ispirazione dal romanzo classico cinese *Viaggio in*

Occidente (xi Youji), i cui personaggi hanno notevolmente influenzato le produzioni della Cina e dell'intera Asia. Il personaggio del re scimmia (Sun Wukong), uno dei tre compagni del monaco Sanzang, ha dato l'ispirazione al famoso personaggio giapponese *Goku* della serie *Dragon Ball*,

Come già detto, il film trae ispirazione dal romanzo classico cinese *Viaggio in Occidente (xi Youji)*, i cui personaggi hanno notevolmente influenzato le produzioni della Cina e dell'intera Asia. Il personaggio del re scimmia (Sun Wukong), uno dei tre compagni del monaco Sanzang, ha dato l'ispirazione al famoso personaggio giapponese *Goku* della serie *Dragon Ball*, invece il maiale Zhu Bajie ha ispirato i personaggi di molte *anime* giapponesi e cinesi, come il personaggio principale della serie TV in 3D dal titolo *Pig-xia*, trasmesso dalla CCTV dal 2007 (Tan 2006).

Dal punto di vista estetico e narrativo le animazioni tradizionali cinesi prendevano principalmente spunto dalle leggende e miti della tradizione culturale cinese, ma questa scelta non era del tutto libera, perché i prodotti destinati al pubblico nazionale dovevano rispettare alcuni criteri, tra i quali la diffusione della cultura, della tradizione della Cina e del partito. Ma col passare degli anni, gli studi di animazione iniziarono ad allontanarsi dai canoni tradizionali preferendo quelli dell'animazione prodotta all'estero, sia dal punto di vista narrativo che della creazione dei personaggi, e molte produzioni adottarono anche la tecnica in 3D. Oggi molti prodotti di animazione, destinati alle sale cinematografiche, sono realizzati con la tecnica 3D e utilizzano i canoni tipici delle animazioni americane (DreamWorks e Disney) adattandoli a volte al contesto cinese. Invece per le animazioni destinate alla trasmissione in TV o via web, si privilegiano soprattutto i canoni giapponesi (Zhao 2011).

5.2.6 Tecniche per un'animazione globale

La serie animata sino-giapponese *Il Romanzo dei Tre Regni* può essere considerato un ottimo esempio di ibridismo dei canoni.

Il Romanzo dei Tre Regni risulta essere la prima coproduzione tra Cina e Giappone nel campo della serie TV di animazione che ha ottenuto l'approvazione della SARFT nel 2007. I costi di produzione raggiunsero quasi 50 milioni di yuan (64 milioni di euro),

equamente distribuiti tra i partner cinesi e giapponesi. Gli studi cinesi coinvolti, Pechino Glorious Animation e CCTV14, rappresentavano anche i garanti per la produzione e la distribuzione della serie di animazione in Cina. I partner giapponesi erano Takara Tomy e Future Planet¹⁴². L'animazione è composta da 52 episodi per la durata complessiva di 1300 minuti, in alta definizione e ha richiesto due anni di produzione. In Cina la serie è andata in onda la prima volta a settembre 2009 su CCTV14, CCTV-1, CCTV-4 e CCTV-HD (Chen 2010)¹⁴³ e successivamente su quattro canali televisivi dedicati all'animazione, su 8 canali satellitari e su un grande numero di TV locali. Nel 2010 quasi 200 emittenti locali avevano già trasmesso la serie. Inoltre è stata trasmessa in Giappone dalla NHK (la TV pubblica giapponese), dalla TV Osaka e da altre ancora. A partire dall'ottobre del 2009 è stata trasmessa in più di 40 emittenti di 20 Paesi diversi, come la Corea del Sud, Malesia e molti Paesi arabi ed europei (Liu 2011).

Questo lavoro è molto lontano a livello stilistico e narrativo dalle serie realizzate in precedenza e ispirate sempre al *Romanzo*, perché qui i personaggi sono creati in modo originale e non presentano la caratteristica stilistica giapponese degli "occhi grandi". Inoltre dal punto di vista estetico e del disegno, la serie presenta dei colori dominati come il nero, marrone e rosso che la rendono più riconoscibile e più piacevole.

Questa serie di animazione è un ottimo esempio di prodotto di animazione creato in Cina con canoni culturali cinesi e una tecnica di animazione ibrida che può avere successo non solo in patria, ma anche in un mercato concorrente, come quello giapponese. La combinazione di elementi culturali tradizionali cinesi con le più moderne tecniche e strategie di produzione, distribuzione e merchandising può rendere un prodotto di animazione come questo, adatto anche alla diffusione a livello internazionale (Chen 2010).

¹⁴² Rispettivamente il quinto produttore di giochi al mondo e la società di distribuzione di programmi TV con una lunga esperienza nei mercati internazionali.

¹⁴³ Ed è anche una delle prime volte in Cina che un prodotto di animazione ha il pubblico degli adulti come target di riferimento.

5.3 Il problema della Non-Creatività

Uno dei problemi segnalato da tutti gli autori, ricercatori e professionisti del settore dell'animazione è di sicuro la mancanza di creatività nei prodotti animati cinesi. Il mancato successo della maggior parte dei prodotti di animazione cinesi è dovuto proprio alla mancanza di nuove idee che rendono una narrazione originale e adatta per un prodotto seriale (Lu Bin 2001, Wang 2011, Tan 2006).

Se si analizzano i prodotti di animazione di successo, si può notare che la stesura della sceneggiatura e dello storyboard sono gli elementi essenziali di un prodotto di qualità.

Invece in Cina sin dal 2006 l'industria dell'animazione si è concentrata poco sulla creatività e sul valore culturale dei prodotti di animazione, specializzandosi invece sulla realizzazione di prodotti con contenuti molto semplici, persino per un pubblico molto giovane. Come già visto in precedenza, la maggior parte delle animazioni cinesi ha tentato di imitare i contenuti dei cartoon americani o giapponesi, perdendo in alcuni casi la propria identità culturale (Liu 2011).

In un'intervista rilasciatami nel 2012, la regista di animazione Jia Fou (professoressa presso la Communication University of China) affermava che la base culturale cinese, combinata alla realtà sociale in continua evoluzione, possono veramente rappresentare lo spunto creativo per la realizzazione di una buona sceneggiatura. Ma nel corso degli ultimi anni si è assistito ad una lenta perdita dei propri valori culturali (in riferimento al periodo della Rivoluzione Culturale) e dunque l'obiettivo principale sarebbe quello di far riscoprire agli studenti la cultura tradizionale, pur nel segno della discontinuità delle nuove idee (Tan 2006).

Nella stessa intervista la professoressa Jia Fou ha anche fornito un'interpretazione originale, utile per capire meglio il problema della creatività dei prodotti di animazione cinese: gli Stati Uniti non possono vantare una cultura millenaria come quella cinese, perché in realtà la cultura americana è la sintesi di una moltitudine di culture differenti; ma l'industria dell'animazione americana è riuscita a sfruttare tutte queste diversità creando dei prodotti con una base culturale condivisa e capace di parlare a un pubblico globale. Dunque i contenuti creativi americani traggono ispirazione anche da altre culture, facendole proprie (basti pensare a *Kung Fu Panda*, *Mulan*, *Pinocchio* ecc..) o

creano dei personaggi di pura fantasia, ma ricchi dei valori culturali che caratterizzano la società moderna e che riescono a parlare ad pubblico universale.

Secondo alcuni studiosi cinesi, la mancanza di creatività è dovuta anche al fatto che i prodotti locali vengono finanziati con i soldi pubblici e, per ottenere i finanziamenti, devono rispettare alcune disposizioni molto chiare, tra cui ad esempio l'obbligo di realizzare animazioni con l'intento di educare ed intrattenere. Ma ciò che può apparire come un'imposizione da parte del governo, secondo altri studiosi, non è da considerarsi un vero freno per la creatività (Lu Bin 2011, Wang 2011). Si prendano come esempio le serie animate giapponesi Doraemon, Detective Conan, Maruko-chan ed altre ancora che, pur appartenendo al genere edutainment sono considerate dal punto di vista estetico e narrativo dei prodotti di buona qualità (Zhao 2011).

Un altro fattore determinante che frena l'innovazione creativa è rappresentato dalla figura dello sceneggiatore che in Cina ha un ruolo subalterno nella realizzazione dei film. Invece è proprio lo sceneggiatore che crea quel link essenziale tra innovazione e produzione. Ritorno a citare il pensiero della regista Jia Fou (Communication University of China), la quale sostiene che uno stile debole e un contenuto superficiale fanno sì che il cartone risulti poco attraente e poco interessante dal punto di vista narrativo; molti cartoni hanno una tecnica di animazione perfetta, ma senza una sceneggiatura forte questi prodotti risultano senza un' "anima". Questo vuoto si percepisce in molte produzioni cinesi ed è il risultato, in alcuni casi, della mancanza di una cultura popolare radicata e di un contesto culturale povero di stimoli¹⁴⁴ (Qing 2006).

Per arginare il problema della creatività, negli ultimi anni il governo ha cercato di supportare la formazione dei talenti. In effetti, questa politica di supporto ha portato alla realizzazione di un'animazione diversa, sia per stile che per contenuti e di discreto successo (Tan 2006).

Anche i governi locali hanno realizzato delle politiche incentrate sulla formazione. Ad esempio il governo locale di Shenzhen ha finanziato molti corsi presso scuole e

¹⁴⁴ Intervista del 12 luglio 2012 nel dipartimento Anima della Communication University of China.

università, premiando ed aiutando gli studenti¹⁴⁵ che dimostrano di avere grande originalità ed estro creativo. Inoltre si è cercato di formare nuove figure professionali per questo settore, promuovendo dei corsi di formazione *ad hoc* che affrontano argomenti relativi alla cultura, al mercato, al personale tecnico e alle analisi dei gusti e delle preferenze degli spettatori.

5.4 Il problema dello *Shanzhai*

Per capire bene il problema della poca creatività in Cina, prima di tutto bisogna capire parte della cultura popolare cinese. In questo paragrafo vengono prese in esame le caratteristiche più rilevanti del fenomeno/problema dei prodotti copia chiamato *Shanzhai*. La Cina è il primo produttore di telefoni cellulari al mondo, ma nessuno sa che oltre il 20% dei telefoni cellulari, secondo fonti del “Financial Times”¹⁴⁶, sono dei prodotti *shanzhai* (山寨), ossia copiati.

La parola *shanzhai* ha origini antichissime e letteralmente può avere due significati: villaggio (寨) di montagna (山) o fortezza (寨) di montagna (山). Il termine veniva utilizzato per indicare delle zone isolate di montagna controllate dai signori della guerra o dai banditi e dove il governo non aveva nessuna giurisdizione e controllo. Oggi il termine viene utilizzato per indicare delle copie di oggetti e di cose a basso costo (Pang 2012)¹⁴⁷.

Fig. 26- Alcuni esempi di *shanzhai* in Cina



¹⁴⁵ Ma è pur vero che la maggior parte degli studenti non hanno la possibilità di esprimere il proprio potenziale creativo¹⁴⁵ perché, a causa di problemi finanziari, sono costretti a lavorare nelle aziende che producono cartoni su commessa estera.

¹⁴⁶ Bandit phone king has the last laugh, <http://www.webcitation.org/5tcXbg9AL>, ultimo accesso 12 gennaio 2014..

¹⁴⁷ Pang L. (2012), Intellectual Property Rights Offenses, Duke University Press, pag 222.

Fonte: http://news.xinhuanet.com/focus/2008-11/20/content_10339361.htm

Originariamente i prodotti *shanzhai* venivano prodotti in aziende a conduzione familiare e le merci erano di bassa qualità, oggi invece, grazie allo sviluppo tecnologico, i prodotti sono diventati di qualità quasi analoga agli originali, ma con un costo molto contenuto.

Un esempio del fenomeno sono le copie delle grandi catene internazionali di ristorazione come KFC che diventa KFG, Mac Donald's che si trasforma in Mcdonald's, Starbucks in Bucksstar Coffee. Ciò che sorprende è che non ci si limita a copiare il nome, ma anche le caratteristiche estetiche e grafiche delle catene originali (Strafella 2010).

Negli ultimi anni lo *shanzhai* è diventato un fenomeno culturale perché ormai coinvolge anche i prodotti alimentari, film, libri ecc.. (Keane 2013)¹⁴⁸. Questo nuovo tipo di cultura è presente soprattutto nel sud della Cina e precisamente nella provincia di Guangdong. La città più rappresentativa risulta Shenzhen¹⁴⁹, ormai definita la capitale dello *shanzhai* perché qui c'è una maggiore concentrazione di fabbriche di questo genere.

Gli *shanzhai* hanno ovviamente una maggiore domanda perché sono dei prodotti accessibili dal punto di vista economico a tutti. Questa cultura viene anche giustificata da alcuni studiosi come Lín Qíxiáng, Peng Sīzhōu e Xǔ Yángfān che, nel libro *Shanzhai: Economic Revolution: Imitation is the mother of innovation*¹⁵⁰, identificano lo *shanzhai* come un forma di rivoluzione economica e tecnologica proveniente dal basso (Lin 2009). La critica letteraria Xie Xizhong invece afferma che “lo *shanzhai* soddisfa le esigenze del pubblico”.

Resta il fatto che le imprese *shanzhai* danneggiano il mercato legale.

Originariamente i prodotti *shanzhai* si limitavano a copiare solo i beni di uso comune e di elettronica, ma successivamente hanno cominciato ad entrare anche nel mondo creativo realizzando copie di film o animazioni simili a quelle originali, in alcuni casi con storie molto diverse dalle originali (Pang 2012).

¹⁴⁸ Keane M. (2013), *Creativity and Its Discontents: China's Creative Industries and Creative Industries in China: Art, Design and Media*, John Wiley & Sons, pag 135.

¹⁴⁹ Shanzhai Factory Life: The Making of a Motoloba <http://techrice.com/2011/06/20/shanzhai-factory-life-the-making-of-a-motoloba/>, ultimo accesso 12 gennaio 2014.

¹⁵⁰ Lín Qíxiáng, Peng Sīzhōu, Xǔ Yángfān, (2009 彭思舟, 許揚帆, 林琦翔) *Shanzhai: Economic Revolution: Imitation is the mother of innovation* (山寨經濟大革命: 模仿為創新之母), Xiu Wei Publishing .

Per capire bene quanto questi prodotti siano ormai radicati nel territorio, basti pensare che nel 2008 si è tenuto lo Shanzhai Spring Festival Gala (山寨春晚) trasmesso dalla televisione *shanzhai* CCSTV, copia del famoso programma realizzato dalla CCTV dal titolo Spring Festival Gala: la copia è risultata essere molto divertente (Lin 2009).

Un esempio di *shanzhai* è la copia della famosa serie giapponese *Ultraman* (1966-2013) che in Cina prende il titolo di *Golden Hero* (金甲战士, 52 episodi, 2008): nell'originale giapponese il protagonista è un essere umano che si trasforma in una creatura gigante e combatte i mostri alieni, mentre nella copia cinese rimane di statura umana e combatte contro gli alieni della stessa dimensione. La serie cinese, di media qualità, è stata trasmessa dalla TV Shanghai per bambini e da altre televisioni locali.

Fig. 27 – A sinistra la prima versione di Ultraman e a destra la copia cinese Golden Hero.



Fonte: http://www.cnnb.com.cn/pic/0/01/05/42/1054298_074124.jpg,

<http://livedoor.blogimg.jp/saiteijin1059/imgs/5/1/51f95735.jpg>

Nel settore dell'animazione lo *shanzhai* ha trovato poca diffusione perché, come abbiamo già ricordato, il settore è sotto stretto controllo della SARFT. Ma visto che la produzione di animazione in Cina è molto elevata, è quasi impossibile verificare se le animazioni presentate sono delle copie. Ecco perché alcune aziende riescono a copiare le animazioni e passare inosservate al momento della trasmissione delle animazioni-copie su reti locali. La quasi totalità delle animazioni copiate fanno riferimento alle famose produzioni giapponesi e, come vedremo in seguito, sono gli stessi utenti cinesi a segnalarne il plagio.

Comunque risulterebbe falso affermare che la Cina copia tutte le animazioni, perché le copie sono solo una piccola parte della produzione cinese, ma è giusto anche segnalare che le animazioni copia rappresentano veramente un tratto singolare e interessante per capire bene il problema della poca creatività in Cina.

Secondo alcuni studiosi, il fatto che l'obiettivo principale del governo fosse di far diventare la Cina il primo produttore di animazione al mondo, ha messo a dura prova gli studi che, in alcuni casi, non avendo idee originali, hanno cercato di trarre ispirazione (copiando) dall'animazione giapponese (Qing 2006, Tan 2006). Inoltre alcuni prodotti copia risultano dei veri e propri cloni¹⁵¹ perché non si sono limitati a copiare solo i personaggi e le ambientazioni, ma anche la struttura narrativa, le azioni dei personaggi e persino gli spostamenti di camera.

Non si ha una chiara idea di quale sia la prima animazione *shanzhai*, ma di sicuro la più rappresentativa è *Uomo di ferro* (高铁侠, Gāotiě xiá, *Iron man*) realizzata nel 2008, composta da 52 episodi e, per certi aspetti, considerata un clone dell'originale e famosa serie giapponese *Hikarian: Great Railroad Protector* (超特急ヒカリアン, Chō Tokkyū Hikarian, 52 episodi, 1997-2000). Un utente privato ha messo insieme le sequenze copiate dall'originale, raccolte in sei minuti di video visibili liberamente su Youtube¹⁵²: in questo video tutte le sequenze sono copiate, anche dal punto di vista tecnico, come l'angolazione della camera, i movimenti e le azioni dei personaggi principali. Inoltre ad un certo punto si intravede (nella copia) anche un'immagine della cartina geografica del Giappone, come si vede nella figura riportata qui di seguito.

Fig. 28 – A sinistra la copia cinese *Uomo di ferro* e a destra l'originale giapponese *Great Railroad Protector*



¹⁵¹ 国产动画《高铁侠》被指抄袭十几年前日本动画, *Animazione domestica "Iron Man" accusato di plagio*, <http://ent.sina.com.cn/v/m/2011-07-20/11353364378.shtml>, ultimo accesso 12 gennaio 2014..

¹⁵² <https://www.youtube.com/watch?v=-WQKxfOv2rU>, ultimo accesso 12 gennaio 2014..

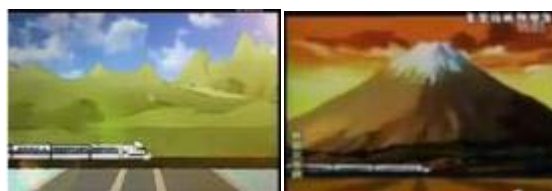


Fonte: Screenshot dai video originali

L'animazione *Uomo di Ferro* è molto interessante anche perché mette in luce la scarsa conoscenza della legge di protezione dei prodotti di animazione da parte della società di produzione cinese. La TOMY, detentrica del copyright del cartone, ha fatto istanza alle autorità competenti per ottenere il risarcimento del copyright, ma la società di produzione cinese, la Shenyang Extraordinary Creative Animation (沈阳非凡创意动画制作有限公司, Shěnyáng fēifán chuàngyì dònghuà zhìzuò yǒuxiàn gōngsī), sostiene di non aver copiato nulla, nonostante l'evidenza schiacciante, come ad esempio la presenza di quel particolare tipo di cibo a forma triangolare, tipico giapponese (onigiri in giapponese), oppure la comparsa della cartina geografica del Giappone, o ancora i personaggi, rappresentati da automi nell'animazione, che sono identici esteticamente agli originali giapponesi. Il giornale di Guangzhou, il Southern Metropolis Daily, fa notare che 'l'unica differenza significativa con la copia, è che nel background di una scena dell'originale si vede il monte Fuji, invece nella versione cinese *Iron man* ci sono delle colline', ma il resto è tutto copiato¹⁵³ (v. immagine).

Fig. 29 – A sinistra la prima versione di *Iron man* e a destra la copia cinese *Great Railroad Protector*

¹⁵³ <http://www.baike.com/wiki/%E3%80%8A%E9%AB%98%E9%93%81%E4%BE%A0%E3%80%8B>, ultimo accesso 12 gennaio 2014..



Fonte: Screenshot dai video originali

Secondo alcune testimonianze di ex dipendenti dello studio Shenyang, alla base della società di produzione c'è la corsa disperata per una produzione maggiore di minuti di animazioni per assicurarsi le sovvenzioni del governo. Gli studi hanno la possibilità di ottenere una sovvenzione di 1.000 yuan (130 euro) per ogni minuto prodotto a patto che riescano a produrre più di 2.000 minuti all'anno. Perciò per aumentare la loro produzione, molti studi vanno alla ricerca dei classici dell'animazione e alcune volte, costretti dalle scadenze imminenti, arrivano a copiare personaggi o intere sequenze delle animazioni originali giapponesi. Ciò che risulta singolare è che il cartone animato dall'agosto 2011 è stato trasmesso in ben 100 città su diversi canali televisivi¹⁵⁴ e che, nonostante tutto, lo studio cinese continua ad affermare che non è una copia (Lin 2009).

Un altro esempio di questo genere è un'animazione trasmessa dalla CCTV animation dal titolo *La finestra dell'anima* (心灵之窗, Xīnlíng zhī chuāng), approvata dalla SARFT perché rappresenta tutta la spiritualità della società moderna cinese e gradita ed apprezzata da tutti i critici. Il film si rivolge ad un pubblico di adolescenti e riesce ad affrontare il problema della pubertà con uno spirito positivo.

Il vice sindaco Gan Lin di Liuzhou, del Dipartimento di Propaganda del partito, sostenne che:

"questa serie sarà di grande aiuto per l'educazione morale dei giovani; svolgerà un ruolo di catalizzatore per la costituzione del patrimonio nazionale e culturale e dell'etica sociale"¹⁵⁵

perché queste storie trasmettono la realtà delle persone che di fronte alle avversità e il duro lavoro, lottano, hanno uno spirito ottimistico e non si arrendono mai. Anche Pan Qi, presidente della regione autonoma di Guangxi Zhuang, ha detto che il tema di questo

¹⁵⁴ <https://eachcloudasia.blob.core.windows.net/clips/Z7PY7.htm>, ultimo accesso 12 gennaio 2014..

¹⁵⁵ <http://www.baike.com/wiki/%E3%80%8A%E5%BF%83%E7%81%B5%E4%B9%8B%E7%AA%97%E3%80%8B>, ultimo accesso 12 gennaio 2014..

cartone animato è buono, di sano contenuto ideologico, di senso profondo e di alte combinazioni artistiche.

L'unico problema di questo cartoon è di essere uno *shanzhai* del famoso film giapponese *5 centimetri per secondo* (秒速5センチメートル, *5 Centimeters per second*, 2007). Il cartone cinese ha copiato solo alcuni fotogrammi e sequenze dall'originale giapponese e parte dei contenuti, ma è importante analizzare in dettaglio alcune delle immagini copiate perché risultano essere molto indicative.

Fig. 30 – A sinistra la copia Shanzhai La finestra dell'anima e a destra l'originale giapponese 5 centimetri per secondo



Fonte: Screenshot dai video originali

Il presente cartone dimostra sia l'inefficienza del sistema di controllo messo a punto dalla SARFT e dalla stessa CCTV Animation, che non riescano a verificare le proprie animazioni, e sia l'ingenuità dei produttori di questa animazione, che non hanno considerato l'eventualità di venire scoperti dagli spettatori.

E' doveroso citare anche un'altra serie dal titolo *Dū Dū Grande bocca* (大嘴巴嘟嘟, *Dà zuǐba Dū Dū, Toot Big mouth*) perché i produttori della serie, realizzata dallo studio Wuxi Wang Bo Digital Animation(无锡宏柏数码动画有限公司製作), affermano che per i bambini è un problema crescere guardando delle animazioni che non sono originali e che, invece, il personaggio principale della loro animazione è estremamente

intelligente e capace di imitare e realizzare tante cose. In realtà anche questo cartone animato è uno *shanzhai* ed è la copia di *Shinchan* (クレヨンしんちゃん, Kureyon Shin Chan , 1992-oggi), uno dei più famosi cartoni animati giapponesi conosciuto in tutto il mondo: si sono copiate sia la struttura narrativa che le scene. È molto interessante sapere che il cartone originale *Shinchan* è stato considerato dalla SARFT inadatto per la trasmissione in Cina perché va contro “l’ideologia conservatrice della Cina”¹⁵⁶, ignorando che aveva consentito la trasmissione della copia *Dū Dū Grande bocca* sulla CCTV.

Nella sezione di questa tesi, dedicata agli approfondimenti (Appendice), sono presenti altri esempi di animazioni *shanzhai*, il paragrafo ha il titolo *Altri Shanzhai animati*.

Fig. 31– In alto la copia Shanzhai *Dū Dū Grande bocca* in basso l’originale giapponese *Shinchan*



Fonte: Screenshot dai video originali

5.5 Scuole di animazione

Nel corso degli anni il governo cinese ha cercato di risolvere il problema legato alla poca creatività dei prodotti di animazione elargendo fondi speciali per l’alta formazione dei professionisti e nominando le municipalità di Pechino, Changchun e Hangzhou come sedi di "istruzione e formazione del personale funzionale".

Nel periodo compreso tra il 2004 e il 2007 il governo ha individuato sei istituti di istruzione superiore dove sono sorti dei dipartimenti dedicati all’animazione dotati di

¹⁵⁶ Del fumetto originale (*manga*) sono stati pubblicati in Cina i primi 32 volumi.

tutte le ultime tecnologie necessarie per la produzione di animazione professionale e di personale docente qualificato per l'insegnamento dell'animazione.

Nella prima fase (2005) sono stati individuati 4 istituti: la Communication University of China, Beijing Film Academy, Jilin College of the Arts Animation Academy, China Academy of Art. In seguito nel 2007 altri 2 istituti: Zhejiang University, Zhejiang University of Media and Communication (Ying 2011). Il governo considera questi 6 istituti strategici per la formazione degli studenti e dei professionisti nel settore dell'animazione (Huang 2010).

Secondo i dati del Ministero della Pubblica Istruzione, nel 2007 vi erano 447 università coinvolte direttamente nella creazione di figure professioniste del settore e altre 1.230 università che offrivano corsi e seminari dedicati all'animazione, per un totale di 46,6 milioni di studenti coinvolti direttamente o indirettamente nello studio dell'animazione (BlueBook 2013).¹⁵⁷

Inoltre anche società di produzione, come la Beijing Media Technology, forniscono una piattaforma pratica di produzione e post-produzione di animazione che coinvolge gli studenti della Beijing Technology and Business University con il chiaro intento di far avvicinare sempre più gli studenti al mondo della produzione.

Nel 2007 sono presenti ben 1279 istituti coinvolti direttamente nella formazione di personale qualificato e 1877 che invece svolgono delle formazioni professionali correlate. Le province più all'avanguardia sono: Jiangsu, Shandong, Guangdong, Hubei e Hunan (Huang Ying 2010).

Secondo il parere di BlueBook (2013), gli sforzi per istruire i nuovi animatori finora hanno accumulato un ritardo considerevole perché il settore dell'animazione ha bisogno di un personale di circa 150-200 mila professionisti qualificati, ma le università e gli istituti specializzati riescono a fornirne solo 10 mila all'anno e, visto lo sviluppo notevole del settore negli ultimi anni, il divario è destinato ad aumentare.

Inoltre secondo Huang (2010), la nascita di molti centri di formazione per il settore dell'animazione ha generato anche problemi legati alla poca qualità dell'istruzione

¹⁵⁷ Elenco completo delle istituzioni :

http://www.360doc.com/content/11/0730/20/5614151_136797742.shtml, ultimo accesso 2 ottobre 2013.

offerta, in modo particolare alla mancanza di insegnanti qualificati i quali non hanno ben chiari gli obiettivi di questa specifica formazione.

6 CAPITOLO - Modelli di diffusione classica

6.1 Struttura del capitolo

Questo capitolo si concentra sul funzionamento della distribuzione dei contenuti animati, con particolare attenzione alla trasmissione TV che è il metodo di diffusione più sviluppato e seguito in Cina. L'argomento della distribuzione è stato organizzato in 2 capitoli e, precisamente, il presente capitolo si occupa della distribuzione tradizionale, rappresentata dalla TV e dal cinema, mentre il 7° capitolo analizza i nuovi mezzi di diffusione, come il web e le reti di comunicazione mobili.

La metodologia di ricerca è basata sull'approccio STS, quando si parla dello sviluppo tecnologico, e poi su una *desk research*.

6.2 La distribuzione in TV

La distribuzione dei prodotti animati è affidata alle TV nazionali e locali, e la SARFT, come abbiamo già visto, ha il compito di controllare e approvare i prodotti di animazione prima che vengano trasmesse in TV.

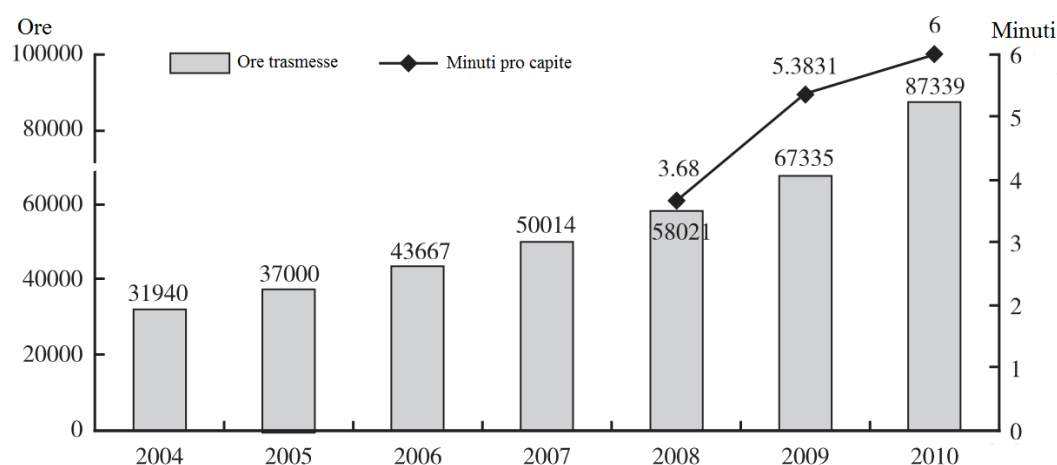
Secondo il BlueBook (2011) nel 2009 si sono trasmesse 17544 serie televisive con circa 601800 episodi, la cui durata era di 87339 ore nel 2010 che, in confronto a quelle del 2005, risulta quasi 2,36 volte superiore. Inoltre la stessa analisi evidenzia un decremento delle repliche degli stessi programmi di animazione sulla maggior parte dei canali TV cinesi (anche sullo stesso canale), infatti si è passati da 37,8 repliche di uno stesso programma di animazione del 2006 a 17 repliche del 2009, anche le repliche degli episodi dal 2006 sono diminuite da 16,7 a 13,4 del 2009.

Alcuni dati possono essere utili per avere un quadro completo della diffusione e fruizione dei prodotti animati in TV.

Da un'indagine realizzata dall'Academia Social Science di Pechino per il BlueBook (2011) risulta che negli ultimi anni la diffusione nei canali TV è aumentata rispetto ai

primi anni 2000: la diffusione dell'animazione è cresciuta e dunque con essa le ore di trasmissione sulle TV delle città principali cinesi¹⁵⁸. Si può notare come si è passati dalle 31.940 ore trasmesse nel 2004 alle 87.339¹⁵⁹(nel 2010) e la visione da parte dello spettatore è passata da 3,68 minuti del 2008 a 6 minuti procapite nel 2010 (Graf. 1) (Lu Hong 2011) . Il picco di minuti pro capite si registra in febbraio con circa 8 minuti, subito dopo luglio e agosto con 7 minuti pro capite, 6 a gennaio, e i mesi rimanenti raggiungono i 5 minuti pro capite (Graf. 2).

Graf. 1 – Ore di trasmissione di animazione nelle principali città cinesi dal 2004 al 2010



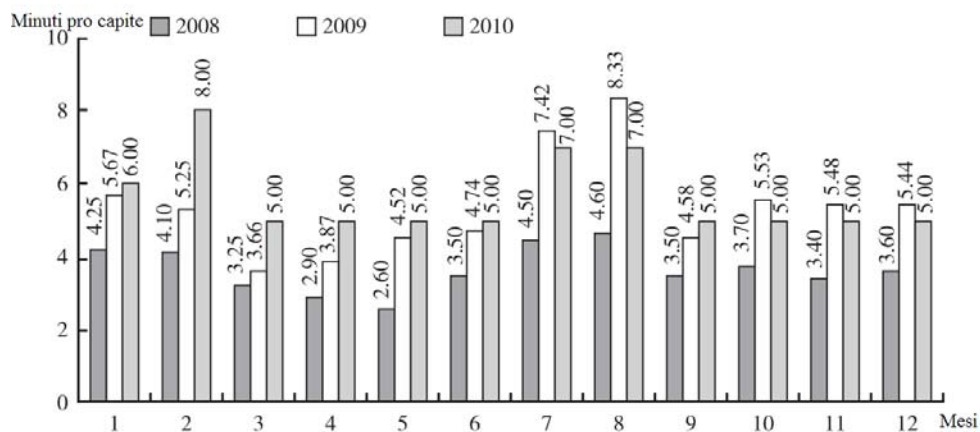
Fonte: BlueBook 2011

Inoltre si è visto che le TV trasmettono più cartoon soprattutto nei mesi di luglio e agosto (circa 8000 ore di programmazione), invece nei mesi di aprile e maggio è stata registrata una minore trasmissione di serie animate (circa 6600 ore di programmazione mensile).

¹⁵⁸ Le città analizzate sono Beijing, Changchun, Changsa, Chengdu, Fuzhou, Guangzhou, Guiyang, Harbin, Haikou, Hefei, Huhehaote, Qinan, Kunming, Lasha, Lanzhou, Nanchang, Nanjing, Shanghai, Shengyang, Shijiazhuang, Taiyuan, Tianzhi, Wulumuqi, Hanwu, Anxi, Anning, Yingchuan, Zhenzhou, Chongqing.

¹⁵⁹ Nel 2005 erano 37000, nel 2006 di 43667, nel 2007 di 50014, nel 2008 di 58021 e nel 2009 di 67335.

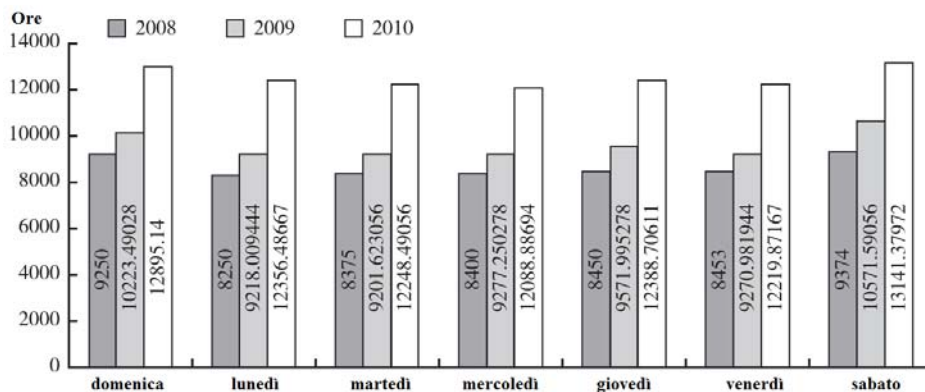
Graf. 2 – Minuti pro capite di fruizione di cartoon in relazione agli anni e ai mesi (nelle principali città cinesi)



Fonte: BlueBook 2011

Il sabato è il giorno in cui si trasmette più animazione con circa 13.000 ore, mentre il resto della settimana è stabile a circa 12.000 (Graf. 3). Sabato e domenica sono i giorni preferiti dagli utenti per guardare la TV, nell'ordine di 7 minuti procapite, mentre il resto della settimana è stabile a 5 minuti.

Graf. 3 – Ore di trasmissione di animazione durante la settimana (nelle principali città cinesi)

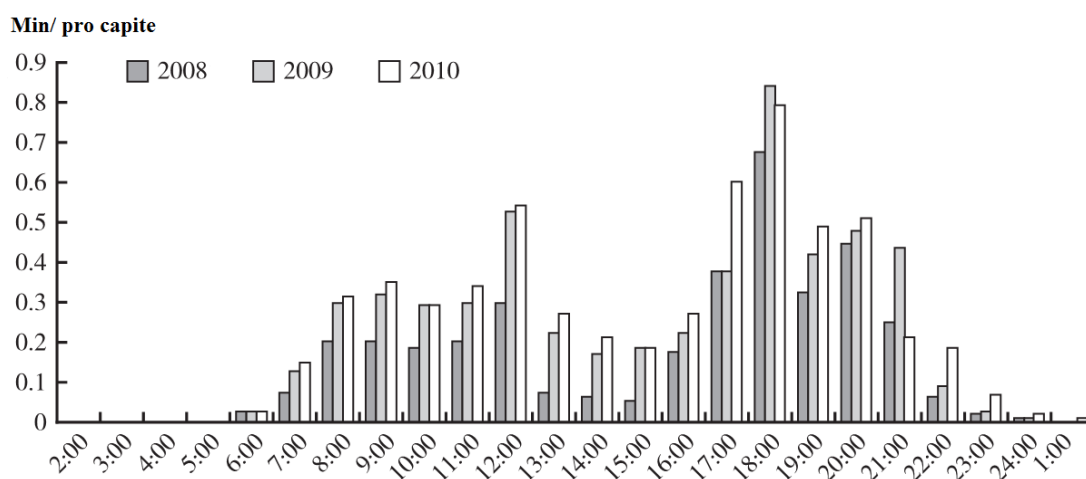


Fonte: Dati ufficiali BlueBook 2011

Nell'arco della giornata l'animazione raggiunge due picchi di fruizione: alle 12:00 con più di 5 minuti pro capite e alle 18:00 con 8 minuti.

Secondo alcune statistiche, gli spettatori iniziano a guardare programmi di animazione trasmessi dai canali TV dalle 6:00 di mattina con circa mezzo minuto procapite, alle 9:00 si raggiungono i 4 minuti per poi arrivare ad un minimo alle 10:00 (3 minuti) e crescere a 3,5 minuti alle 11:00; il picco si raggiunge a mezzogiorno; alle 16:00 si arriva a 3 minuti, alle 18:00 si ha un altro picco che, nelle ore successive, diminuisce gradualmente (0,5 alle 22:00) (Graf. 4). Nelle principali città cinesi le ore di trasmissione nell'arco della giornata raggiungono il picco alle 17:00 con più di 10 mila ore di trasmissione (nel 2010) e calano gradualmente nelle ore successive (Graf. 4.1 [Dati e tabelle complete](#) Capitolo 10.9).

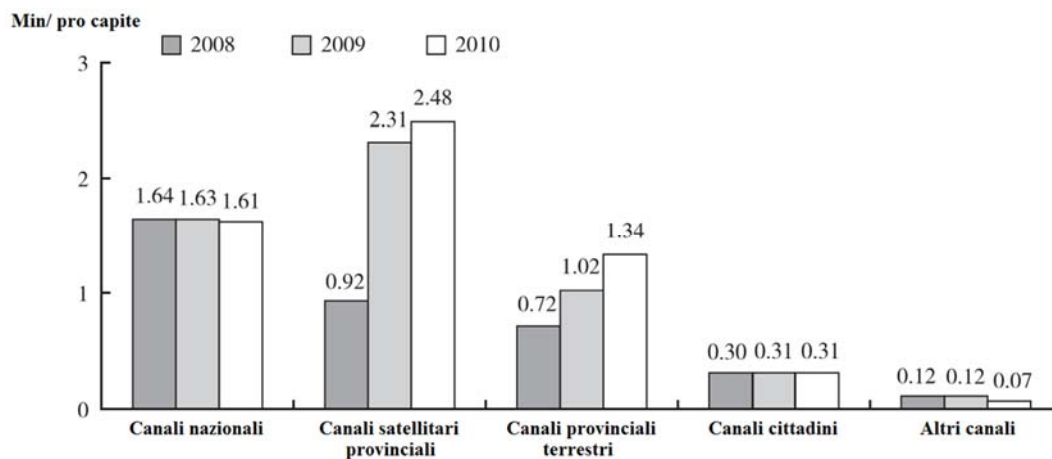
Graf.4 – Minuti pro capite durante la giornata (nelle principali città cinesi)



Fonte: Dati ufficiali BlueBook 2011

Negli ultimi anni si è diffusa la tendenza di seguire i prodotti di animazione sui canali satellitari provinciali che registrano circa 2,48 minuti pro capite (Graf. 5). La fruizione di questo tipo di piattaforma in soli tre anni è passata da 0.92 minuti agli attuali 2,48, seguita dai canali nazionali con 1,61 (in lieve decrescita dal 2008) e dai canali provinciali (terrestre) con 1,34 minuti pro capite (in crescita) che trasmettono all'anno circa 44.663 minuti, poi ci sono i canali provinciali con 18.181 minuti e quelli satellitari provinciali con 16.952 minuti, invece i canali nazionali si piazzano al 4° posto con poco più di 3849 minuti (Graf. 5.1 nel Capitolo 10.9).

Graf. 5 – Minuti pro capite per tipo di piattaforma (nelle principali città cinesi)



Fonte: Dati ufficiali SARFT & BlueBook 2011

Le città che hanno registrato un alto tasso di distribuzione di animazione nel 2010 sono: Guangzhou con 35.002 ore (4,94 minuti pro capite); Chongqing con 30.594 ore (7.6 minuti pro capite); Fuzhou con 29.717 (6,96 minuti pro capite); Shanghai con 28224 (4,28 minuti pro capite) e Pechino con 24.750 (4,53 minuti pro capite)¹⁶⁰. Tianjin conta 27.379 ore (Tab. 14) ma è al 1° posto come città con il maggior consumo procapite di 8,38 minuti, seguita dalla città di Zhenzhou con 8,21 minuti pro capite. Lasha, la capitale del Tibet, si aggiudica il record negativo con 0,61 minuti procapite anche se ha una distribuzione simile a quella di Pechino (Tab. 11.1 nel Capitolo 10.9).

¹⁶⁰ Dati completi a pagina 211 in Dati e tabelle completi.

Tab. 14- Distribuzione nelle grandi città in ore

Città	2008	2009	2010	Città	2008	2009	2010
Pechino	16933	18324	24750	Lanzhou	17097	18273	25123
Changchun	17125	18933	26183	Nanchang	16823	19793	27323
Changsa	16824	18286	24820	Nanjing	18859	20031	26252
Chengdu	19208	20799	27746	Shanghai	19592	21551	28224
Fuzhou	20604	21694	29717	Shengyang	17552	19489	26291
Guangzhou	25523	29303	35002	Shijiazhuang	17586	19835	26245
Guiyang	16976	18452	25240	Taiyuan	17894	19662	26320
Harbin	18426	19518	27240	Tianjin	18627	20767	27379
Haikou	17061	18590	26165	Urumqi	16826	18286	21665
Hangzhou	19066	20412	27911	Wuhan	19949	21270	27288
Hefei	17912	18934	26551	Xi'an	17817	19209	26169
Huhehaote	17192	18428	24944	Xining	17289	18615	25089
Qinan	18619	20509	29236	Yingchuan	16897	18296	25089
Kunming	17925	20259	26960	Zhenzhou	17720	19278	25923
Lasha	16823	18273	24748	Chongqing	18343	21784	30594

Fonte: dati ufficiali SARFT & BlueBook 2011

Dalle statistiche realizzate sempre dall'Academia Social Science di Pechino nel 2010 risulta che i programmi televisivi di animazione in Cina si rivolgono principalmente ad un pubblico maschile, anche se il pubblico femminile è in forte aumento, di età compresa tra 4 e i 14 anni con un' educazione base (Scuola dell'infanzia – Scuola media).

Nello stesso report i gruppi di popolazione che seguono i cartoni in TV sono, in ordine, gli studenti delle scuole primarie (34%), medie inferiori (24%), gli analfabeti (21%, ossia i bambini al di sotto dei 5 anni), poi medie superiori (20%), e per ultimo gli studenti universitari (1%). Inoltre i cartoni vengono seguiti soprattutto dai disoccupati (40%), dagli studenti (circa 30%) e dai giovani impiegati (10%).

Per quanto riguarda il reddito degli utenti, il gruppo più rilevante, il 61% circa, è rappresentato da coloro che guadagnano dai 0 – 71 euro (0- 600 yuan), poi ci sono quelli con 72-142 euro (601-1200 yuan), e stranamente si colloca al terzo posto chi guadagna

più di 202,5 euro (più di 1700 yuan) e infine il gruppo dei 143-202 euro (1201-1700 yuan).

In generale questi dati fanno vedere che alcune province e città sono in crescita negli ultimi anni per quanto riguarda l'ammontare dei minuti trasmessi, tra queste bisogna ricordare la provincia di Liaoning, di Zhejiang, Guangdong e la municipalità di Pechino. La municipalità di Shanghai e la provincia di Hunan faticano a crescere, al contrario le province di Henan, Fujian, Hubei, Chongqing, Anhui, Tianjin, Heilongjiang e Shandong risultano in piena fase di crescita.

6.3 La nascita delle TV tematiche di animazione

Di seguito si sono analizzati i principali canali televisivi che hanno una programmazione prevalentemente o in parte incentrata sulla trasmissione di prodotti di animazione.

Le TV tematiche, dedicate alla programmazione animata, sono cresciute subito dopo la nascita del canale pioniere dal nome CCTV bambini che ha cominciato a trasmettere i propri programmi nel 2003, in linea con le politiche di supporto e diffusione dell'industria dell'animazione. Ma già nella seconda metà del 2004, la SARFT aveva approvato l'istituzione di televisioni tematiche di animazione come TV Kaku di Pechino, la Shanghai Xuandong, la Hunan Jiying e Guangdong Jiajia (Zeng 2011).

Fig. 32 - Le principali sedi delle TV piu importanti per la trasmissione di animazione in Cina



Fonte: <http://www.ctoy.com.cn/brand/show-4205.html>

6.3.1 CCTV animation

Di sicuro la CCTV Animation (canale 14) rappresenta il canale più importante in Cina per il settore dell'animazione ed è giusto in questa tesi analizzare la sua storia e i contenuti della sua programmazione.

La CCTV, acronimo di China Central Television (中国中央电视台, Zhōngguó Zhōngyāng Diànshìtái), è la televisione cinese più influente e grande, controllata direttamente dalla SARFT; possiede 45 canali trasmessi su diverse piattaforme, tra questi 22 canali nazionali.

Nata nel 1958 come Beijing television, ha cambiato il nome nel 1978 con quello attuale e fino alla fine degli anni Ottanta possedeva solo un canale generalista.

Fig. 33 - I 25 canali della CCTV, da sinistra a destra i 25 canali della CCTV: CCTV-1 generalista, CCTV-2 economia, CCTV-3 arte, CCTV-4 internazionale in cinese, CCTV-5 sport, CCTV-6 film, CCTV-7 militare e agricoltura, CCTV-8 dramma, CCTV-9 documentario con due canali: cinese e inglese, CCTV-10: scienza ed educazione, CCTV-11 opera, CCTV-12 società e legge, CCTV-13 notizie 24 ore su 24, CCTV-14 bambini, CCTV-15 musica, CCTV-News notizie in inglese, CCTV-E programmi in spagnolo, CCTV-F programmi in francese, CCTV-Русский programmi in russo, CCTV-العربية programmi in arabo, CCTV-HD in alta definizione, CCTV-3D in Canale 3D.



Fonte: CCTV.com

Il 28 dicembre del 2003 la CCTV ha lanciato il canale tematico dedicato all'animazione dal nome CCTV 少儿(Shào'ér) che in cinese significa 'Bambino' ed è visibile sia via cavo che via antenna. All'inizio la programmazione di animazione era di diversa provenienza, oggi viene privilegiata la diffusione di contenuti nazionali (Bluebook 2011). Prima del canale CCTV Shaoer, i programmi e le animazioni per bambini erano trasmessi sulla rete CCTV 7 (lanciata nel 1994), un canale tematico tuttora dedicato a contenuti di tipo educativo, all'agricoltura e alle forze armate. Il 1° gennaio 2011 il Canale della CCTV per i bambini ha cambiato nome divenendo CCTV14 少儿 (中国中央电视台少儿频道, Zhōngguó zhōngyāng diànshìtái shào'ér píndào).

Fig. 34 – L'evoluzione dei loghi della CCTV negli anni, a sinistra il vecchio e a destra il nuovo



Fonte: Loghi ufficiali www. CCTV.com

Il 7 febbraio 2013 anche il logo storico della CCTV 14 è migliorato graficamente: i quattro triangoli sono stati sostituiti da quattro foglie.

Ecco qual è la filosofia di questo canale che appare scritta sul sito ufficiale della CCTV 161.

La filosofia di base del canale per bambini è quello di rispettare, sostenere e orientare la felicità dei bambini. Il rispetto dei diritti e degli interessi dei minori, sostegno ai bambini di

¹⁶¹Sito ufficiale in cinese: <http://www.cctv.com/homepage/profile/15/index.shtml>, ultimo accesso 28 marzo 2013.

esplorare il proprio potenziale; una guida per sana crescita, in modo che ogni bambino abbia il miglior inizio nella vita, ci sono gioia infinita di spazio vitale.

L'impostazione generale del Canale dei bambini è: salute, divertimento, rompicapo, educazione.

Le parole chiavi: condurre la crescita e plasmare il futuro.

La programmazione della CCTV 14 segue tutte queste indicazioni sopracitate e rispecchia appieno l'idea del governo per quanto riguarda la diffusione di programmi con contenuti di edutainment.

6.3.1.1 Programmazione della CCTV 14

Per avere una visione chiara di com'è organizzata la distribuzione di animazione della CCTV 14 si è analizzata la programmazione di una settimana autunnale dell'ottobre 2013.

La programmazione giornaliera inizia alle 5:55 con *La Marcia dei Volontari*¹⁶² (义勇军进行曲, Yìyǒngjūn Jìnxíngqǔ), l'inno ufficiale della Repubblica Popolare Cinese e si chiude alle 02:00 del giorno successivo con la *Buonanotte* (晚安, Wǎn'ān), dopo il monoscopio con la scritta in cinese CCTV - Beijing-China.

Il palinsesto annuale di CCTV 14 non risulta subire grandi variazioni nell'arco dell'anno, c'è solo una serie di cambiamenti dovuti alle festività cinesi, come il capodanno cinese, e nella stagione estiva alcune trasmissioni e serie vengono interrotte, per il resto il palinsesto settimanale (dal lunedì al venerdì) segue la stessa programmazione. Invece il sabato e la domenica la scaletta cambia sensibilmente perché, come già ricordato, in questi giorni lo share è più alto e quindi vengono trasmessi più programmi di attualità, documentari e animazioni speciali¹⁶³.

La maggior parte dei prodotti di animazioni vengono inseriti in programmi con ospiti in studio, i quali spiegano l'argomento della trasmissione e intrattengono il giovane pubblico.

Il palinsesto settimanale segue questo ordine: tutti i giorni dalle 6:00 alle 9:00 di mattina la scaletta è simile, la giornata inizia con il programma dal titolo *L'Animazione Vincente*

¹⁶² Testo tradotto: *Alzatevi! Gente che non vuole essere schiava! Con carne e sangue nostri, costruiamo la nostra nuova Grande Muraglia! Per il popolo della Cina giunge il momento più pericoloso. Tutto il popolo costretto a levare l'ultimo grido: Alzatevi! Destatevi! Mille corpi con un cuore. A dispetto dei cannoni nemici: Avanti! Avanti! Avanti!*

¹⁶³ Per approfondimenti sul palinsesto settimanale si vede la tabella Capitolo 10.9.

(动画乐翻天, Dònghuà lè fāntiān), dalle 6:00 alle 6:30, ricca di tipici canoni di origine nazionale; con l'animazione *Pig Man* (猪猪侠, Zhū zhū xiá), uno dei personaggi in 3D più famosi dell'animazione cinese moderna con la sua serie dal titolo *Pig Man of the building blocks of a fairy tale world* (猪猪侠之积木世界的童话故事, Zhū zhū xiá zhī jīmù shìjiè de tónghuà gùshi); successivamente per 30 minuti va in onda un altro programma di animazione dal titolo *Dreamworks Animation* (动画梦工场, Dònghuà mèng gōngchǎng) che, a dispetto del nome che fa pensare all'omonimo studio statunitense, cerca di promuovere le produzioni autoctone di cui la più conosciuta è la serie in cui compare il protagonista *Fuxing Bajie* (福星八戒, Fúxīng bā jiè); alle 7:00, per un'ora, continua la programmazione nazionale *Animazione Show* (动画剧场, Dònghuà jùchǎng) che chiude la mattinata della programmazione nazionale. In seguito viene trasmesso un episodio di una serie giapponese all'interno del programma *Galaxy Theatre* (银河剧场, Yínhé jùchǎng)¹⁶⁴; dopo vengono trasmesse delle fiction per bambini o animazioni di provenienza estera e/o nazionale nel contesto del programma *Happy Bus* (动画大巴, Dònghuà dàbā)¹⁶⁵. Il picco di ascolti si raggiunge a mezzogiorno col programma, della durata di un'ora, dal titolo *Comic World* (动漫世界) con animazioni di origine prevalentemente americana, come *SpongeBob*, *Gatto Silvestro*, *Kung Fu Panda*, ma anche di altre nazioni come *Thomas ei suoi amici* e *I puffi*. Il picco serale di ascolti delle 18:00, con una leggera flessione sino alle 21, prevede la trasmissione di una nuova puntata del programma *L'Animazione Vincente* (quindi animazione di origine cinese); alle 18,30 si continua con un'altra animazione di origine cinese dal titolo *Wisdom Tree* (智慧树, Zhìhuì shù); alle 19:00 ritorna una nuova edizione di *Dreamworks Animation* e *Big Pinwheel* (大风车, Dà fēngchē) la quale, anch'essa di origine cinese, prevede giochi e ospiti in studio; subito dopo viene trasmessa una nuova edizione di *Galaxy Theatre* e *Happy Bus*¹⁶⁶; infine la serata si

¹⁶⁴ La terza settimana di ottobre 2013 è stata trasmessa parte della serie giapponese di *Ultraman* e *Dragon Ball*.

¹⁶⁵ Il programma *Happy Bus* (terza settimana di ottobre 2013) trasmette la serie animata di *Viaggio in occidente* del 1999 (西游记热播 1999 动漫版).

¹⁶⁶ Maggiori informazioni in cinese sul sito: <http://baike.baidu.com/view/3802593.htm>, ultima visita 22 ottobre 2013.

chiude alle 22 con *ComicWorld*, poi parte la programmazione notturna con serie TV e fiction per bambini.

La programmazione del sabato cambia rispetto al resto della settimana: alle 11:00 c'è *Il bacio del bambino* (宝贝 1 家亲, Bǎobèi yījiā qīn), un programma studiato per i bambini dai 0 ai 3 anni, che insegna ai bambini e alle loro famiglie come comportarsi in diversi contesti con diverse situazioni. In studio ci sono sempre degli esperti e degli specialisti nei diversi campi relativi agli argomenti trattati durante la trasmissione. Secondo la CCTV questo programma ogni sabato cattura l'attenzione di oltre 400 milioni di bambini che imparano tante nuove nozioni attraverso il gioco e le animazioni.

La programmazione continua con *Comic World* e alle 13:00 viene trasmesso *Capriccioso* (异想天开, Yìxiǎngtiānkāi), un altro programma dedicato ai bambini che li incoraggia “ ad utilizzare il metodo scientifico per realizzare i loro sogni”¹⁶⁷. E' un programma educativo ricco di nozioni utili, esperimenti e invenzioni, realizzato in studio, ma prevede anche dei servizi esterni. Alle 14:00 è prevista la trasmissione di film di animazione di produzione nazionale (Zeng 2011).

La programmazione della domenica è molto simile a quella del sabato, cambiano solo 4 programmi rispetto al sabato: il primo è *All'inseguimento del Verde* (绿野寻踪, Lù yě xún zōng) programma dedicato alla natura; il secondo è un programma di musica per bambini dal titolo *Musical Express*¹⁶⁸ (音乐快递, yīnyuè kuàidì); poi c'è *Sport Zone*¹⁶⁹ (动感特区, Dònggǎn tèqū), un programma sull'educazione fisica per i più giovani. Dunque la programmazione del sabato e della domenica si contraddistingue perché nelle ore centrali della giornata ci sono poche animazioni a vantaggio di programmi di approfondimento e di edu-intrattenimento che sono molto famosi e ottengono un ottimo share in Cina.

La CCTV rispetta appieno le indicazioni dettate dalla SARFT e dal governo centrale per la salvaguardia dei prodotti di origine cinese, l'unica anomalia che si riscontra nella programmazione risulta nella fascia oraria delle 12:00 che, nell'arco della settimana, è occupata dall'animazione straniera con il programma *Comic World* e forse il motivo del

¹⁶⁷ Dal sito ufficiale CCTV 14: <http://cctv.cntv.cn/lm/yixiangtiankai/>, ultima visita 22 ottobre 2013.

¹⁶⁸ Sito ufficiale <http://shaoer.cntv.cn/cctvchildren/yinyuekuaidi/vidoeage/>, ultima visita 21 ottobre 2013.

¹⁶⁹ Pagina ufficiale della CCTV del programma, <http://cctv.cntv.cn/lm/donggantegu/index.shtml> ultima visita 1° ottobre 2013.

primo picco di ascolto giornaliero è dovuto proprio a questo tipo di programmazione, amata dai più piccoli.

CCTV 14, come tutti gli altri canali della CCTV, ha un sito su internet¹⁷⁰ dove è possibile vedere in diretta e on demand tutta la programmazione giornaliera e la maggior parte delle animazioni trasmesse da CCTV 14.

6.3.2 Tianjin TV Children

Tianjin TV Children (天津电视台少儿频道, Tiānjīn diànshìtái shào'ér píndào)¹⁷¹ è il secondo canale, in ordine di tempo, dopo la CCTV 14 a trasmettere animazione dal 1° di giugno 2004. Il canale è sotto il controllo della Tianjin Television¹⁷² (TJTV) (天津电视, Tiānjīn Diànshìtái)¹⁷³ e corrisponde al canale 7 della stessa TV.

Fig. 35 - Logo della Tianjin TV Children



Fonte: pagina ufficiale, <http://www.tjtv.com.cn/se/>

È anche la prima televisione privata a trasmettere programmi di animazione perché prima le TV private generaliste avevano la facoltà di occupare solo un piccolo spazio dedicato ai programmi per bambini. Oggi rappresenta uno dei canali tematici più seguiti nella provincia di Tianjin ed è al primo posto per quanto riguarda il coinvolgimento di un pubblico più giovane¹⁷⁴. Tianjin TV Children non produce animazioni originali, ma si appoggia solitamente agli studi locali e la sua programmazione¹⁷⁵ si basa su animazioni di origine cinese e programmi per bambini (Bluebook 2011).

¹⁷⁰ Sito CCTV14 in cinese: <http://cctv.cntv.cn/cctvshaoer/index.shtml>, ultimo accesso 10 settembre 2013.

¹⁷¹ Sito ufficiale: <http://tjtv.enorth.com.cn/se/index.htm>, ultimo accesso 10 settembre 2013.

¹⁷² Sito ufficiale: <http://tjtv.enorth.com.cn/weishi/index.htm>, ultimo accesso 10 settembre 2013.

¹⁷³ È stata fondata nel 1958 e ha iniziato formalmente le trasmissioni il 20 marzo 1970, attualmente ha 11 canali TV gratis.

¹⁷⁴ Maggiori informazioni su: <http://www.uyoung.com.cn/english/business/tianjin.html>, ultima visita 21 ottobre 2013.

¹⁷⁵ La programmazione giornaliera del 03/11/2013 nel capitolo 10.6

6.3.3 KaKu TV

Pechino KAKU Media Limited (卡酷), una TV satellitare di animazione controllata dalla BTV (Beijing TV)¹⁷⁶, ha iniziato a trasmettere nel settembre del 2004 (come BTV junior). Secondo il sito ufficiale, riesce ad intercettare circa 600 milioni di persone e copre le più importanti città cinesi. È al 16° posto delle TV satellitari più viste in Cina (su un totale di 40) con una programmazione di animazione di 230 mila minuti¹⁷⁷, molti dei quali coperti con cartoon nazionali (Qian Liansheng 2010)¹⁷⁸.

Fig. 36- Logo e i personaggi più famosi di Kaku TV



Fonte: <http://comic.qq.com/zt2010/newkaku/index.htm>

Questa TV trasmette animazione e programmi per bambini 24 ore su 24 e si prefigge l'obiettivo di progettare e creare delle animazioni originali (Zeng 2011). La serie più conosciuta di questo canale è *Fuwa Olympic* (福娃奥运漫游记, Fúwá àoyùn màn yóuji), composta da 100 episodi e trasmessa nel 2008 in contemporanea con i giochi olimpici. *Rainbow Sea* (星游记, Xīng yóuji), *Oltre 5 Anni* (飞越五千年, Fēiyuè wūqiān nián) e *Big Ear Tutu* (大耳朵图图, Dà ěrduo tú tú) sono le animazioni originali più amate dal pubblico¹⁷⁹. La prima serata, dalle 17:30 alle 19:30, è sempre occupata dal programma *Made in China* (中国创造, Zhōngguó chuàngzào), una trasmissione dedicata alle

¹⁷⁶ Beijing Television (北京电视台) è stata fondata il 16 maggio 1979. Nel giugno 2001 l'ex stazione televisiva via cavo di Pechino, la Beijing Cable Television Station (北京市有线广播电视台) e la BTV si sono fuse per diventare un canale mainstream, programma di copertura di Pechino, 36 città in Cina, Nord America e Asia, con una copertura totale di 800 milioni di persone, con 15 differenti canali (Qian Liansheng 2010).

¹⁷⁷Kaku dall'enciclopedia di Baidu:

<http://baike.baidu.com/view/1021734.htm?fromtitle=%E5%8D%A1%E9%85%B7%E5%8A%A8%E7%94%BB%E5%8D%AB%E8%A7%86&fromid=705030&type=search>, ultimo accesso 11 settembre 2013.

¹⁷⁸ KAKU è l'unica TV di animazione che ha pensato sin dalla nascita a sfruttare tutte le caratteristiche della catena del valore e del marchio¹⁷⁸ e negli anni è riuscita ad essere una TV con un'immagine molto forte e caratteristica, riuscendo così ad entrare nella Top Cento delle marche più famose in Cina (Zeng Weijing 2011).

¹⁷⁹ Esempio di programmazione nel Capitolo 10.9.

animazioni create in Cina e in special modo dagli studi di animazione affiliati a Kaku¹⁸⁰. Per ottenere delle produzioni originali, Kaku controlla direttamente le dieci aziende che realizzano le animazioni per il proprio canale tanto che nel 2009 si è aggiudicata il primo posto per la produzione di animazione originale (Zeng Weijing 2011).

In origine le animazioni erano destinate ad un target di pubblico dai 4 ai 14 anni, ma grazie ad un'attenta pianificazione delle produzioni e alle originali idee dei contenuti (come ad esempio gli elementi culturali cinesi), esse ora riescono ad attirare anche l'attenzione degli adulti. Inoltre dal 2009 Kaku organizza il BTV KAKU Children's Spring Festival Gala (BTV,卡酷动画春晚 兔年起来, Kǎ kù dònghuà chūnwǎn tù nián qǐlái), con il quale cerca di sponsorizzare l'animazione nazionale e quindi attirare altri spettatori. Il Festival viene trasmesso in diretta su BTV dalle 19:30 (solitamente in febbraio)¹⁸¹ e dura 150 minuti durante i quali vengono proiettate alcune animazioni originali dedicate esclusivamente all'evento¹⁸².

6.3.4 Golden Eagle Cartoon TV

Golden Eagle Cartoon (金鹰卡通频道, Jīnyīng kǎtōng pǐndào) è la prima TV satellitare¹⁸³ ad avere ottenuto l'autorizzazione a trasmettere dalla SARFT nell'ottobre 2004. E' controllata da due società, la Hunan Broadcasting System (湖南广播电视台, Húnán guǎngbò diànshìtái) e la Sud Publishing & Media Group (中南出版传媒集团股份有限公司, Zhōngnán chūbǎn chuánméi jítuán gǔfèn yǒuxiàn gōngsī).

¹⁸⁰ Altri programmi importanti sono *Who dares to challenge pupils'*(谁敢挑战小学生), *Very happy* (十分开心), *Flash world* (闪天下), *Youyou Church* (幼幼堂), *Afternoon like* (午喜欢), *Kaku whole cartoon* (卡酷全卡通), *Created in China - Child Edition* (中国创造-幼儿版), *Created in China - Junior Edition*(中国创造-少儿版), *Summer Camp* (夏令营), *Winter Camp* (冬令营), *Cool cool piece Ying*(酷片酷映), *Smiling* (笑口常开), *Rainbow Light*(七色光), *Bounce* (蹦蹦跳跳), *Young Paradise* (幼乐园), *And their own dialogue* (和自己对话), *Cartoon strip* (动漫地带), *Cool sowing radish* (酷播萝) e *Super Dalian broadcast* (超级大连播).

¹⁸¹ Online il programma intero dell'edizione 2011: http://v.youku.com/v_show/id_XMjQxMzEwMjQ0.html, ultimo accesso il 10 settembre 2012.

¹⁸² Per il primo anno di produzione di questo programma, il direttore Zeng Jing ha messo a disposizione 200 milioni di Yuan (24 milioni di euro), avvalendosi del contributo di ben otto aziende e di più di 200 professionisti che hanno lavorato per cinque mesi. Al festival sono presenti anche giochi, musica e personaggi famosi del mondo dello spettacolo

¹⁸³ Sito ufficiale della Golden Eagle Cartoon: <http://www.aneworld.tv/>, ultimo accesso 1 ottobre 2013.

Fig. 37– Il logo della TV satellitare di Golden Eagle Cartoon



Fonte: <http://www.hunantv.com/c/20120112/1032307084.html>

Questo canale è anche uno dei produttori più attivi di animazione originale in Cina: ogni anno si producono circa 15000 minuti e circa 12 serie animate, le più importanti sono trasmesse dalla TV. Basti ricordare ad esempio *Stare in famiglia* (呆家家, Dāi jiā jiā) *La vita è bella* (美丽人生, Měilì rénshēng) e il più fortunato *Più siamo e meglio è in politica* (越策越开心, Yuè cè yuè kāixīn), un programma di satira animata di 150 episodi. Questo canale trasmette circa 14 ore di animazione pari a 800 minuti al giorno¹⁸⁴.

6.3.5 Toonmax TV

Nell'ambito dell'animazione originale bisogna citare un altro canale importante ossia la Toonmax TV (炫动卡通, Xuàndòng kǎtōng). Questa TV, sotto controllo della Shanghai Media Group, al contrario delle altre si è specializzata nella produzione di programmi e cartoni animati adatti per tutti i tipi di pubblico.

Fig. 38 - Logo della Toonmax TV



Fonte: www.toonmax.com

¹⁸⁴ Animazioni originali *Michael Card Star Academy* "麦咭 星光学院", *eight teeth sun* 八颗牙齿晒太阳", *Meteor Rain* 一起来看流星雨", *Charlie's Warriors* 霹雳勇士. E ancora trasmette: *The more fun the more policy* 越策越开心", *Westward Thirty-Six* 大话三十六计", *Wizard century* 精灵世纪", *Mimi sheep* 咪咪羊", *Romi's story* 罗米的故事", *Mizuki Forum* 水木讲堂", *Lyng crescent ship* 大话月牙船", *Super Girl Doll* 超女娃娃.

Nel suo palinsesto sono presenti animazioni famose come *Pig Man*, *Zimba*, *Blue Cat Lien on Central Travels* (蓝猫典典环游记, Lán māo diǎn diǎn huán yóuji) e *Happy Baby 2* (开心宝贝 2, Kāixīn bǎobèi 2) e anche programmi di intrattenimento e di informazione per i più giovani¹⁸⁵.

6.3.6 Altre TV importanti

Negli ultimi anni sono nate molte TV dedicate alla programmazione di prodotti animati¹⁸⁶, come Jia Jia Cartoon (嘉佳卡通频道, Jiā jiā kǎtōng píndào), New Anime TV (新动漫频道, Xīn dòngmàn píndào) e Anime Show TV (动漫秀场频道, Dòngmàn xiù chǎng píndào).

Fig. 39 - In ordine da sinistra il logo di Jia Jia Cartoon , New Anime TV e Anime Show TV



Fonte: <http://comic.qq.com/a/20111228/000038.htm>, <http://flash.7x.com.cn/>,
<http://tv.sxgd.com.cn/goods.php?id=43>

Jia Jia TV è un canale che cerca di attirare l'attenzione degli spettatori dai 4 ai 55 anni, ha una programmazione di 18 ore giornaliere e trasmette animazioni nazionali ed estere, principalmente giapponesi, e il suo programma più conosciuto è *Music Graffiti* (音乐涂鸦乐园, Yīnyuè túyā lèyuán)¹⁸⁷.

New Anime TV è invece un canale a pagamento ed è dedicato ad un pubblico che va dai 16 ai 35 anni. La programmazione di animazione è principalmente di origine giapponese rivolta ad un pubblico più adulto, ma trasmette anche dei programmi di animazione originale cinese, tra cui ricordiamo *Frontiera Animazione* (动漫前沿, Dòngmàn qiányán), *Animazione arena* (动漫竞技场, Dòngmàn jìngjì chǎng) e *Westward animation* (大话动漫, Dàhuà dòngmàn).

¹⁸⁵ Palinsesto nel Capitolo 10.9.

¹⁸⁶ In *Approfondimenti* vi è un elenco delle più importanti TV di animazione in Cina.

¹⁸⁷ Pubblicità su questa rete nel Capitolo 10.9.

Anime Show TV risulta essere il primo canale della TV digitale a livello nazionale ed è a pagamento; è sotto il controllo della Shanghai Media Interactive Television Limited (属上海文广互动电视有限公司, Shǔ shànghǎi wén guǎng hùdòng diànshì yǒuxiàn gōngsī) (SiTV) e il suo principale obiettivo è di trasmettere le migliori animazioni estere e nazionali. Il programma *Anime Club* (动漫俱乐部, Dònghmàn jùlèbù) è considerato il suo prodotto più famoso.

6.4 Diffusione al cinema

In Cina il contesto cinematografico è in continua evoluzione tanto che in pochi anni gli schermi cinematografici sono aumentati da 1,300 del 2002 a 16,416¹⁸⁸ del 2012, un rapporto di 1 schermo per 220.000 persone¹⁸⁹. Per la distribuzione dei film esiste una rete secondaria formata da 30.000 schermi nelle zone rurali ed interne. Questi schermi si avvalgono di tecnologie di bassa qualità per la proiezione e sono dedicate principalmente a una parte di popolazione povera che vive lontano dai centri abitati. Nel 2012 si sono realizzati 880 cinema con un totale di 3882 schermi presenti soprattutto nelle grandi città e nei centri più popolati (Zhang 2011).

Le entrate dei cinema nel 2012 sono aumentate del 30% rispetto all'anno precedente con un ricavo al botteghino di 17 miliardi di yuan (circa 2 miliardi di euro)¹⁹⁰.

In questa parte della tesi si prendono in considerazione i film di animazione di maggior successo e i rispettivi ricavi al cinema dal 2009 al 2013.

¹⁸⁸ Chinese Cinema Continues Fast Growth in 2013 <http://www.isuppli.com/China-Electronics-Supply-Chain/MarketWatch/Pages/Chinese-Cinema-Continues-Fast-Growth-in-2013.aspx>, ultimo accesso 18 ottobre 2013.

¹⁸⁹ Anche se ancora molto distante dagli standard statunitensi dove il rapporto è di 1 a 9.000 in Why More Movie Theaters in China Could Be Bad News for Hollywood, <http://www.hollywoodreporter.com/news/chinese-movie-theaters-why-more-399173>, ultimo accesso 18 ottobre 2013.

¹⁹⁰ Sorpassando il Giappone ed assottigliando così il divario con gli Stati Uniti, Chinese Cinema Continues Fast Growth in 2013 <http://www.isuppli.com/China-Electronics-Supply-Chain/MarketWatch/Pages/Chinese-Cinema-Continues-Fast-Growth-in-2013.aspx>, ultimo accesso 18 ottobre 2013.

6.4.1 Il punto di svolta con *Pleasant Goat*

Sino al 2009 la diffusione dei film di animazione nei cinema cinesi era considerata poco remunerativa e perciò solo le animazioni straniere avevano ottenuto degli incassi importanti. Ma nel 2009 esce nelle sale *Pleasant goat*¹⁹¹ e la storia cambia. Questo film, basato sulla popolare serie TV cinese *Pleasant Goat*, ha riscosso il maggior successo ai botteghini domestici degli ultimi anni.

La serie ha finora dato vita a sette film d'animazione, tutti di successo ai botteghini cinesi. Il successo commerciale di *Pleasant goat* è ancora più incredibile se si considera che i primi tre film, prodotti dalla Creative Power Entertaining (广东原创动力文化传播有限公司, Guǎngdōng yuánchuàng dònglì wénhuà chuánbò yǒuxiàn gōngsī), erano produzioni a basso budget, costati solo 6 milioni di yuan (652.746 euro). Il primo episodio del film è *Pleasant Goat and Big Big Wolf: The Super Snail Adventure* (喜羊羊与灰太狼之牛气冲天, *Xǐ Yáng Yáng yǔ Huī Tài Láng Zhī Niúqì Chōngtiān*) che ha ottenuto un guadagno al botteghino di 90 milioni di yuan (9.8 milioni euro) nel 2009.

Si riporta qui di seguito uno schema relativo alle diverse edizioni di *Pleasant Goat* con i rispettivi ricavi al box office:

Anno di uscita	Titolo	Box office
2009	<i>Pleasant Goat and Big Big Wolf: The Super Snail Adventure</i>	90 milioni di yuan (9.8 milioni euro)
2010	<i>Pleasant Goat and Big Big Wolf: The Tiger Prowess</i>	130 milioni yuan (14 milioni di euro)
2011	<i>Pleasant Goat and Big Big Wolf- Moon Castle: The Space Adventure</i>	143 milioni di yuan (16 milioni di euro)
2012	<i>Pleasant Goat and Big Big Wolf: Mission Incredible: Adventures on the Dragon's Trail</i>	165 milioni di yuan (20,6 milioni di euro)
2013	<i>goat and grey wolf of the happy sheep before the year of the snake</i>	124 milioni di yuan (16 milioni di euro)

¹⁹¹ *Pleasant Goat and Big Big Wolf* (喜羊羊与灰太狼, *Xǐ Yáng Yáng yǔ Huī Tài Láng* "Pleasant/Happy Lamb/Goat and Grey Wolf") è il nome ufficiale dato dall'azienda produttrice, ma in realtà il personaggio non è una capra ma un agnello, da qui grandi malintesi quando si parla in Cina di questo cartoon, tutti si riferiscono alla pecora o all'agnello.

6.4.2 L'anno della Tigre, non solo *Pleasant Goat*

Nel 2009 i film di animazione valevano 506 milioni yuan¹⁹² (62 milioni di euro), dei quali 306 milioni di yuan (37,5 milioni di euro) appartenevano all'animazione estera e 24,5 milioni di euro (200 milioni di yuan) all'animazione nazionale.

Il 2010 è stato un anno particolare per il cinema cinese di animazione perché si sono prodotti 16 film di animazione, su 85 approvati dalla SARFT, ma in sala ne sono arrivati solo 12.

Nel 2010 i ricavi dell'animazione nazionale al cinema sono lievemente diminuiti e si è passati dai circa 200 milioni del 2009 ai circa 180 milioni di yuan del 2010, in compenso i film distribuiti sono aumentati rispettivamente da 7 a 12 del 2010.

Tab.15– Top Ten animazione al botteghino nel 2010 (in milioni di yuan)

Posizione	Animazione Film Nome	Nazione	Box Office
1	Pleasant Goat and Big Big Wolf - Tiger	Cina	127
2	Toy Story 3 (3D)	US	116
3	Shrek 4 (3D)	US	93
4	How to Train Your Dragon (3D)	Estero	91
5	CJ7 Love the Earth	Cina	17
6	Black Sergeant	Cina	12
7	Alvin Superstar	US	10
8	Detective Conan • Black Tracker	JP	8,5
9	The super warrior debut first frog (3D)	Cina	8
10	The Return of the King Tiger	Cina	5,8

Fonte: Dati SARFT 2010

Tenendo in considerazione che *Pleasant Goat* ha ricavato 127 milioni di yuan, agli altri 11 film va il rimanente.

Dalla tabella 15 si può notare quanto le animazioni straniere influiscano sui ricavi al botteghino: a parte il successo di *Pleasant goat*, la maggior parte degli incassi sono delle tre animazioni straniere.

Un caso particolare del 2010 risulta il film *Sands Dreaming City* perché per la sua realizzazione sono stati spesi 611 milioni di yuan (80 milioni di euro), ma nei suoi 10 giorni di uscita al cinema ha incassato solo 900 mila yuan (11.000 euro).

¹⁹² Il mercato totale del box office cinematografico del 2009 era di 1,2 miliardi di euro (circa 10 miliardi di yuan) .

Sands Dreaming City è un film d'animazione che ha tentato di entrare anche nei mercati d'oltremare, ha partecipato al Festival di Cannes 2011 e ha ottenuto la nomination all'83° Oscar come miglior film d'animazione: è stato il primo lungometraggio di animazione cinese a partecipare agli Oscar.

Dello stesso anno, il film *CJ7: l'animazione* (长江七号爱地球, Chángjiāng qī hào ài dìqiú), un adattamento animato del film del 2010 e realizzato dalla China Film Group Corporation (中国电影集团公司, Zhōngguó diànyǐng jítuán gōngsī). Il film ha incassato 17 milioni di yuan (2 milioni di euro) al box office¹⁹³.

6.4.3 L'anno del Coniglio e dei record

Il 2011 è stato l'anno più produttivo al box office cinese perché l'animazione ha raggiunto dei livelli record di incasso: dai 543 milioni di yuan del 2010 (65 milioni di euro) ai 1,7 miliardi di yuan (204 milioni di euro). Il mercato è triplicato in un solo anno e i film visti al cinema sono passati da 12 a 25¹⁹⁴ del 2011.

Ancora una volta la maggior parte degli incassi va ai prodotti di origine estera. Basti pensare che *Kung fu Panda 2* è riuscito a guadagnare 620 milioni di yuan (74 milioni di euro) da solo al botteghino, una cifra che corrisponde a quasi il doppio della somma di tutti i film nazionali che hanno riscosso 325 milioni di yuan (38 milioni di euro). In tutto, le produzioni estere hanno guadagnato 1,35 di miliardi di yuan (162,5 milioni di euro), mentre la produzione nazionale ha incassato 325 milioni di yuan (39 milioni di euro).

Tab.16 – Top Ten animazione al botteghino nel 2011 (in milioni di yuan)

Posizione	Titolo dell'animazione	Nazionalità	Botteghino
1	<i>Kung fu Panda 2</i>	US	620
2	<i>I Puffi</i>	US	26
3	<i>Plesant Goat and Big Big Wolf, year of the rabbit</i>	CN	14,8
4	<i>Rio</i>	US	14,2
5	<i>Tintin</i>	US	13,2
6	<i>Cars 2</i>	US	7,9
7	<i>Animal United</i>	DE	6,5
8	<i>Little Big Panda</i>	CN-DE	4,6
9	<i>SEER (Space EnErgy Robot, 赛尔号)</i>	CN	4,4
10	<i>The Dragon Knight (洛克王国! 圣龙骑士)</i>	CN	3,3

¹⁹³ Invece il live action del 2008 ha realizzato 40 milioni di euro di incasso.

¹⁹⁴ Dati Entgroup nel sito: <http://www.entgroup.cn/views/a/14725.shtml>, ultimo accesso 22 ottobre 2013.

Fonte: Dati SARFT 2011

Come si nota dalla tabella 16, i primi due film di origine cinese compaiono al 3° e all'8° posto, invece *Seer* al 9° e *The Dragon Knight* al 10° chiudono la Top Ten. Ciò che subito balza agli occhi dalla tabella 13 sono i ricavi eccezionali di *Kung Fu Panda 2*, un'animazione ambientata in Cina ed intrisa di cultura cinese. Il suo antagonista cinese *The legend of a Rabbit* è costato 120 milioni yuan (14 milioni di euro) e al botteghino ha realizzato 16 milioni di yuan (1,9 milioni di euro)¹⁹⁵. *Little Big Panda* è un altro film d'animazione degno di nota. Il film sino-tedesco ha registrato il costo di produzione più alto della storia dell'animazione cinese, ossia 350 milioni di yuan (42 milioni di euro). Anche questo film non è riuscito a recuperare gli investimenti ed è solo 8° nella classifica dei film più visti del 2011 con un incasso pari a 44 milioni di yuan (5 milioni di euro).

6.4.4 L'anno del Dragone

La notizia più importante del 2012 (per gli appassionati di animazione) è di sicuro l'uscita nei cinema di *Monkey King*, versione rimasterizzata in 3D. Dopo 40 anni il film dei fratelli Wan riprende vita riscuotendo oltretutto l'incasso al botteghino di 49,49 milioni di yuan (6 milioni di euro). Anche se l'incasso totale dei film di animazione ha avuto un leggero declino, rimane comunque a quote molto alte pari a 168,5 milioni di euro (1,4 miliardi di yuan).

In questo periodo i film di animazione importanti sono molti e si iniziano a intravedere i primi risultati dell'industria dell'animazione che riesce a piazzare 5 film di origine cinese nella Top Ten. Ma ancora una volta ai primi posti si trovano 2 animazioni americane *L'era Glaciale 4* con 450 milioni di yuan (54 milioni di euro) di incasso, e *Madagascar 3* con 214 milioni di yuan (25 milioni di euro). Al 3° posto ritorna *Pleasant Goat l'anno del dragone* con 163 milioni di yuan (19 milioni di euro di incasso) ed è

¹⁹⁵ Il regista, Sun Lijun, è riuscito a realizzare il film in 3D in soli tre anni, aiutato da uno staff qualificato di 500 animatori. Alla domanda se il film è riuscito a recuperare i costi di produzione, il regista ha risposto che i costi sono tutti rientrati grazie alla distribuzione internazionale in 80 Paesi¹⁹⁵, e alla domanda se il film aveva preso ispirazione da *Kung Fu Panda*, la sua risposta è stata chiara: il film era stato pensato già molti anni prima di *Kung Fu Panda* e si aspettava solo che i finanziamenti arrivassero per poter lavorare.

sorprendente che il 4° posto sia occupato dal live-action/animazione di *Pleasant Goat, I love wolf*, confermando che *Pleasant Goat* è un prodotto molto forte in Cina ed è anche l'unica animazione cinese a superare lo soglia dei 100 milioni di yuan e a competere con le produzioni americane.

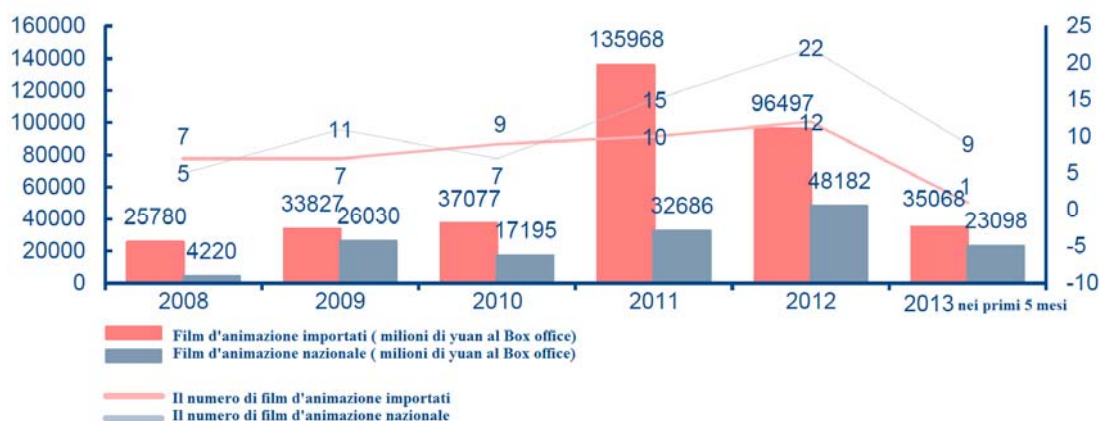
Tab.17 – Top Ten animazione al botteghino nel 2012 (in milioni di yuan)

Pos.	Titolo	Nazionalità	Incassi
1	"L'Era Glaciale 4	US	450
2	Madagascar 3 "	US	215
3	<i>Pleasant Goat and Big Big Wolf</i>	CN	163
4	<i>Pleasant Goat, I love wolf</i>	CN	130
5	<i>Wreck-It Ralph</i>	US	82,5
6	<i>Happy feet 2</i>	US- AUS	79,5
7	<i>Monkey King 3D</i>	CN	49,5
8	<i>McDull Dangdang(麦兜当当伴我心)</i>	CN-HK	49,1
9	<i>The Pirates! Band of Misfits</i>	US-UK	41,4
10	<i>SEER II</i>	CN	33,3

Fonte: Dati SARFT 2012

In questo anno sono stati rilasciati 22 film originali, 3 in meno rispetto al 2011, per un totale di incassi di 480 milioni di yuan (57 milioni di euro)¹⁹⁶.

Graf. 6 - Le entrate al botteghino dal 2008 al 2013 dei film d'animazione in Cina (milioni di yuan)



Fonte: www.wisburg.com

¹⁹⁶ Dati dal: <http://www.wisburg.com/wp-content/uploads/2014/01/%E4%B8%AD%E4%BF%A1%E8%AF%81%E5%88%B8-%E5%8A%A8%E6%BC%AB%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E4%B8%93%E9%A2%98%E7%A0%94%E7%A9%B6%E6%8A%A5%E5%91%8A%EF%BC%9A%E5%8A%A8%E6%BC%AB%E5%BC%95%E9%A2%86%E6%96%87%E5%8C%96-%E5%BC%80%E5%90%AF%E7%B9%81%E8%8D%A3%E5%91%A8%E6%9C%9F.pdf>, ultimo accesso 9 ottobre 2013.

Nel grafico 6 sono rappresentate le entrate al botteghino dal 2008 al 2013 dei film d'animazione in Cina, e si nota che gli incassi dell'animazione cinese in cinque anni sono più che decuplicati e questo segna un primo successo dell'animazione cinese .

6.4.5 L'anno del Serpente e del Cavallo

L'anno del *Serpente* è un anno molto importante per il cinema di animazione perché per la prima volta l'animazione nazionale riesce a superare gli incassi di quella straniera. Secondo alcuni dati rilasciati dall'EBOT Society, il 1° settembre 2013 l'animazione nazionale è riuscita ad incassare 550 milioni di yuan (66 milioni di euro), contro i 410 milioni di yuan (49 milioni di euro) di quella straniera, inoltre si prevede un incasso totale che dovrebbe aggirarsi intorno ai 1,3 miliardi di yuan (180 milioni di euro)¹⁹⁷. Come ogni anno *Pleasant Goat l'anno del serpente* guida la classifica provvisoria con 124 milioni di yuan (14 milioni di euro), seguito da *SEER 3* con 75 milioni yuan (9 milioni di euro), *Pleasant Goat I love wolf 2* con 72 milioni yuan (8,6 milioni di euro) e per finire *Il regno di locke 2* (洛克王国 2 圣龙的心愿, Luòkè wángguó 2 shèng lóng de xīnyuàn) con 68 milioni di yuan (8,2 milioni di euro) e *Submarine Story 3* con 56 milioni yuan (6,7 milioni di euro)¹⁹⁸. Come già successo nel 2012, tutti i film della Top Five sono dei sequel che hanno ottenuto dei buoni incassi al botteghino.

L'anno del Serpente verrà ricordato anche per un altro evento particolare relativo allo stop improvviso di un film di animazione americano *The Croods* della DreamWorks (cfr. cap.....l'hai già detto). Il film aveva incassato fino al suo stop anticipato (2 settimane prima del previsto) circa 47 milioni di euro e si preparava ad essere il secondo film di animazione straniero ad aver incassato di più nella storia del cinema cinese, ma l'8 giugno alle ore 14:00 è stata inviata una direttiva a tutte le sale di sospendere la proiezione del film immediatamente.

L'anno del Cavallo, il 2014, si aprirà con il sesto film di animazione di *Pleasant Goat speciale anno del Cavallo*. Ma la novità è sicuramente rappresentata dal nuovo film di Sun Lijun *The Ultimate Adventure* (终极大冒险, Zhōngjí dà màoxiǎn) che abbandona l'uso del 3D e sembra essere ispirato a film più vicini alla cultura orientale, con sfondi in

¹⁹⁷ Dati dell'EntGroup : <http://www.199it.com/archives/146693.html>, ultimo accesso 9 ottobre 2013.

¹⁹⁸ Dati del 22 agosto 2013 EntGroup.

3D e personaggi disegnati in 2D. Per la realizzazione del film, hanno lavorato 421 professionisti per un investimento complessivo di 70 milioni di yuan (8,5 milioni euro). In conclusione, il cinema di animazione negli ultimi cinque anni ha ottenuto degli ottimi risultati riuscendo ad ottenere degli incassi importanti e a costruirsi una propria immagine forte ed originale.

6.5 Diffusione fuori dalla Cina

La distribuzione all'estero è stata fortemente sollecitata dalle governo attraverso vari provvedimenti che in effetti hanno aumentato il volume delle esportazioni anche se ancora con un andamento poco lineare.

Storicamente per quanto riguarda i film di animazione sono state esportate 41 animazioni prodotte dalla Shanghai Animation Film Studio in diversi Paesi del mondo come Giappone, Spagna, Svizzera, Italia e altri ancora.

Secondo il *China Statistical Yearbook*, nel 2007 il mercato delle esportazioni ammontava a 73 milioni di yuan (8 milioni di euro) con un' immissione sul mercato di 30 serie per un totale di 2.244 episodi. Nel 2008 le serie sono aumentate, ma gli introiti si sono più che dimezzati incassando solo 3,5 milioni di euro, per 38 serie con un totale di 1877 episodi.

Dal 2009 le esportazioni sono cominciate ad aumentare, infatti sono state vendute 55 serie per un totale di 3191 episodi con un volume di affari di circa 44,5 milioni di yuan (5,5 milioni di euro).

Secondo gli esperti del settore (Qing 2006, Lu Bin 2013) la diffusione all'estero dei prodotti creativi di origine cinese comporta dei notevoli vantaggi per il Paese perché così riesce a far conoscere la propria cultura e a farsi strada anche sui nuovi mercati. Per questo motivo la SARFT continua a sollecitare le aziende a partecipare ai vari festival internazionali perché in questo modo si può sperare di negoziare i propri prodotti di animazione con gli editori TV e distributori esteri (Tan 2006).

6.6 Altre attività a sostegno della di diffusione: mostre e festival in Cina

Una delle politiche governative di supporto prevede la partecipazione delle animazioni alle fiere e ai festival internazionali più importanti, in modo da far conoscere i prodotti di animazione fuori dalla Cina. In aggiunta a questo, il governo cinese e i governi locali hanno pianificato la realizzazione di diversi festival e fiere internazionali anche sul territorio cinese (Jian 2011).

Grazie all'aiuto del governo, i film di animazione e in generale i prodotti audiovisivi animati sono presenti nella maggior parte delle manifestazioni, fiere e festival più conosciuti.

La prima edizione dello Shanghai International Animation Film Festival può essere considerato il primo festival dedicato esclusivamente all'animazione, organizzato nel 1988 principalmente dallo Shanghai Animation Studio con il supporto del governo. Durante il festival vennero proiettate 286 pellicole di 30 Paesi differenti e il vincitore di questa prima edizione è stato Te Wei con il film *Feeling from Mountain and Water* (山水情). L'edizione dello Shanghai International Animation Film Festival si è ripetuta nel 1992 e 2000. Inoltre sempre a Shanghai ci sono molte altre manifestazioni tra cui bisogna menzionare la China International Animation Game Expo direttamente gestita dal Ministero della Cultura in collaborazione con il governo locale e la provincia di Jiangsu¹⁹⁹.

Altri festival importanti, di cui si sono realizzate varie edizioni, sono: China International Animation Festival, Yantai International Animation Festival, Xiamen International Animation Festival, Changzhou China International Cartoon and Animation Art Week (Bluebook 2011).

Inoltre ogni anno la Communication University of China organizza una manifestazione importante dal nome Ani-WOW China International Student Animation Festival, questa manifestazione prevede non solo la partecipazione dei grandi studi internazionali, ma anche di studenti e giovani artisti che presentano i loro lavori durante la manifestazione. L'obiettivo principale del Festival è di promuovere principalmente le produzioni indipendenti cinesi non trascurando però quelle internazionali.

¹⁹⁹ Elenco ufficiale dei festival pubblicato dal Bluebook 2012, Capitolo 10.10.

Di notevole successo è anche la fiera del China (Beijing) International Fair for Trade in Services (CIFTIS)²⁰⁰ realizzata per la prima volta al China National Convention Center dal 28 maggio al 30 maggio 2012 (replicata anche nel 2013), organizzata dal Dipartimento del Commercio della Repubblica Popolare Cinese, in collaborazione con il Governo Popolare Municipale di Pechino e allestita da Content Zhongguancun Digital Industries Association e Beijing Animation & Game Industry Alliance.

La fiera è stata la piattaforma d'incontro tra il settore di animazione cinese²⁰¹ e le aziende occidentali come la BBC²⁰² e ha portato alla stipulazione di alcuni accordi importanti di coproduzioni di serie e film di animazione. Inoltre la fiera è stata il trampolino di lancio per la maggior parte degli studi di piccole dimensioni in Cina che, per la prima volta, avevano la possibilità di confrontarsi con i grandi studi nazionali e internazionali.

²⁰⁰ Sito ufficiale: <http://www.zgdcia.org.cn/Topic/TSC/Eng/>, ultimo accesso 4 ottobre 2013.

²⁰¹ Come China Unicom, China Mobile, China ACG Group, China Post Animation Post Office, CCTV Animation, Net Dragon Websoft Inc., Baidu, Tencent, Perfect World, Youxigu, Higher Education Press, Infiniti, J.P. Morgan First Capital Securities Co., Ltd., Zhongdan Investment & Credit Guarantee Co., Ltd., ecc.

²⁰² EA, Ubisoft, Nintendo, Crystal Digital Technology Co., Ltd., CAPCOM, BBC, Bigpoint GmbH, Fabrika Online LLC, Destiny Development, ecc.

7 CAPITOLO - Diffusione nei Nuovi Media

7.1 Struttura del Capitolo

In questo capitolo vengono analizzati i nuovi mezzi di diffusione dei prodotti di animazione (Mobile e Web). Segue un'analisi di alcuni prodotti di animazione indipendente che utilizza internet come piattaforma di distribuzione. Viene inoltre fornito il *case study* di un'animazione dal titolo *Miss Puff*, distribuita solo via web.

Anche in questo capitolo la metodologia di ricerca è basata sia sull'approccio STS per quanto riguarda lo sviluppo tecnologico, sia su una *desk research*.

Nel *case study* è stato utilizzato un approccio di tipo qualitativo e nello specifico l'intervista in profondità con l'autore Pi San e con alcuni ricercatori di animazione in Cina. La serie di animazione online *Miss Puff* è stata invece analizzata usufruendo delle linee guida di David Bordwell e Kristin Thompson (Bordwell 2010) e della metodologia di ricerca elaborata da Thomas Lamarre (2009) per quanto riguarda l'analisi del linguaggio stilistico dei film e delle serie animate.

7.2 La diffusione nei New Media

Nei primi anni del 2000 il governo cinese ha considerato tutti i prodotti della tecnologia digitale come vettori di crescita culturale e industriale con lo scopo di innovare l'industria creativa dal punto di vista tecnologico e sviluppare i collegamenti con i Nuovi Media per la diffusione dei prodotti creativi (Tan 2006).

Con il termine Nuovi Media vengono indicati tutti i mezzi di comunicazione di massa che si sono evoluti grazie all'avvento dell'informatica e sono pensati come i nuovi canali di comunicazione verso one-to-one, one-to-many o many-to-many (Dedney 2006)²⁰³. Dei Nuovi Media fanno parte tutte le evoluzioni dei media tradizionali i quali hanno la possibilità di ricevere e di trasmettere informazioni e hanno una connessione ad internet,

²⁰³ Dedney A., Ride P. (2006), *The New Media Handbook*, Routledge.

e Nuovi Media come, telefoni cellulari, tablet, portatili, console, videogiochi, ebook ecc. Essi, se connessi alla rete, possono ricevere informazioni in qualsiasi momento e ovunque, sfruttando diversi canali di comunicazione. Tutto ciò ha contribuito alla nascita di determinati prodotti che, attraverso la convergenza dei mezzi di comunicazione, possono essere fruiti su diversi tipi di piattaforma.

L'animazione è uno dei prodotti potenzialmente più importanti dei Nuovi Media che hanno creato nuove opportunità di mercato perché questo tipo di comunicazione non si limita alla diffusione e riproduzione dell'animazione tradizionale, ma anche a prodotti realizzati appositamente per questi mezzi.

La tecnica di animazione Flash ha apportato un importante sviluppo nel settore dei cartoon che, grazie alle nuove tecnologie di comunicazione come internet, il 3G o 4G, si è adattato ai nuovi mezzi riscuotendo grandi successi.

Negli ultimi anni in Cina questo nuovo tipo di mercato nell'animazione via web, via cellulare o via PC ha raggiunto una crescita molto considerevole. Secondo i dati del BlueBook del 2012 l'animazione digitale e il videogiochi su telefono rappresentano il 30% dei servizi: sono sì in fase di crescita, ma non sono al passo con gli altri Stati concorrenti(Bluebook 2013).

Lo sviluppo della rete di comunicazione mobile ed internet ha permesso la nascita di nuovi canali di vendita di prodotti d'animazione, come suonerie che si rifanno ai *gingle* dei cartoni famosi, MMS con personaggi animati, cortometraggi di animazione, riviste specializzate in animazione, web giochi, applicazioni e naturalmente i fumetti digitali.

Un esempio di questi nuovi modelli di diffusione e vendita sono i blog e forum realizzati dai fan, il più famoso e il più visitato è Greed continent²⁰⁴ (贪婪大陆, Tānlán dàlù) che altro non è che un cartoon network che esplora tutti gli aspetti connessi al mondo dell'animazione. Secondo i dati forniti da alexa.com, Greed continent è al 1° posto dei siti che si occupano di animazione ed è al 962° posto dei siti più visitati nella classifica mondiale. Ogni giorno è visitato da 600 mila persone (con un IP singolo), le pagine viste al giorno sono 6.000.000 e gli utenti iscritti sono circa 3 milioni di età compresa tra i 15 e i 30 anni.

²⁰⁴Sito ufficiale, <http://www.tanlandalu.com/>, ultimo accesso 1 ottobre 2013.

7.3 Diffusione sul web

Il web è una piattaforma strategica di distribuzione. Molte TV l'hanno capito e hanno creato un proprio sito dove è possibile vedere gratuitamente tutte le serie TV già andate in onda sul canale. Dal 2009 il sito della CCTV mette a disposizione online la maggior parte dei suoi prodotti per la visione gratuita da parte degli utenti.

La CNTV (China Network Television sotto il controllo della CCTV) gestisce tutti i contenuti delle reti del canale dove è presente anche la CCTV14²⁰⁵ con una libreria completa di animazioni e programmi che possono essere visti in tutto il mondo, inoltre il sito offre anche la diretta online (Cunnigam 2012).

Dunque ormai questo nuovo servizio di animazione on demand viene fornito da moltissime TV che cercano, grazie ad esso, di catturare l'attenzione di un pubblico più vasto mettendo a disposizione sul sito anche giochi e altre forme di intrattenimento come naturalmente molta pubblicità.

I prodotti video costituiscono una parte importante di questo mercato e secondo i dati rilasciati da iResearch nel 2012 il settore dei video online dal 2006 risulta in netta crescita con un incasso di circa 10 miliardi di yuan (1,2 miliardi di euro) ai quali vanno aggiunti circa 8 miliardi di yuan (960 milioni di euro) per la vendita degli spazi pubblicitari sui siti di videosharing (Xu 2011).

Nell'agosto dello stesso anno i contenuti video sono stati usufruiti per un totale di 4,1 miliardi di ore²⁰⁶ corrispondenti a un totale di 29.75 miliardi di video visionati, tra cui soprattutto serie TV (animazioni, fiction sia nazionali che internazionali) e film.

²⁰⁵ Pagina ufficiale CNTV della CCTV 14: <http://cctv.cntv.cn/cctvshaoer/index.shtml>, 1 settembre 2012.

²⁰⁶ China Watched 4.1 Billion Hours Online Videos in August, <http://www.chinainternetwatch.com/1735/china-watched-4-1-billion-hours-online-videos-in-august/#more-1735>, 18 settembre 2013.

Fig. 40 - I principali siti di web di videosharing in Cina



Fonte: Internet

Secondo i dati della iResearch aggiornati al gennaio 2013²⁰⁷, ci sono circa 452 milioni di utenti che utilizzano internet per vedere i video online e molti di loro utilizzano internet proprio per guardare online i cartoon. Questo nutrito gruppo si aggiudica il 2° posto nella classifica generale degli utenti che utilizzano internet. Al 1° posto invece compaiono coloro che visionano i siti dei motori di ricerca (454 milioni) e al 3° posto i social network con 439 milioni.

La mancanza di concorrenza dei siti di videosharing americani (in modo particolare Youtube) ha creato una seria competizione di siti con al centro il videosharing che cercano di imitare principalmente il più famoso Youtube. In un primo periodo questo tipo di siti web dedicati al videosharing erano tantissimi, oggi il numero si è ristretto in ragione di fusioni e di acquisizioni.

Secondo i dati del febbraio 2013 realizzati da comScore²⁰⁸, Youku si trova in cima ai siti di videosharing più visti con 113,5 milioni di visitatori al mese (grazie anche all'acquisizione dell'altro colosso Todou), segue la Tencent con 103 milioni al mese ed infine i 99 milioni di LETV.

²⁰⁷ Top Ten China Popular Internet Service in Jan 2013, <http://www.chinainternetwatch.com/2068/top-10-china-popular-internet-service-in-jan-2013/#ixzz2jFV2c9gy>, accesso 22 dicembre 2012.

²⁰⁸ Top 3 Video Networks in China: Youku, TENCENT and LETV: <http://www.chinainternetwatch.com/2189/youku-tencent-letv-top3-network-video/#ixzz2jFRfez2C>, ultimo accesso 18 settembre 2013.

7.3.1 Youku.com

Questo paragrafo prende in esame i siti web più rilevanti in Cina che hanno come business i contenuti video per numero di visitatori e diffusione.

Il più famoso sito di video streaming è Youku.com (优酷, yōukù, letteralmente eccellente e cool), fondato nel 2006, che risulta essere il secondo sito video al mondo dopo Youtube. Inizialmente questo sito aveva lo stesso scopo di Youtube, una piattaforma video sulla quale gli utenti privati caricavano i loro video personali, ma col tempo il sito si è concentrato anche su contenuti creati da professionisti internazionali acquisendo circa 1.500 licenze per la diffusione dei prodotti realizzati da professionisti (Jarboe 2011).

Negli ultimi anni Youku ha pensato di produrre anche dei prodotti originali sia per quanto riguarda la fiction che per l'animazione, dando spazio anche ai registi indipendenti di produrre dei video e la libertà di creare i propri prodotti²⁰⁹.

Nella sezione del sito dedicata all'animazione chiamata Youku 动漫²¹⁰ (Youku animazione) sono presenti varie sezioni dedicate all'animazione giapponese, coreana, europea ed americana e naturalmente anche nazionale, nonché promozioni di video di animazione originale.

Il sito ha diffuso dei video di artisti e professionisti del settore dell'animazione che altrimenti non avrebbero avuto spazio sul mercato tradizionale televisivo e anche delle animazioni indipendenti come *5000 domande scherzose* (十万个冷笑话, Shí wàn gè lěng xiàohuà)²¹¹, il famoso *Kuang Kuang* creata dall'ormai noto regista Pisan, e il film *Il fratello zombi* (尸兄, Shī xiōng)²¹².

²⁰⁹ Libertà limitata per quanto riguarda i prodotti che offrono pornografia, argomenti politici ecc.

²¹⁰ Sito ufficiale: <http://comic.youku.com/>, 18 settembre 2013.

²¹¹ Realizzata da Sky Network Technology Pechino 北京四月星空网络技术有限公司.

²¹² Serie online di 13 episodi del 2013, http://www.youku.com/show_page/id_zd227afe2764b11e2a19e.html, ultimo accesso 18 settembre 2013.

7.3.2 QQvideo

La Tencent Holdings Limited ²¹³(腾讯控股有限公司, Téngxùn kònggǔ yǒuxiàn gōngsī) offre dei servizi molto interessanti, tipo i famosi QQ messenger, Wechat, Tencent Weibo (腾讯微博, Téngxùn wēi bó) e QQ Games, ma esiste anche un servizio dedicato al videosharing con la piattaforma QQ video (腾讯视频, Téngxùn shìpín). Fondata nel 2011 con lo scopo di offrire contenuti video professionali, la Tencent Holdings Limited risulta molto originale perché usa nuove modalità di produzione e diffusione, come ad esempio la possibilità di creare e produrre cortometraggi, web fiction e contenuti video realizzati dagli utenti stessi con il supporto di QQ. Secondo il sito ufficiale, la forte promozione di prodotti originali permetterà all'utente di avere video più soddisfacenti²¹⁴. Il settore dedicato all'animazione di QQ contiene soprattutto video di animazione giapponese in esclusiva come *Diabolik Lovers* (ディアボリックラヴァーズ, Diaborikku Ravāzu), *Hyperdimension Neptunia* (超次元ゲーム ネプテューヌ, Chōjigen Geimu Neputyūnu), *Coppelion* (コッペリオン, Kopperion) e *Golden Time* (ゴールデンタイム, Gōrudēn Taimu). Inoltre supporta l'animazione originale fornendo un apposito spazio sul sito dove è possibile reperire le ultime uscite di animazione indipendente.

7.3.3 LeTV, iQiyi e gli altri siti di videosharing

LeTV (乐视网, Lèshì wǎng) è una piattaforma di videosharing nata nel 2004 che inizialmente dava spazio solo alla musica, oggi invece è una piattaforma completa tra le più professionali del video in stream e anch'essa ha predisposto uno spazio dedicato esclusivamente all'animazione. E' riuscita a stipulare dei contratti (chiamati Zero Days) con i fornitori di contenuti esteri per avere l'esclusiva cinese di alcune animazioni e ha delle partnership strategiche con studio di animazioni nazionali, come Guangdong Alpha Animazione, ed esteri, come Disney e Nickelodeon.

Vanno ricordati inoltre altri siti di videosharing:

²¹³ La valutazione di mercato della Tencent è salita a US \$ 101.000.000.000, <http://rthk.hk/rthk/news/englishnews/news.htm?englishnews&20130917&56&950237>, ultimo accesso 18 settembre 2013.

²¹⁴ "Strategia Editoriale" di contenuti originali 视频网站布局“出品战略”以原创内容为核心: <http://video.iresearch.cn/44/20110818/147466.shtml>, ultimo accesso 18 settembre 2013.

- iQiyi (Ài qí yì)²¹⁵ che ad aprile registrava 270 milioni di ore settimanali trasmesse e che dedica un grande spazio all'animazione;
- Fushion (风行网, Fēngxíng wǎng) che destina uno spazio apposito per l'animazione sia nazionale che internazionale. Inoltre su Fushion animation²¹⁶(风行网动漫动漫, Fēngxíng wǎng Dòngmàn) si possono trovare anche molti contenuti di animazione per una fascia di utenti più adulta che in media settimanalmente raggiungono circa 161 milioni di ore;
- PPLive²¹⁷, nato come sito per vedere lo sport live, oggi è una piattaforma con un importante spazio dedicato all'animazione, infatti la postazione trasmette circa 142 milioni di ore settimanali;
- Sohu (搜狐) è una piattaforma con 85 milioni di ore viste;
- CNTV registra 25 milioni di ore;
- Phoenix conta 19 milioni di ore
- Thunder con 19 milioni di ore.²¹⁸

Nel 2012 ci sono state varie fusioni e acquisizioni tra i siti di videosharing, la più importante è quella di Youku che ha comprato la concorrente Toudou (il 2° sito più importante di videosharing di allora in Cina)²¹⁹.

7.3.4 Dati delle principali visite online

I siti WEB di videosharing presi in esame in precedenza offrono anche la possibilità di visionare le classifiche dei video di animazione più visti sulle loro piattaforme.

Ad esempio su QQplayer il cartone più visto nel mese di ottobre 2013 è *Canzoni educative di Beva*²²⁰ (贝瓦儿歌, Bèi wǎ érgē), una serie di animazione flash molto semplice di circa 2 minuti che ha avuto 68,5 milioni di visualizzazioni (adatta ad un

²¹⁵Sito ufficiale di *iQing bambini*: <http://child.iqiyi.com/>, 23 novembre 2012.

²¹⁶Sito ufficiale <http://www.funshion.com/cartoon/>, 23 novembre 2012.

²¹⁷Sito ufficiale <http://cartoon.pptv.com/>, 23 ottobre 2012.

²¹⁸ Maggiori info sul sito <http://www.chinainternetwatch.com/category/social-media/online-video/>, 23 ottobre 2012.

²¹⁹ In realtà il fondatore di Toudou, Gary Wang, ha venduto il sito al suo concorrente perché ha l'intenzione di creare il più grande animation studio a Pechino per fare poi concorrenza diretta alla Pixar. Riferendosi alla vendita di Toudou, il signor Wang ha dichiarato: "non l'avrei fatto cinque anni fa, ma ora è il momento giusto", prefigurando evidentemente il momento favorevole per la produzione e distribuzione di film di animazione. questo articolo in: Tudou Founder Eyes Big Screen, Web Entrepreneur Gary Wang Is Opening Studio to Produce Animated Movies for China: <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424127887324539404578341700329865228>, 3 novembre 2013.

²²⁰ Sito ufficiale di Beva: <http://g.beva.com/>, 3 novembre 2013.

pubblico giovanissimo). Al 2° posto si posiziona una serie TV di animazione giapponese dal titolo *Shinchan* (45,7 milioni di visualizzazioni) e il 3° posto è occupato da *Coniglio Beckham* (兔小贝儿歌大全, Tù xiǎo bèi érgē dàquán), una serie di animazione educativa della durata di 2 minuti (41 milioni di spettatori) (Tab. 16).

Tab. 16 - Top 7 delle animazioni più viste sui 3 più importanti siti di videosharing

			
1	可可小爱 第四季 <i>Cocoa Little Love quarter</i> (CN) 1.895.430	贝瓦儿歌 <i>Canzoni educative di Beva</i> (CN) 1.469.000	巨神战击队 <i>Dio Warstrike</i> (CN) 1.012.358
2	名侦探柯南 <i>Detective Conan</i> (JP) 1.890.919	蜡笔小新 <i>Shinchan</i> (JP) 1.208.000	喜羊羊与灰太狼之开心日记 <i>Pleasant Goat and Big Big Wolf</i> (CN) 987.321
3	贝瓦儿歌 <i>Canzoni educative di Beva</i> (CN) 1.516.803	哆啦 A 梦 <i>Doraemon</i> (JP) 1.136.000	蜡笔小新 <i>Shinchan</i> (JP) 672.086
4	猫和老鼠<50周年纪念版> <i>Tom and Jerry</i> (US) 1.329.494	兔小贝儿歌大全 <i>Coniglio Beckham</i> (CN) 997.000	恐龙世界 <i>Dinosaur World</i> (CN) 645.663
5	郭德纲相声动画版全集 <i>Guo Degang</i> (CN) 1.316.128	倒霉熊 <i>Bernard l'orso</i> (ROK) 791.000	米奇妙妙屋 <i>Topolino</i> (US) 558.568
6	喜羊羊与灰太狼之开心日记 <i>Pleasant Goat and Big Big Wolf</i> (CN) 1.047.370	植物大战僵尸动画版 <i>Zombies Animazione</i> (CN) 724.000	爱探险的朵拉第一季 <i>Dora</i> (US) 558.052
7	粉红猪小妹 <i>Peppa</i> (GB) 982.667	哆啦 A 梦 <i>Doraemon</i> (JP) 654.000	刀剑神域 <i>Sword Art Online</i> (JP) 408.685

Fonte: dai siti ufficiali.

Il videosharing ha permesso ai giovani talenti di avere uno spazio dove far vedere la loro produzioni.

Gli autori coinvolti nella realizzazione di animazioni indipendenti sono molto spesso formati dalle università, dunque sono dei laureati o degli studenti capaci di creare dei network e lavorare in team per dei progetti anche complessi (CNRR 2013).

7.5 Diffusione mobile

La Cina è il Paese con il maggior numero di connessioni e di cellulari al mondo. Secondo i dati della China Internet Network Information Center (CNNIC), pubblicati nel gennaio 2013²²¹, i Netizen, cioè coloro che utilizzano attivamente internet (Hauben 1997) in Cina sono circa 564 milioni, invece 420 milioni di utenti utilizzano regolarmente internet dal telefono cellulare²²². Il 60% utilizza internet per il web-game, ma il dato più significativo riguarda il 60% degli utenti che usa internet per il web-video. Quindi ci sono circa 350 milioni di utenti che naviga dal telefonino per vedere le sue serie preferite e altri video.

Il target di riferimento dell'animazione per "apparecchi mobili" è molto diverso da quello del web perché si rivolge principalmente ad un pubblico sotto i 25 anni, invece l'animazione video per cellulare è usata principalmente dal 49% degli utenti (dai 15 ai 25 anni) di cui il 45% comprende la fascia di età tra i 25-35 anni, il 5% sono gli over 35 e solo 1% sono gli utenti al di sotto dei 15 anni (Zhang Zhaole 2011).

Anche le caratteristiche estetiche sono diverse dall'animazione dedicata al web: i personaggi devono essere in primo piano per ovviare al problema della dimensione degli schermi degli smartphone; lo stile deve essere vivace e semplice; e oltretutto la durata non deve essere superiore ai 20 minuti.

Gli smartphone e i tablet, secondo i ricercatori, risultano essere un'ottima piattaforma di diffusione dei contenuti di animazione. La maggior parte delle piattaforme web di videosharing si sono adattate a questa nuova forma di diffusione generando applicazioni dedicate per tutti i supporti, principalmente Apple, Android e Java. Dal punto di vista economico il mercato totale dei video online risulta di circa un miliardo di euro e, guardando gli ultimi dati, la diffusione dei video online è in forte crescita con l'avvento della tecnologia del 3G (Ruilan 2011).

La diffusione dei video su mobile ha come protagonista i gruppi web del videosharing e secondo il report di iResearch²²³ al 1° posto della classifica mobile video si piazza *Youku*

²²¹ Statistical Report on Internet Development in China (January 2012), http://www1.cnnic.cn/IDR/ReportDownloads/201209/t20120928_36586.htm, access 22 December 2012

²²² The entire population of users, who have a mobile phone, is about 800 million (CNNIC, 2013).

²²³ Mobile video gets massive: China's Youku hits 200m daily mobile views, <http://memeburn.com/2013/07/mobile-video-is-here-in-a-big-way-chinas-youku-hits-200m-daily-mobile-views/>, ultimo accesso 22 novembre 2013.

con più di 14 milioni di visitatori unici giornalieri e con 200 milioni di visualizzazioni giornaliere (dati luglio 2013) che fanno 1,3 miliardi di visualizzazioni mensili sul mobile²²⁴. Il 2° e 3° posto sono occupati da PPTV con 7,9 milioni e Qiyi Video con 7,4 milioni di contatti unici. Le fonti ufficiali di Youku riferiscono che in giugno 2013 sono state viste circa 180 milioni di ore di video sull'applicazione Youku dedicata al mobile. Sempre dai dati di iResearch risulta che, nei dispositivi mobili, il grande volume dei video trasmessi sono di origine giapponese, principalmente animazioni e serie TV del Sol Levante.

I prodotti di animazione studiati per la trasmissione su dispositivi mobile ha avuto un grande successo e per questo si è organizzato un festival dedicato a questo tipo di prodotto (Zhao Yong 2011). I vincitori dell'edizione (2013) sono: 1° posto *Le avventure di Potato Man "Dragon Fu Yue"*²²⁵(土豆侠之《龙腾福跃》, Tǔdòu xiá zhī “lóngténg fú yuè”) realizzato dalla Teamcool Animazione (天之谷网络科技有限公司, Tiān zhī gǔ wǎngluò kējì yǒuxiàn gōngsī), un'animazione divertente ispirata ai *Kung Fu movie* e che dura solo 3 minuti; 2° posto *Kuiba* (魁拔之十万火急, Kuí bá zhī shíwàn huǒ jí), realizzata dalla Vasson Animation (北京青青树动漫科技有限公司, Běijīng qīngqīng shù dòngmàn kējì yǒuxiàn gōngsī), è un'animazione sul tema delle arti marziali; 3° posto *2nd-Life* (茗记, Míng jì), realizzata dallo Studio L-Key (北京风网信息技术有限公司, Běijīng fēng wǎng xìnxī jìshù yǒuxiàn gōngsī), è un'animazione sentimentale della durata di 6 minuti con uno stile simile alle *anime* giapponesi. Tutte queste animazioni sono riuscite a riscuotere anche un discreto successo internazionale: *Kuiba* era già un famoso film di animazione mentre *2n-Life*²²⁶ è diventato un vero caso interessante sul web perché è stato seguito da milioni di spettatori e sono state create diverse versioni per le varie piattaforme²²⁷.

²²⁴ Nel mese di giugno 2013.

²²⁵ Visibile su questo sito <http://www.youtube.com/watch?v=GZvB9Rq-g0o> ultimo accesso il 1° novembre 2013.

²²⁶ Visibile su questo sito http://v.youku.com/v_show/id_XNjlzMTcwMDA.html, ultimo accesso il 1 novembre 2013.

²²⁷ Le animazioni create per il cellulare vengono riadattate per il web e viceversa e qualche volta anche per la TV. Essendo un concetto nuovo di distribuzione, le aziende cercano di seguire gli esempi provenienti dal Giappone e Corea del Sud, ma ad oggi non si ha un'idea ben precisa di come sviluppare il settore.

La popolarità dei telefoni cellulari e la rete 3G (4G) rendono l'animazione più facilmente accessibile per gli utenti ed molte aziende hanno investito in questa direzione.

La Topani Fujian Sirius Animation²²⁸ (福建天狼星动漫有限公司, Fújiàn tiānlángxīng dòngmàn yǒuxiàn gōngsī) ha voluto investire sul settore mobile cercando di generare un nuovo marchio, il 3GKIDS, con la creazione di una serie animata originale per il mobile dal titolo *Kid Phone* (手机小子, Shǒujī xiǎozi) che ha ottenuto il premio di produzione da parte delle SARFT nel 2009 perché è stata considerata come un prodotto altamente innovativo. Nel 2009 sono stati realizzati 20 episodi tratti da questo cartone, nell'anno successivo però gli episodi sono diventati 15 fino ad arrivare alla quota stabile di 10 episodi per mobile e web TV all'anno.

Dal 2011 si realizzano 26 episodi per la TV ossia circa 500 minuti all'anno.

La strategia dello 3GKIDS ha fatto maturare anche molti derivati come ad esempio libri, videogiochi, giocattoli, gioielli, abbigliamento, e altri tipi ancora per un totale di 20 modelli (Liao 2011).

Inoltre il personaggio di questa animazione ha ricevuto il premio Nazionale Creativo (“国家动漫品牌建设和保护计划”, Guójiā dòngmàn pǐnpái jiànshè hé bǎohù jìhuà)²²⁹ nel 2013 dal Ministero della Cultura nel contesto di supporto e promozione avviato dal Ministero per rafforzare l'immagine nazionale dell'animazione originale.

La Golden Eagle, come abbiamo già visto, è stata una delle prime aziende di animazione a pensare alla diffusione di serie animate studiate per i dispositivi mobili e la prima animazione realizzata è stata la serie *La vita è bella* (2009)²³⁰.

²²⁸ Sito ufficiale <http://www.fjagia.org/User/News-Detail.aspx?id=103&userid=72>, ultimo accesso 4 novembre 2013.

²²⁹ Sito della notizia: http://comic.k618.cn/zbtz/dzh/201310/t20131010_3999895.htm, ultimo accesso 2 novembre 2013.

²³⁰ Che è arrivata finalista al Festival del gioco e animazione originale per cellulare (中国原创手机动漫游戏大赛, Zhōngguó yuánchuàng shǒujī dòngmàn yóuxì dàsài), che si svolge ogni anno nella provincia dello Hunan ed è promosso dal Ministero della Cultura, dal Ministero dell'Industria e dell'Informazione e Tecnologia, dal Ministero della Pubblica Istruzione e dalla provincia dello Hunan. Sito ufficiale <http://match8.nciyuan.com/> ultimo accesso 4 novembre 2013.

7.6 Il caso di *Miss Puff*: un esempio di animazione innovativa online

Un autore molto importante per la realizzazione di animazione online originale è il regista Pi San (il cui vero nome è Wei Bo) che ha rivoluzionato il modo di pensare dell'animazione cinese. Pi San è noto al mondo grazie alla sua produzione indipendente dal titolo *Kuang Kuang*, un'animazione dai contenuti ideologicamente impegnati che ritrae e denuncia l'attuale situazione sociale cinese.

Pi San, insieme ad altri artisti, desidera creare un nuovo metodo di comunicazione che va oltre quello dell'animazione tradizionale cinese. La serie di animazione realizzata da Pi San per il sito di videosharing Youku dal titolo *Miss Puff* rappresenta, ad esempio, una delle prime serie di maggior successo destinata solo alla diffusione via internet, ed inoltre ha ottenuto un significativo successo commerciale²³¹.

7.6.1 Il contesto produttivo di *Miss Puff*

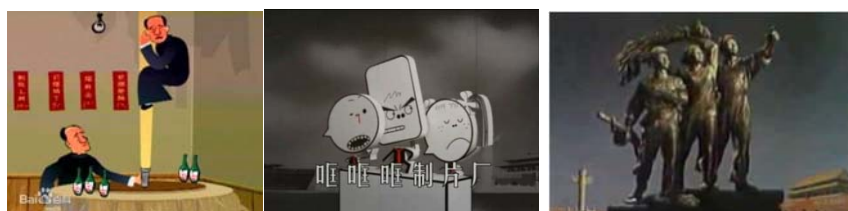
In questo paragrafo viene descritto il modo in cui *Miss Puff* è stato ideata e diffusa per il suo pubblico web, inoltre si analizzano le caratteristiche principali che hanno fatto diventare questa animazione famosa in Cina.

Pi San è uno dei rappresentanti più importanti dell'animazione originale cinese, è un vero regista indipendente di animazione, nonostante tutte le difficoltà dovute al rigido controllo del governo centrale cinese. Leggendo il curriculum di Pi San, si può notare che è un artista veramente qualificato. Si è formato lavorando con i media tradizionali mainstream e ha inoltre lavorato per due volte come animatore in alcune serie TV della CCTV, di cui la più famosa è *La stazione della felicità* (快乐驿站, Kuàilè yìzhàn)²³²: una commedia animata, trasmessa l'8 ottobre 2004, che mette in luce le problematiche della società usando lo stile umoristico tradizionale cinese e le tecniche di animazione allora considerate fresche ed innovative.

Fig. 41 - A sinistra La stazione della felicità; al centro l'inizio dell'animazione Kuang Kuang; a destra l'immagine originale di riferimento utilizzata nei film di propaganda

²³¹ Ottenuto grazie anche ad una strategia molto chiara di product placement e ad un ottimo consenso degli utenti, soprattutto dei più giovani che vivono nei grandi centri urbani e che hanno visto affrontati in questa serie i problemi di ogni giorno.

²³² Questa animazione è andata in onda sino al 2012. Di seguito il link del sito ufficiale della CNTV <http://ent.cntv.cn/enttv/kuailyizhan/vidoepage/>, ultimo accesso 21 ottobre 2013.



Fonte: screenshot dai video originali

Ma la sua più famosa serie animata destinata al WEB a livello internazionale è *Kuang Kuang*, censurata in Cina perché molto critica nei confronti della situazione sociale del Paese. L'episodio più interessante di questa serie è *Kuang Kuang edizione speciale dell'anno del Coniglio* (哞哞哞贺岁 特别版 兔年 贺卡, Hesui tèbié bǎn tù Nian hèkǎ), dove Pi San racconta uno dei più grandi fatti di cronaca che ha colpito la Cina nel 2008, ossia il problema del latte in polvere combinato con melanina²³³. Il regista utilizza una metafora per descrivere questo fatto: la gente comune è rappresentata da conigli i cui bambini muoiono subito dopo aver bevuto il latte. Così i genitori/conigli vanno a lamentarsi con le autorità, rappresentate da tigri che, invece di aiutarli, li picchiano brutalmente fino ad ucciderli.

Fig. 42 - Alcune scene di *Kuang Kuang edizione speciale dell'anno del Coniglio*



Fonte: screenshot dai video originali

Nel 2005 Pi San fondò il proprio studio di animazione indipendente a Pechino è proprio qui che sono venuti alla luce *Kuang Kuang* e *Miss Puff*²³⁴.

Fig. 43 - Esterno ed interno dello studio Hutoon a Pechino

²³³ Che ha causato non solo la morte di 6 neonati, ma anche le sofferenze di oltre 300.000 bambini, secondo gli ultimi studi.

²³⁴ In un luogo molto singolare della città e cioè la 798 Art Zone, un distretto industriale dedito alla produzione di armamenti tecnologici militari, che però è stato rivitalizzato diventando uno dei luoghi più creativi e innovativi della Cina.



Fonte: foto realizzate a Pechino

Miss Puff (泡芙小姐第一季, Pào fú xiǎojiě dì yī jì) è una serie animata che oggi conta 104 episodi suddivisi in otto stagioni in onda dal 1° aprile del 2009 ed è stata finanziata direttamente²³⁵ dal sito di videosharing Youku sottoforma di Youku Original, cioè di prodotti realizzati solo per la piattaforma Youku. *Miss Puff* ha stabilito il record per quanto riguarda gli episodi prodotti per la piattaforma *Youku* in Cina. Il primo episodio è stato visto ben 500 milioni di volte²³⁶ nel 2013, i successivi hanno raggiunto un volume di 200 milioni di utenti per ogni episodio e si conta più di un milione di fan appassionati²³⁷ della serie.

7.6.2 Riferimenti culturali e la dimensione del non-luogo .

Per l'analisi tecnica ed estetica della serie di *Miss Puff*, è stata determinante la lettura del libro *Film Art: An Introduction* di David Bordwell e di Kristin Thompson che illustrano in maniera eccellente le teorie sui principi di illuminazione, narrazione, colore, inquadrature ed editing. *Miss Puff* è stata realizzata con la tecnica di animazione flash e quindi l'autore ha pensato di produrre una serie ibrida tra animazione e realtà (live-action), utilizzando video reali in luoghi reali come sfondo e i suoi personaggi in animazione: questa non è una tecnica innovativa, infatti è presente fin dalle origini nel cinema d'animazione. Pi San è ricorso a questa tecnica per due motivi principali:

- per abbattere i tempi e i costi di produzione e ridurre il tempo di creazione di questi video;

²³⁵ Youku finanzia le fiction e le serie animate destinate alla sua piattaforma attraverso la vendita degli spazi pubblicitari e in *Miss Puff* attraverso il product placement .

²³⁶ Fonte <http://baike.baidu.com/view/5451880.htm>, ultimo accesso 23 settembre 2013.

²³⁷ Maggiori informazioni in cinese nell'articolo *Miss Puff dalla serie animata ai mini libri: 《泡芙小姐》MINI 剧收官 图书绘本或年内上市* http://news.xinhuanet.com/yzyd/ent/20130829/c_117143544.htm, ultimo accesso 23 settembre 2013.

- per pubblicizzare l'immagine di una Cina moderna²³⁸ e dare anche un taglio di realismo alla serie.

Nel libro *An Introduction to Film Studies*, Jill Nelmes sostiene che l'uso del live-action come sfondo rende l'animazione una “rappresentazione di ciò che è 'reale' nel registrare il mondo concreto e tangibile”. Il realismo della serie è stato sfruttato principalmente per scopi pubblicitari e per il product placement²³⁹, perché i personaggi dell'animazione utilizzano oggetti reali che siano essi macchine, telefonini e altro, dai quali Youku ha ottenuto i proventi necessari per avviare la produzione della serie. Il realismo di *Miss Puff* diventa più vivace grazie all'utilizzo della tecnica di camera a mano nelle sequenze del live-action, per cui l'immagine risulta meno stabile, ma più intensa e reale. In *Miss Puff* le immagini reali dello sfondo e i personaggi creati in animazione non si scontrano mai dal punto di vista estetico, grazie ad un'attenta ricerca fotografica studiata dal direttore della fotografia negli sfondi di live-action che riescono ad integrarsi molto correttamente con i colori e la luce usata per i personaggi animati (Fig. 44).

Fig. 44– alcuni screenshot dell'animazione originale



Fonte: Screenshot dal primo e secondo episodio di *Miss Puff*

La serie di solito usa un linguaggio filmico e narrativo semplice, soprattutto nei primi cinque episodi, molto simile ai linguaggi utilizzati nelle produzioni occidentali (Fig.4).

Fig. 45 – Screenshot dell'animazione originale

²³⁸Nell'intervista Pi San diceva che la Pechino, che è rappresentata nella serie, non esiste, perché Pechino è una città molto più triste e distaccata da quella di *Miss Puff*.

²³⁹ È lo strumento attraverso il quale si pianifica e si posiziona un marchio all'interno delle scene di un prodotto cinematografico a fronte del pagamento di un corrispettivo da parte dell'azienda che viene pubblicizzata. Da Wikipedia [http://it.wikipedia.org/wiki/Product_placement_\(Italia\)](http://it.wikipedia.org/wiki/Product_placement_(Italia)), ultimo accesso 22 ottobre 2012.



Fonte: screenshot dal primo e secondo episodio di *Miss Puff*

I primi cinque episodi della prima serie sono stati realizzati in una metropoli moderna, un "non-luogo", con solo pochi riferimenti alla cultura cinese, anche se ci sono alcune chiare allusioni alla città di Pechino, ma queste possono essere solo codificate da un pubblico cinese o da qualcuno che conosce molto bene la cultura cinese.

Secondo Pi San, questa strategia è stata inizialmente scelta al fine di creare un prodotto ibrido²⁴⁰.

Analizzando l'intera serie di *Miss Puff*, è interessante notare che dal primo episodio al quinto, come abbiamo già detto, ci sono pochi riferimenti alla cultura cinese. In effetti Miss Puff vive in una casa che sembra progettata da IKEA, la posizione dell'edificio si trova nel centro di un moderno complesso metropolitano (non-luogo), frequenta dei luoghi visivamente simili a quelli di cultura europea, piuttosto che cinese, guida auto costose, usa un MacBook e l'iPhone mentre guarda le partite di calcio europee in TV. La maggior parte dei video e dei vari contributi nella serie fanno riferimento alla cultura occidentale e a non quella cinese²⁴¹.

Nell'intervista che il direttore Pi San mi ha rilasciato, in occasione del nostro incontro avvenuto il 12 luglio 2012, ha illustrato la sua teoria del non-luogo dicendo:

"All'inizio non volevo impostare la serie in una città cinese, perché volevo creare una metropoli moderna e alla moda. Quando il pubblico ha iniziato ad amare la serie, abbiamo incominciato a inserire molti più elementi culturali della città reale, anche se, in realtà, la città di Pechino, che vediamo in *Miss Puff*, è molto più vicina ad un aspetto estetico di una città occidentale rispetto a quella reale di Pechino".

²⁴⁰ Per maggiori info su i non luoghi e ibrido in Approfondimenti nel paragrafo Il non Luogo.

²⁴¹ In realtà negli episodi iniziali della prima stagione ci sono vari riferimenti culturali cinesi che non sembrano essere codificati e chiari ad un pubblico occidentale, ma comunque anche gli utenti cinesi, durante la visione dell'animazione, percepiscono una città totalmente diversa da quelle tipiche cinesi e quindi non si avverte la sensazione che sia ambientato in Cina.

Un altro esempio importante di riferimenti culturali non cinesi è l'uso di sequenze di videogiochi giapponesi come Super Mario e Street Fighter e inoltre alcuni personaggi e situazioni ricordano la serie giapponese di *Densha Otoko* (電車男, Train Man), così come la maggior parte della colonna sonora di questa serie ha espliciti richiami alle colonne sonore di film famosi occidentali o giapponesi (Cohn 2012) .

Dal quinto episodio in poi possiamo notare un cambiamento soprattutto nei luoghi frequentati dalla protagonista: vengono inseriti nuovi e maggiori riferimenti culturali della reale società cinese, si cominciano a vedere le vere periferie della città, insomma si capisce che si è a Pechino, grazie anche a dei riferimenti espliciti come la cartina che la protagonista fa vedere, inoltre si intravede il nuovo edificio della CCTV.

7.6.4 L'impatto sociale delle nuove città in *Miss Puff*

Secondo il regista, nella prima parte della serie è stato abbastanza logico partire con una strategia narrativa ed estetica più ampia. Il compito dei primi cinque episodi è stato quello di orientare la scelta per la creazione del personaggio principale, accattivante e contemporaneo, e consentire al pubblico di prendere confidenza con la serie ed essere attratto dalla storia. La stessa strategia è stata adoperata anche nella pubblicità grazie all'utilizzo di product placement non invasivi, e una volta che lo show è riuscito a costruirsi una base di utenti fedeli, si è passati ad una fase dove la storia, i product placement e lo sfondo sono tutti ben definiti e ben codificati dagli spettatori cinesi.

La strategia seguita da Pi San e il suo team è volta a descrivere, attraverso i media (tra cui film , serie TV, cartoni), il fenomeno dell'emancipazione socio-economica di alcune città cinesi, prendendo come Pechino come set principale e seguendo il concetto di *city-based* che è ormai in voga da almeno 30 anni (Xue Jinwen , 2009). Il *city-based* si ebbe dopo la riforma economico-politica del 1978, anno in cui cominciò l'urbanizzazione della Cina. Negli ultimi cinque anni c'è stato un aumento di storie ambientate nelle grandi città (Bing 2009) e queste vicende hanno fornito una risorsa, secondo il China News Agency (2011), di "intrattenimento-divertimento" e "comprensione filosofica della vita" per il pubblico giovane nato dopo il 1980 o il 1990.

Per quanto riguarda le caratteristiche principali dei personaggi, *Miss Puff* è una giovane donna che vive in una città moderna e il ruolo della città è molto importante, come lo stesso Pi San ha confermato nell'intervista:

"la nuova serie sarà girata a Pechino, ma Youku sta valutando alcune proposte da parte di nuovi sponsor che chiedono di girare alcuni episodi della nuova stagione di *Miss Puff* in altre città cinesi" (Quotidiano del Popolo online 2011) .

Il personaggio di *Miss Puff* lavora per una rivista di moda, vive in modo indipendente ed ha uno stile di vita tipico dei colletti bianchi²⁴².

Sempre nell'intervista del 12 luglio 2012 realizzata nello suo studio di Pechino, Pi San dice²⁴³:

“per l'aspetto estetico mi sono ispirato ad una famosa cantante e attrice cinese Wang Fei (王菲), per quanto riguarda il suo carattere mi sono guardato intorno ed ho incominciato a studiare mia moglie”.

Le storie raccontate sono molto diverse tra loro e parlano principalmente delle storie amorose di *Miss Puff* ambientate nella città, per esempio il tema dell'11° puntata della prima serie riguarda la ricerca di un nuovo appartamento. Questo è uno dei problemi più comuni per le persone chiamate "Bei Piao" (coloro che cercano di sopravvivere nelle grandi città in Cina) che si trovano ad affrontare situazioni molto diverse dal proprio luogo di origine. Anche *Miss Puff* è costretta ad affrontare questo problema sociale ed entra a far parte della categoria degli "Ant Group " (Shi Taoyang 2010) .

Gli argomenti riguardanti la "casa" e il mercato immobiliare sono dei temi tipici nella Cina moderna. Secondo alcuni ricercatori, è stata una strategia intelligente scegliere questo tipo di tema perché interessa molto al pubblico che si vede personalmente coinvolto: nel rivedere i commenti online di questo episodio, la maggior parte degli spettatori rivede se stesso. Anche se *Miss Puff* stessa è una sorta di modello "ideale" con

²⁴² E dunque le giovani generazioni che vivono nelle grandi città non hanno difficoltà ad identificarsi in questo personaggio, dal momento che la maggior parte di loro sostiene di condurre lo stesso standard di vita di *Miss Puff*.

²⁴³ Intervista rilasciata a Yan Han e Vincenzo De Masi il 12 luglio 2012.

uno stile di vita visibilmente "perfetto", le storie intorno a lei sono realistiche e hanno sempre suscitato o scoperto una sorta di "dolore" della vita di città.

8 Capitolo - Gli altri Paesi concorrenti

8.1 Struttura del capitolo

Per avere un situazione aggiornata del settore dell'animazione in Asia, in questo capitolo si sono presi in considerazione i Paesi come Corea del Sud, Giappone e Taiwan, analizzando lo sviluppo dell'industria dell'animazione.

E' stata attuata un'attenta analisi riguardante la produzione, lo stile e i modelli di diffusione più comuni di questi Paesi. Il *case study* ha preso in esame la glove puppetry taiwanese, un'arte tradizionale che è riuscita a riscuotere successo non solo a Taiwan ma anche a livello mondiale.

In questo capitolo è stato utilizzato l'approccio STS e l'uso di interviste in profondità realizzate negli studi giapponesi più importanti (Sunrise, Gainax, Madhouse ecc..) con esperti taiwanesi e con il vicepresidente della Pili international Corporation a Taipei.

8.2 Modelli competitivi

Quando si parla di animazione in Asia di solito si pensa subito al Giappone e alla Cina, ma in realtà esistono anche Paesi come Taiwan e la Corea del Sud che hanno saputo realizzare un proprio stile e interessanti fatturati che sono stati presi poi come esempio dalle politiche industriali attuate negli ultimi anni dalla Cina.

Il capitolo prende in esame per primo il settore dell'animazione della Corea del Sud, della Corea del Nord, del Giappone e infine di Taiwan.

Un altro punto fondamentale del presente lavoro riguarda l'analisi dettagliata delle diverse scuole di animazione e anche di alcuni *case studies* come la serie di animazione *Pili* a Taiwan, che potrebbero essere importanti in quanto forme alternative di sviluppo dell'animazione in Cina.

8.3 L'animazione e il fumetto in Corea del Sud

Uno dei maggiori competitor e modello di riferimento per la Cina è sicuramente l'industria creativa presente nella Corea del Sud perché quest'ultima:

- ha sviluppato una catena industriale importante nel campo dell'animazione e del fumetto in poco tempo ed oggi è un pilastro importante per l'industria e la cultura coreana;
- ha sempre considerato il settore dell'animazione come la base portante del settore industriale, promuovendo politiche governative in suo favore.

La Cina ha effettuato politiche simili alla Corea del Sud, ma con un ritardo di ben 20 anni e con uno sviluppo tecnologico molto diverso (Tang 2006).

8.3.1 La nascita dei Manhwa in Corea del Sud

Un'altra analogia che si può riscontrare tra il settore dell'animazione coreano e quello cinese è data dalla parola con la quale ci si riferisce al settore stesso dei fumetti e dell'animazione. Di fatto il termine *Manhwa* (만화,漫畵), utilizzato in Corea sia per le produzioni animate che per quelle dei fumetti, è simile al termine cinese *Manhua* (Netcomics 2008²⁴⁴).

L'industria dell'animazione coreana, come quella taiwanese, si è evoluta grazie alle produzioni di origine occidentale provenienti soprattutto dagli studi americani che hanno fatto della Corea uno dei Paesi con produzione in outsourcing. Basti pensare che in Corea si producono le serie famose americane *I Simpson* e *I Grifit* e anche altre di origine europea.

Dal punto di vista storico l'animazione coreana nasce nel 1956 grazie alla pubblicità di una bibita gassata (Yihangu 2004²⁴⁵) il cui titolo era *OBsinalko* (OB 시날코), mandata in onda per pochi secondi sulla televisione pubblica HLKZ TV.²⁴⁶ Ma solo nel 1967 si ha la nascita del primo lungometraggio dal titolo *Hong Gildong* (홍길동, 1967) dove il protagonista è un personaggio di fantasia tratto da un vecchio romanzo coreano scritto

²⁴⁴ Netcomics (2008), *Manhwa 100: The New Era for Korean Comics*, Netcomics.

²⁴⁵ Yihangu(이한구 2004), 한국 재벌사(Korea chaebol four), 대명출판사(Daming Publisher), 2004.

²⁴⁶ Nello stesso anno è stata trasmessa la seconda animazione dal titolo *Dentifricio fortunato* (릭키치약, leogkichiyag).

durante la dinastia *Joseon* (1392- 1897) dal titolo *Tale of Hong Gildong* (홍길동전, 洪吉童傳, Hong Gil-dong-Jeon, 1440-1510).

Come abbiamo visto anche la Corea ha subito l'invasione delle *anime* e *manga* giapponesi, ma tra l'inizio degli anni Settanta e la fine degli anni Ottanta (Lent 1999) il governo coreano decise di bandire tutti i prodotti di provenienza giapponese, come film, programmi televisivi, giornali, riviste, *anime* e *manga*, promuovendo il cosiddetto “anti-Japanese sentiment”²⁴⁷ risalente all'occupazione giapponese, prima della seconda guerra mondiale (Dator 2006)²⁴⁸. In questo periodo i circa 120 studi, che lavoravano per le produzioni straniere, si sono riconvertiti per realizzare oltre alle produzioni americane anche quelle per le TV e cinema coreani. Tutto ciò ha comportato l'incremento della produzione di storie originali e ricche di racconti e personaggi della cultura tradizionale coreana, come *Taoist Mutul* (머털 도사, meoteol dosa, 1989), le cui illustrazioni e personaggi sono il risultato di un vero miscuglio delle tecniche giapponesi e americane (Lin 2011).

Per far fronte alla richiesta incessante delle TV, gli studi coreani hanno realizzato delle animazioni con storie e personaggi copiati (e non autorizzati) delle *anime* giapponesi già molto famose in Corea, come ad esempio *Robot Taekwon V*²⁴⁹ (로봇 태권 V, 1976)²⁵⁰ molto simile al famoso *Mazinga Z* (マジンガーZ, Majingā Z, 1972) o *Space Gundam V* (스페이스 간담브이, seupeiseu gandambeu-i, 1982) che si ispira liberamente alla famosa serie giapponese *Macross*. Il regista di queste animazioni è il famoso Kim Cheong-gi²⁵¹ (김청기, 金青基), pietra miliare dell'animazione moderna coreana. La

²⁴⁷ Sentimento ancora vivo nelle generazioni educate in questo periodo (1970 -1990). Ancora oggi questo sentimento anti-giapponese è presente nelle linee governative, ma la stragrande maggioranza dei giovani amano la cultura pop giapponese.

²⁴⁸ Dator J. A. (2006), *Fairness, Globalization, And Public Institutions: East Asia And Beyond*, University of Hawaii Press, pag 332-335.

²⁴⁹ In questo episodio una delle sequenze che fa discutere riguardo al ‘sentimento anti-giapponese’ è la prima parte del film nella quale compaiono molte bandiere internazionali ma soprattutto quella bandiera giapponese, ciò significa che i registi erano totalmente liberi nel creare le loro animazioni.

²⁵⁰ La versione integrale, restaurata nel 2005 con i sottotitoli in inglese, può essere consultata su <http://www.youtube.com/watch?v=wKlb03hbsk0>, ultimo accesso 12 dicembre 2013.

²⁵¹ Kim Cheong-gi è nato nel 1941 in Corea a Gyeongsang (경성부, 京城府, 일본어) sotto il dominio giapponese. È stato uno dei più influenti creatori della cultura pop coreana con i suoi film e serie di animazione come *Tale of Three Kingdoms* (삼국지, 1980), *Super Taekwon V* (슈퍼 태권브이, 1982), i film di *Wuroemae* (우뢰매, 1986, 1987), *Super Hong Gil-Dong* (슈퍼 홍길동, 1987), *Guru Kong-cho*, *Super Hong Kil-Dong 2* e *Super Hong Kil-Dong 3* (공초도사와 슈퍼 홍길동 제 2탄, 슈퍼 홍길동 3, 1988 e 1989), *Bioman* (바이오맨, 1989), *Santos and Daengki Ddoli* (삼토스와 땡기돌이, 1990), *Robot TaeKwon V 90* (로봇 태권브이 90, 1990), *Gag Unit Robot Twins* (개그특공대 로봇트윈스, 1993), Queen Esther

maggior parte delle sue produzioni, anche quelle copiate dalle *anime* giapponesi, sono state trasmesse e acquistate dagli Stati Uniti, Canada e da alcuni Paesi europei. Kim Cheong-gi era ormai diventato un'icona dell'animazione coreana perché era riuscito ad ottenere anche delle coproduzioni con gli USA (*Frank Agrama* e *Ahmed Agrama* per la versione inglese) per il suo film di robot *Golden Wing 123* (황금 날개 123, 1978). Cheong-gi ha aperto la strada all'epopea di film con robot con il suo film *Robot Taekwon V* che è stato il trampolino di lancio di sequel ispirati a questo robot in Corea. Il robot ha riscosso così tanto successo che ormai è diventato uno degli idoli dei giovani anche perché rappresenta il tipico eroe coreano, vicino alla cultura, alle tradizioni e all'arte coreana, nonostante sia ispirato alla serie giapponese. Un esempio significativo è il fatto che il robot combatte usando la tradizionale arte coreana di lotta, ossia il Taekwondo.

Dunque, al contrario della Cina, la Corea è riuscita a sfruttare l'occasione data dall'outsourcing per formare i propri professionisti, i quali hanno saputo dare un notevole contributo all'animazione moderna che riscuote molto successo ancora oggi, basti pensare ad esempio a *Fly super board* (날아라 슈퍼보드, 1990), *Baby Dinosaur Dooly*(아기 공룡 돌리, 1987) e *Kkobi kkobi* (꼬비 꼬비, 1997).

8.3.2 La nuova generazione animata

Il governo coreano si è impegnato attivamente per la realizzazione di politiche mirate per supportare e finanziare il settore dell'animazione considerato uno dei settori più competitivi del 21° secolo.

Secondo Kim Jing Wan della Korean Educational Development Association²⁵², l'industria dell'animazione coreana doveva essere curata in tutte le sue fasi per avere un successo in patria e all'estero.

Ed è quello che ha fatto il governo con l'introduzione nel 1999 della "Basic Law for the Promotion of Cultural Industries", nata per creare una forte base giuridica sulla quale l'industria culturale doveva sorgere. Questo sistema di leggi si concentrava sullo

(왕 후 에스더, 1996), *Lim Keok Jeon, Korean Robin Hood* (의적 임격정, 1997) Kwanggeto Taewang (The Great Emperor, 2004).

²⁵² Info: <http://eng.kedi.re.kr/khome/eng/webhome/Home.do>, ultimo accesso il 29 ottobre 2013.

sviluppo dell'industria creativa e in particolar modo dell'animazione che, sotto la costante protezione di un sistema giuridico conforme al settore, è riuscita a realizzare una catena di valore redditizia. La regolamentazione del sistema giuridico adattato al settore ha aiutato il corretto sviluppo delle aziende culturali diventando la base importante del buon funzionamento dell'industria dell'animazione coreana (Sungeun 2008)²⁵³.

Inoltre il governo coreano ha fatto della tutela dei diritti della proprietà intellettuale la base di questo settore e, grazie ad una rigorosa tutela dei diritti di autore, l'industria creativa ha stabilito dei meccanismi di ritorno economico tali da mantenere il buon funzionamento del settore (Qing 2006).

Il 12 gennaio del 2001 il governo coreano ha modificato il codice penale per quanto riguarda il "diritto d'autore" inserendo, nel capitolo 9 della legge, ben 97-103 sanzioni penali e misure penali più severe per chi infrange i diritti di autore (Tan 2006).

Oltre a finanziare²⁵⁴ e incentivare la produzione di animazione (giochi e fumetti), con politiche fiscali preferenziali, il governo coreano ha istituito un fondo particolare per fornire un capitale a rischio ai progetti considerati più importanti. Se il progetto dovesse ottenere un successo economico, il governo e le imprese ne condividerebbero i proventi. Sempre per incentivare la crescita del settore, il governo coreano ha anche emanato diversi regolamenti (come in Cina) che regolano la trasmissione dell'animazione di origine straniera a vantaggio di quella coreana (Research and Markets 2013). Grazie a questi regolamenti il rapporto di diffusione dell'animazione coreana è del 45% in patria, il 33% appartiene alle *anime* giapponesi e il 22% ad altri Paesi (Lin 2011).

Un altro interessante e utile provvedimento è stato quello di finanziare la costruzione di infrastrutture adibite ad ospitare studi, aziende e istituti dedicati al settore dell'animazione. Infatti nel 1999 ha finanziato Bucheon Cartoon Information Data Center (BCIC) e Seoul Cartoon Information Data Center (SAC), ma ce ne sono molti altri come Gyujanggak Cartoon Museum (한국만화박물관, hangug manhwa bagmulgwan) o Puchon Cartoon Information Center (Tang 2006). Inoltre sono sorti degli istituti

²⁵³ Sungeun S. (2008), Behind the Korean Broadcasting Boom, NHK broadcasting studies 2008 No.6, http://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/archives/200803_index.html, ultimo accesso 2 ottobre 2013.

²⁵⁴ Per esempio il governo attua degli sconti del 20% dell'imposta sul reddito.

di ricerca e delle associazioni di vario tipo come Cartoon & Animation Society in Korea, The Korean Cartoonist Association, Korean Women Cartoonist Association, Korean Society of Cartoon & Animation Studies, The Korea Society Manhwa Exhibit. E' grazie alla nascita di queste nuove istituzioni che sono iniziati a fiorire e proliferare i festival di animazione a tutti i livelli.

L'educazione dei professionisti del settore ha assunto inoltre un ruolo importante per lo sviluppo del settore stesso e il governo coreano ha promosso l'interazione delle aziende produttrici con il mondo accademico attraverso collaborazioni mirate e la formazione di professionisti qualificati con l'intento di dare all'animazione uno spazio maggiore nel mercato interno, coperto allora dalla produzione di origine straniera (Tan 2006, Qing 2006).

Oltre a supportare il mondo dell'istruzione in patria, il governo ha invitato gli studenti coinvolti nel settore dell'animazione a studiare all'estero nelle migliori università, come rappresentanti del governo coreano. Al contrario degli studenti cinesi, dei quali la maggior parte non ritorna in patria, molti degli studenti coreani invece tornano con un bagaglio professionale e anche con delle consolidate relazioni con gli istituti esteri, utili per future collaborazioni.

Già nel 2004 le università coreane avevano creato ben 114 istituti dedicati alle discipline dell'animazione per la formazione di 5000 nuovi professionisti in grado di alimentare costantemente il settore (Qin 2006). Oggi sono presenti circa 500 studi di animazione in cui lavorano circa 86.000 animatori professionisti (Research and Markets 2013).

L'animazione coreana, al contrario di quella cinese, si rivolge non solo ad un pubblico giovane ma anche a fasce di età più adulte e in questo senso ricalca il trend delle *anime* giapponesi e, come loro, raccontano delle storie più vicine alla vita reale affrontando così tematiche sentimentali o sociali.

Oggi il settore coreano di animazione ha un valore in uscita del 30% nel mercato globale ed è diventato una delle sei industrie più importanti e redditizie dell'economia nazionale (Tan 2006).

Secondo gli ultimi dati della Research and Markets (2013)²⁵⁵, circa il 90 % della produzione è realizzata per aziende straniere, *in primis* per il nord America, Europa e Giappone, piazzandosi così al terzo posto della classifica mondiale con 178 mila minuti prodotti nel 2013, dopo Cina e Giappone.

Il settore è in crescita da molti anni con una quota che oscilla dall'8 al 10% ogni anno, con un valore complessivo, con i derivati, di 4,85 miliardi di euro (7079 miliardi di won) e senza i derivati, di circa 404 milioni di euro (589 miliardi di won)²⁵⁶.

8.4 Le animazioni in Corea del Nord

Anche la Corea del Nord risulta una base strategica per la produzione di animazione per gli studi stranieri, un esempio eclatante è rappresentato dalla realizzazione de *Il Re Leone* (1994)²⁵⁷, film della Disney. Inoltre si sono realizzati circa sette film in Corea del Nord destinati al mercato statunitense nonostante la sanzione di commercio (condotta dagli USA)²⁵⁸.

L'anello di congiunzione tra l'animazione della Corea del Nord e i mercati internazionali è la società sud coreana AKOM Production (에이콤프로덕션, Animation KOrea Movie) fondata dal famoso regista di animazione nord coreano Nelson Shin (신능균, Shin Neung-kyun).

Col passare degli anni AKOM studio si è guadagnato delle esclusive di produzione importantissime come le prime due stagioni de *I Simpson*, *X-Men*, *Transformers* ed altre ancora. Da sempre AKOM collabora con lo Scientific Educational Korea (della Corea del Nord), comunemente chiamato SEK Studio (조선 4·26 아동영화촬영소, joseon 4 26 adong-yeonghwachwal-yeongso, testualmente Korean April 26 Children's Film Studio) che, nato per realizzare animazioni di propaganda, oggi produce film di

²⁵⁵ Research and Markets (2013), Animation Industry in South Korea: Strategies, Trends & Opportunities 2013, Dublin, Ireland pag. 43.

²⁵⁶ Gli studi coreani più famosi sono in ordine alfabetico: Anivision, Cinepix, Dong Woo Animation, DR Movie, EMation, Grimsaem, Hanho Heung-Up, Heewon Entertainment, Iconix Entertainment, Koko Enterprises, Plus One Animation, Rough Draft Studios, Saerom, Sei Young Animation Co., Ltd., Studio Kaab, Studio Mir, Sunwoo Entertainment, Team 5P, Toon-Us-In e Yearim.

²⁵⁷ Per maggiori informazioni: <http://www.atimes.com/atimes/Korea/IC14Dg03.html>, ultimo accesso 23 ottobre 2013.

²⁵⁸ Di questi film non si conoscono i titoli, questo evita le eventuali sanzioni contro le società americane.

animazioni e serie per tutto il mondo. L'Europa rappresenta la principale meta dei prodotti Made in Corea del Nord, infatti l'Italia e la Francia sono i Paesi che producono più animazioni in Corea del Nord (Schönherr 2012)²⁵⁹. Secondo Dominique Boisshot, presidente dello studio di produzione francese Les Films de la Perrine, lo studio SEK ha degli ottimi animatori, è al passo con le tecnologie ed è uno dei migliori studi dove realizzare dei prodotti di animazione di qualità con costi esigui, in quanto se uno stesso prodotto fosse realizzato in Francia comporterebbe un costo maggiorato di circa 6 volte (Kitchens 2003)²⁶⁰. Lo studio SEK ha instaurato un rapporto privilegiato con lo studio italiano di distribuzione e produzione Mondo TV S.p.A.²⁶¹, uno degli studi più importanti di tutta Europa per la distribuzione e produzione di prodotti animati. Nel 1985 iniziò a produrre e realizzare le proprie animazioni in collaborazione con la Corea del Nord, e lo studio SEK realizzò moltissimi lavori per Mondo TV e coprodusse una serie animata di 26 episodi chiamata *Sandokan: La Tigre della Malesia*, insieme alla Rai, Taurus Film (Russia) e TF1 (Francia). Nel 2006 SEK e Mondo TV coprodussero anche il film animato di *Padre Pio* (90 minuti).

I professionisti di SEK vengono formati nelle migliori università nord coreane come la Kim Il Sung University, e lo studio può contare su 1500 artisti che lavorano per 70 compagnie sparse in tutto il mondo²⁶². Uno dei suoi più importanti lavori è *Empress Chung* (왕후 심청 王后沈淸, Wanghu simcheong) animazione considerata un capolavoro, diretto da Nelson Shin, coprodotto dalle due Coree e per la prima volta in assoluto rilasciato simultaneamente nei cinema in entrambi i Paesi e precisamente il 12 agosto del 2005²⁶³.

Secondo il sito specializzato di animazione internazionale Animation Career Review, che ha stilato la classifica dei 100 studi di animazione più influenti di tutti i tempi, lo

²⁵⁹ Schönherr J. (2012), *North Korean Cinema: A History*, McFarland.

²⁶⁰ Inoltre Boisshot aggiunge che i contratti vanno firmati da entrambi gli studi e non sono permessi contatti via e-mail o telefono con i singoli animatori durante la produzione in Kitchens S. (2003), *Axis of animation*, Prudence Petitpas, by way of Pyongyang, Forbes, <http://www.forbes.com/global/2003/0303/014.html>, ultimo accesso 23 ottobre 2013.

²⁶¹ Mondo TV è una delle prime aziende mondiali ad aver avuto contatti con la produzioni giapponesi di animazione, infatti è stata fondata da Orlando Corradi nel 1964 con l'intento di acquistare i diritti delle serie giapponesi e di provvedere alla distribuzione in tutta Europa.

²⁶² Più di 4500 sono i professionisti che lavorano negli studi nord coreani. Fonte <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2000060923000601>, ultimo accesso 23 novembre 2013.

²⁶³ Ci sono voluti otto anni solo perché il progetto andasse in porto, di cui circa tre per la preproduzione.

studio *SEK* si classifica al 85° posto²⁶⁴ grazie alle sue produzioni internazionali e alla qualità delle sue animazioni.

8.5 Il Giappone e le sue *anime*

Come si è ribadito più volte in questo lavoro, le *anime* giapponesi rappresentano la fonte di ispirazione e modello economico per la Cina, l'Asia e il resto del mondo.

Questo paragrafo prende in esame, in maniera sintetica, le principali caratteristiche che contraddistinguono le *anime*.

L'animazione giapponese è riconosciuta da tutto il mondo come una delle industrie creative più fiorenti degli ultimi 40 anni ed è l'unico Paese al mondo dove le serie animate possono durare ininterrottamente per 45 anni, come è successo con *Sazae-san* (サザエさん)²⁶⁵, serie TV andata in onda la prima volta nel 1969 sul canale della Fuji TV ed ancora oggi una delle *anime* più seguite in Giappone²⁶⁶.

Dal punto di vista creativo, un esempio è rappresentato dalla serie animata *Anpanman* (アンパンマン), in onda su Nihon TV ogni venerdì dal 1988²⁶⁷, ciò che sorprende di questa serie è il fatto che sono apparsi più di 2000 personaggi fino ad oggi, dando al cartone un'interessante struttura creativa. E' il cartone più amato dalle persone di età compresa tra gli 0 e i 12 anni e risulta in testa alla classifica da dodici anni consecutivi. La longevità delle serie animate ha garantito una stabilità finanziaria per gli studi di produzione nel sistema dei derivati giapponesi che costituiscono la linfa vitale per la promozione, produzione e sperimentazione di nuove *anime*.

Dai *manga* vengono poi realizzati, il più delle volte, delle *anime*.

Dal punto di vista narrativo le *anime* giapponesi traggono quasi sempre ispirazione dalla propria cultura e mettono in scena oggetti reali e ambienti molto simili a quelli reali, persino nelle produzioni più fantascientifiche i robot giganti, ad esempio, s'ispirano ai samurai.

²⁶⁴ Top 100 Most Influential Animation Studios of All-Time, <http://www.animationcareerreview.com/articles/top-100-most-influential-animation-studios-all-time?page=0,1>, ultimo accesso 23 novembre 2013.

²⁶⁵ Guinness dei primati nel 2013 come la serie di animazione più lunga di tutti i tempi.

²⁶⁶ Le serie storiche giapponesi si rinnovano sempre e il loro successo è dato dall'ottima narrazione, dalla forte caratterizzazione dei personaggi e soprattutto dagli ottimi professionisti e produttori che credono nei progetti

²⁶⁷ In origine andava in onda il lunedì, ma nel 1996 è stata spostata al venerdì.

Anche se nelle loro animazioni sono presenti tratti culturali tipici giapponesi, i prodotti esportati in tutto il mondo non si sono scontrati con le culture degli altri Paesi, anzi la risposta del pubblico è stata sempre molto positiva (Pellitteri 2008).

L'aspetto estetico è molto importante in queste animazioni e si è evoluto sempre più soprattutto negli anni Ottanta con la moda chiamata *Kawaii* (かわいい / 可愛い), proveniente principalmente dalla subcultura delle *anime* e *manga*. Il termine *kawaii* può essere tradotto in italiano con *carino/grazioso* ed è diventato una parte molto forte della cultura popolare giapponese. L'idea di questo termine è che tutto può essere migliorato per diventare più gradevole alla vista. Così questa moda si mescola con l'edilizia, l'urbanistica e entra nella vita comune e quotidiana del Giappone.

Fig. 46 - Da sinistra a destra, transenne Kawaii; i Pokemon sugli aerei dell'ANA; i personaggi della serie di Doraemon sui treni, stazione metro di Fukuoka



Fonte: wikipedia, <http://sakuragirlslovejapan.blogspot.ch/>, <http://virtualneko.com/kawaii-neko-grunge-neko-sl/>, <http://muza-chan.net/japan/index.php/blog/kawaii-fukurou-koban-police-station>

La moda *Kawaii* cerca di rendere le regole e gli avvisi pubblici più semplici e di facile impatto comunicativo e dunque vengono di fatto “*manghizzati o fumettizzati*”.

Fig. 47 - Da sinistra, come sono rappresentati i poliziotti nelle stazioni di polizia; consigli manghizzati, stazione di polizia di Harajuku nel centro di Tokyo



Fonte: http://cherriipop.blogspot.ch/2010_10_01_archive.html,

Inoltre in alcune stazioni ferroviarie, nella metropolitana e in altri edifici pubblici ci sono sempre dei riferimenti relativi alle animazioni, come ad esempio le statue dei personaggi dei cartoni o placche commemorative di registi, autori di animazione, e addirittura la musica di attesa nelle stazioni è la colonna sonora delle animazioni.

Da un sondaggio della Mitsubishi Research Institute risulta che l'87% dei giapponesi amano le *anime* e che l'84% utilizza i loro derivati.

E' questo il contesto culturale in cui le *anime* giapponesi hanno avuto origine cambiandone in seguito il suo aspetto sociale e rendendo il Giappone la patria delle *anime*.

8.5.1 Supporti governativi?

Il governo giapponese ha sempre riconosciuto l'animazione come base economica e culturale e perciò ha cercato continuamente di incrementarne la diffusione attraverso l'esportazione dei suoi prodotti all'estero anche per rafforzare lo "spirito culturale giapponese". Le *anime* hanno sempre avuto un forte impatto non solo sulla cultura nazionale ma anche in tutti i Paesi del mondo dove si organizzano manifestazioni, fiere, festival di animazione che hanno come tema le *anime* giapponesi (Naizhen 2012). Il governo giapponese non finanzia e supporta direttamente l'animazione perché il sistema vive con le leggi del mercato e tutte le società sono private. Il governo supporta e sponsorizza l'animazione attraverso gli eventi pubblici, festival e altri eventi e agevola tutte le pratiche legislative per lo sviluppo del settore. Inoltre il governo ha usato alcuni personaggi famosi delle *anime* come sponsor ufficiali della cultura giapponese all'estero e in patria. I governi regionali finanziano il settore perché è considerato un'industria "verde" e quindi da promuovere.

Il documento White Paper Information and Communications in Japan del 2010:

“regional promotion through *Anime*. Promotion of the anime industry as a “green industry” as well as local revitalization through the stimulation of tourism, shopping, etc., by branding the area the “*Anime Town*”²⁶⁸.

²⁶⁸ 2010 White Paper Information and Communications in Japan”, Ministry of Internal Affairs and Communications, Japan

L'utilizzo dei personaggi delle *anime* come promozione nazionale e internazionale ha riscosso così tanto successo che molte province e città hanno usato la stessa tecnica per la promozione turistica e culturale.

Fig. 48 - Da sinistra, la mappa realizzata dal comune di Hakone con un personaggio di Evangelion; a destra la cartina ufficiale del Giappone realizzata dalla Japan National Tourism Organization, con i luoghi delle anime



Fonte: Sito ufficiale di Hakone

Il settore dell'animazione in Giappone rende tra i 5 ed i 6 miliardi.

Nella presentazione relativa ai Paesi come Taiwan e Corea del Sud, abbiamo visto che i fattori determinanti per il successo delle animazioni sono una forte base culturale e uno sviluppo ordinato della catena industriale.

La Cina cerca di prendere il meglio da più Paesi: dal Giappone l'originalità creativa e dalla Corea le politiche economiche attuate dal governo coreano. Secondo alcuni esperti, questi due esempi (giapponese e coreano) possono di sicuro essere di aiuto al governo cinese, ma prima di tutto si dovrebbero modificare le leggi sul copyright e farle rispettare dalle aziende e dagli studi nazionali di produzione (Qing e Tan 2006, Lu Bin 2013).

8.6 Taiwan e il mercato animato

Secondo il rapporto redatto dal Ministero dell'Economia taiwanese, contenuto nel volume Digital Content Industry Promotion Office, Ministry of Economic Affairs (MoEA 2013/05), il settore dell'animazione taiwanese viene così ripartito: film di

animazione, animazione TV, animazione per i Nuovi Media, diritti di autore per l'immagine animata e derivati.

Negli ultimi anni il settore ha registrato uno sviluppo maggiore grazie alle svariate e numerose opportunità offerte dalle società estere che producono film d'animazione in outsourcing (+10,1% nel 2011²⁶⁹). Sempre nel 2011 l'animazione per i New Media è cresciuta del 4,6 % soprattutto grazie alla nascita dell'animazione studiata per gli smartphone, alle applicazioni per sistemi Android e Apple (MoEA 2012)²⁷⁰.

Il mercato dell'animazione (computer animation) nel 2012 risulta essere in costante crescita e registra un incremento del 14,77% rispetto al 2011 (MoEA 2012), raggiungendo un valore totale di 176 milioni di dollari (128 milioni di euro)²⁷¹.

Per ovviare alle piccole dimensioni del mercato interno taiwanese (23,2 milioni di abitanti) le aziende hanno cercato di espandere il mercato dei contenuti digitali in Paesi come la Cina, Hong Kong, Giappone e Corea del Sud, sfruttando la loro vicinanza geografica e culturale. Alcune imprese sono riuscite ad ottenere un tale successo con le loro esportazioni di animazione e videogiochi che hanno aperto delle loro filiali nei mercati concorrenti. Ad esempio la SoftWorld International Corporation²⁷² (智冠科技股份有限公司, Zhì guān kējì gǔfèn yǒuxiàn gōngsī) possiede delle filiali in tutto il sud est asiatico, anche la Gamania Digital Entertainment (遊戲橘子數位科技股份有限公司, Yóuxì jú zǐ shùwèi kējì gǔfèn yǒuxiàn gōngsī) risulta avere delle filiali a Tokyo, Pechino, Shanghai, Hong Kong e Seoul; poi la XPEC Entertainment (樂陞科技, Lè shēng kējì) che, oltre ad avere delle filiali in Asia, collabora attivamente anche con le più grandi aziende americane e giapponesi per la creazione di contenuti, infatti possiede delle filiali anche negli Stati Uniti (Chiu 2012)²⁷³.

²⁶⁹ Il valore totale dell'animazione nel 2011 corrispondeva a 110 milioni di euro (150 milioni di dollari), dati del Ministero dell'Economia Taiwanese, contenuti nel libro Digital Content Industry Promotion Office, Ministry of Economic Affairs 2012.

²⁷⁰ MoEA (2012), Digital Content Industry Promotion Office, Ministry of Economic Affairs 2012, Ministry of Economic Affairs Digital Content Industry Office 2004 Digital Content Industry in Taiwan. Ministry of Economic Affairs, Taipei.

²⁷¹ MoEA (2013), Digital Content Industry Promotion Office, Ministry of Economic Affairs 2013, Ministry of Economic Affairs Digital Content Industry Office 2004 Digital Content Industry in Taiwan. Ministry of Economic Affairs, Taipei.

²⁷² Sito ufficiale in inglese: <http://www.soft-world.com/>, ultimo accesso 22 dicembre 2013.

²⁷³ Chiu V. C. H., Lin T. T. C. (2012), National competitive advantage and cultural proximity: Comparison study of digital content industries in China and Taiwan, Journal of Media and Communication Studies Vol. 4(1), pp. 1-10, January 2012, disponibile online <http://www.academicjournals.org/JMCS>.

8.6.1 La distribuzione

Come gli altri Paesi asiatici anche il governo taiwanese ha sempre supportato la distribuzione delle animazioni e videogiochi nei mercati concorrenti, incentivando per esempio le aziende a cooperare con gli studi internazionali, sponsorizzando le compagnie a inviare i loro prodotti ai vari festival, fiere e mostre internazionali in modo da promuovere l'immagine di Taiwan, far conoscere la qualità dei propri prodotti e stipulare accordi con le aziende. Inoltre il governo invita ed incita i leader delle aziende a visitare le principali compagnie di produzione con l'intento di creare delle partnership (Chiu 2012).

Le strategie governative hanno ottenuto finora degli esiti positivi. Sono state avviate delle partnership con le più grandi aziende del settore come la Sony, Microsoft, Nintendo, giusto per citarne alcune, promuovendo anche la distribuzione di animazione e videogioco nei mercati internazionali.

Per quanto riguarda la distribuzione di animazione all'interno del Paese, dai dati risulta che su 215 milioni di minuti di animazione trasmessi, solo 4000 minuti sono produzioni originali taiwanesi. Ma la situazione sta cambiando perché le ore di trasmissione sono aumentate negli ultimi anni, grazie alle TV tematiche, alla TV pubblica e canali di nuova generazione dedicati esclusivamente alla programmazione per bambini come YoYo TV. Contrariamente a ciò che succede in Cina, dove i prodotti originali autoctoni non vengono particolarmente apprezzati dagli spettatori cinesi (come già visto), le animazioni realizzate a Taiwan risultano invece più amate dagli spettatori taiwanesi rispetto a quelle straniere perché ritenute qualitativamente migliori sia per la struttura narrativa che per le loro immagini, secondo quanto riportato dalle statistiche effettuate della MoEA (2007). A parer del Ministero dell'Economia questo dato risulta molto importante e ha permesso la promozione della produzione di prodotti originali che dal 2003 è sempre in costante aumento (MoEA 2007)²⁷⁴.

²⁷⁴ MoEA (2007), Digital Content Industry Promotion Office, Ministry of Economic Affairs 2007, Ministry of Economic Affairs Digital Content Industry Office, Digital Content Industry in Taiwan. Ministry of Economic Affairs, Taipei.

8.6.2 L'animazione tradizionale taiwanese

L'esempio taiwanese è molto interessante perché l'industria dell'animazione è nata come outsourcing dei prodotti americani e man mano ha trovato una nuova strada originale nelle produzioni autoctone. Il primo studio di outsourcing è stato Wang Film Productions, conosciuto anche come *Hong Guang* (宏廣), che rappresenta il più famoso studio di outsourcing di animazione al mondo. Fondato nel 1978 da James Wang (王中元), lo studio produce film e serie TV per la maggior parte dei Paesi occidentali. In origine lo studio era stato creato per la produzione di sei prodotti statunitensi della casa produttrice *Hanna e Barbera*, ma molto presto la maggior parte degli studi statunitensi ed europei si sono serviti del Wang Film Productions per realizzare i loro prodotti. Tra le produzioni più famose ricordiamo i due film di *Balto* (*Il mistero del lupo* del 2002 e *Sulle ali dell'avventura* del 2004) prodotti dalla Universal Cartoon Studios, *Mulan II* prodotto dalla Disney e *Scooby-Doo e il terrore del Messico* della Warner Bros. Ma i lavori più importanti realizzati dallo studio Wang sono sicuramente le serie TV come *Garfield e i suoi amici* (1993-1995), *Teenage Mutant Ninja Turtles* (1987-1996), *Batman: The Animated Series* (1992-1995) e la famosissima serie italiana *Winx Club*. Wang possiede anche delle succursali in tutta l'Asia le quali lavorano principalmente per produzioni occidentali.

Oltre al famoso studio di outsourcing Wang, in Taiwan sono nate altre realtà molto interessanti per quanto riguarda l'animazione, inoltre nel Paese si è evoluta una tecnica di animazione, la Puppet Animation o Glove animation che riscuote un grandissimo successo, a differenza degli altri Paesi asiatici dove è stata quasi del tutto abbandonata.

8.6.3 L'arte tradizionale della puppet animation nell'animazione

In questo periodo storico particolare in cui la Cina e la Corea del Sud stanno avviando una vera industrializzazione "animata" puntando su prodotti di animazione realizzati soprattutto con tecniche computerizzate, a Taiwan il settore dell'animazione nei suoi contenuti ha cercato di trarre ispirazione dall'antica cultura cinese. È uno dei motivi per il quale il settore è riuscito a creare dei prodotti animati originali che usano tecniche

tradizionali come la puppet animation (burattini) e le nuove tecnologie di animazione offerte dalla grafica del computer.

Lo spettacolo tradizionale taiwanese di burattini ha origine nel sud-est della Cina continentale, precisamente nella provincia del Fujian. A Taiwan questo spettacolo tradizionale ha avuto una seria evoluzione ed è stato adattato per spettacoli TV attraverso la produzione di serie animate, appositamente create in studio per la distribuzione in televisione e al cinema. Uno dei prodotti di maggior successo è la serie chiamata comunemente *Pili* che ad oggi ha realizzato più di 1.600 episodi. La serie è stata realizzata dalla Pili International Multimedia Inc.²⁷⁵, la quale si occupa sia della produzione e distribuzione che dei prodotti derivati ispirati alla serie stessa. Dalla serie *Pili* è stato realizzato anche un film *The Legend of Sacred Stone* nel 2000 e si sta realizzando un nuovo film in 3D.

Se la Cina e il resto del mondo hanno completamente abbandonato questo tipo di animazione, Taiwan l'ha invece rivalutata riscuotendo un grande successo. Questa arte così originale e arcaica, per certi versi, è ritornata ad avere successo grazie anche alla nascita di varie scuole di animazione di marionette sparse in tutto il Paese, che hanno capito l'importanza culturale che questo tipo di spettacolo riveste in patria.

8.6.4 Una breve storia della glove puppetry in Cina e Taiwan

La storia della glove puppetry (traduzione letterale in italiano: burattino di guanto), chiamata anche pò-tē-hi (布袋戏), risale al periodo della dinastia Song (960-1276 AC), durante il quale questo tipo di spettacolo era utilizzato come una forma di intrattenimento per la gente di corte²⁷⁶. Una leggenda narra di un funzionario governativo che, messo alla porta, aveva inventato una nuova forma di spettacolo teatrale con dei burattini per guadagnarsi da vivere.

Al di là di tutte le leggende, la maggior parte degli storici ritiene che la forma stilistica attuale della glove puppetry in Cina risale al 17° secolo a Quanzhou e Zhangzhou nella provincia di Fujian, e a Chaozhou nella provincia dello Guangdong. Nello stesso periodo

²⁷⁵ Sito ufficiale in inglese: <http://www.pili.com.tw/en/#>, ultimo accesso il 30 dicembre 2013.

²⁷⁶ Ma secondo altre fonti questa arte era invece molto in voga nel periodo della dinastia Ming.

pò-tē-hì si è trasferito dalla provincia del Fujian a Taiwan, a causa della grande ondata di immigrazione che ha colpito la Cina a favore di Taiwan.

Fig. 49- A sinistra l'arte tradizionale della glove puppetry; a destra un personaggio di Pili



Fonte: Wikipedia.

A Taiwan ormai da 200 anni sono sorte moltissime scuole di teatro popolare tradizionale grazie ad un favorevole background culturale che si era sviluppato nel Paese.

Una di queste scuole è stata fondata dalla famiglia Huang, che a Taiwan esercita tuttora una grossa influenza culturale, e Huang Hai-Dai viene considerato il Maestro del pò-tē-hì e uno degli artisti più importanti e famosi in tutta la nazione. Ci sono film e documentari dedicati a Huang Hai-Dai, come quello realizzato da Discovery Channel Asia per rendere omaggio al Maestro. Per ben quattro generazioni della famiglia Huang è stata tramandata questa arte da padre in figlio realizzando, in ogni passaggio generazionale, degli sviluppi ed aggiornamenti che la hanno resa più contemporanea.

Per mantenere viva questa arte, già il Maestro Huang Hai-dai aveva generato un nuovo stile di pò-tē-hì introducendo negli spettacoli le arti marziali cinesi e la musica popolare: è da qui che nasce poi lo stile della serie animata *Pili*.

Dal Maestro Huang Hai-dai a Huang Jun-Xiong, che ha avviato la prima produzione della *Pili* televisiva, questa arte è poi passata ai fratelli Vincent e Chris Huang.

In un'intervista²⁷⁷ del 14 gennaio 2012 il vicepresidente Ryan Fu della Società *Pili* ha affermato che il passaggio dal teatro alla televisione è accaduto per pura combinazione:

²⁷⁷ Realizzata nella sede *Pili* di Taipei da Vincenzo De Masi, grazie al supporto di Kai-Tzu Lu e del suo sito internet (<http://www.digipuppet.tw/>) dedicato ai nuovi linguaggi della puppet animation.

uno dei produttori della TV pubblica taiwanese assistette a uno spettacolo dal vivo di pò-tē-hì e così suggerì a Huang Jun-Xiong di realizzare uno spettacolo in studio per la distribuzione in TV.

Lo show televisivo riscosse un così grande successo, realizzando il 97% dello share, che Huang Jun-Xiong decise in seguito di creare una serie TV completamente diversa dagli spettacoli tradizionali di teatro e, ispirandosi alla mimica, ai costumi e all'arte del movimento, aggiunse anche degli effetti speciali per rendere i personaggi più credibili.

Chris e Vincent Huang hanno fatto di più, infatti hanno fondato una TV satellitare dedicata alla sola serie *Pili* e al suo background culturale e poi hanno anche girato il primo film *La leggenda della Sacra Pietra* (圣石传说; rilasciato nel 2000) che riscosse molto successo nei cinema taiwanesi.

L'utilizzo della tecnica tradizionale nel movimento dei personaggi e gli effetti speciali (in 3D) hanno fatto di questa animazione un prodotto di alta qualità, garantendole l'esportazione negli Stati Uniti dove è stata prodotta una serie inedita chiamata *Wulin Warriors* (2006), prodotta dalla Pili Corporation per la Warner Bros e trasmessa su Cartoon Network USA.

Questo è l'unico prodotto di animazione "cinese" acquistato da Cartoon Network e trasmesso sui suoi canali, in effetti le altre animazioni sono soprattutto di origine giapponese²⁷⁸ (Chang 2011).

8.6.5 La scuola e il teatro di marionette a Taiwan

Lo spettacolo di marionette è ormai da decenni considerato come parte integrante della cultura popolare taiwanese, tanto che è diventato uno dei simboli nazionali più importanti. Questo genere di spettacolo provenendo da una lunga tradizione ha conosciuto una varietà di forme e sottogeneri, tali da eguagliare il successo e la notorietà delle animazioni giapponesi.

I maestri di queste speciali scuole operano generalmente nella capitale Taipei, ma comunque anche nelle altre parti dell'isola sono sorte molte scuole o corsi di formazione nell'arte del teatro di marionette²⁷⁹.

²⁷⁸ La serie è stata trasmessa da Cartoon Network nel 2006 nel blocco di programmazione chiamato *Toonami*, che prende "ispirazione" da tsunami, poi modellato in *Toonami*, cioè ondata di cartoni animati giapponesi.

Storicamente ci sono due scuole di teatro di marionette in Cina: la scuola del sud (originata in Quanzhou, in Quanzhou, provincia del Fujian) e la scuola del nord (originata in Zhangzhou, provincia del Fujian). La definizione di queste due scuole non è di tipo geografico perché in realtà Quanzhou si trova nel nord di Zhangzhou, ma la classificazione è prettamente di tipo storico-artistica.

La scuola del sud ebbe origine nel 1730 e si contraddistingueva perché negli spettacoli prediligeva l'uso delle navi da guerra e di fastosi banchetti. Essa è definita come scuola del "sud" perché nelle sue performance adottava il dialetto (minnanhua) e le musiche meridionali (Sud music-NanYin). Per contro, la scuola del nord di Zhangzhou preferisce storie di kung fu e utilizza principalmente la musica del nord (Nord music-Beiguan). Più tardi l'artista della scuola del nord, Yang Sheng, usò la musica dell'Opera di Pechino nelle performance. Pertanto la scuola del nord è diventata più influente e accettata dalla gente del nord della Cina. Prima della seconda guerra mondiale a Taiwan gli spettacoli più famosi erano quelli della scuola del sud, ma in seguito la scuola del nord ha acquistato più notorietà. Nel 1930, a causa della colonizzazione giapponese, lo spettacolo delle marionette è stato anche influenzato da elementi giapponesi, ancora oggi evidenti (Chang 2011).

La serie di animazione *Pili* è di gran lunga lo spettacolo di burattini di maggior successo e più popolare a Taiwan. Questo successo televisivo è iniziato con Golden Charlie (霹雳金光) nel 1988, per poi continuare con i fratelli Huang Qianghua (黄强华) e Huang Wenze (黄文则). Il motivo per cui il nome di questa serie è *Pili* (霹雳), che in italiano significa "fulmine", deriva dal fatto che il nome di ogni stagione televisiva inizia con la parola *Pili*. Fino al 2012 l'azienda *Pili* ha trasmesso 1.778 episodi in TV e ogni episodio ha la durata di un'ora. Commercialmente la società trae profitto non solo dalla vendita dei DVD, ma anche da varie forme di attività correlate, come le colonne sonore, e soprattutto dai prodotti derivati.

²⁷⁹ I destinatari di questa forma d'arte appartengono ad un pubblico giovane che già dall'infanzia familiarizza con i burattini e acquisisce con l'età non solo una perspicua e più complessa capacità di fruizione del prodotto artistico, ma si propone come il potenziale soggetto produttore di questo genere culturale che si è trasformato progressivamente in una vera e propria arte nazionale.

8.6.6 Un nuovo stile per l'animazione di burattini e l'evoluzione dei personaggi

Ci sono molti elementi che fanno dell'animazione *Pili* un prodotto di interesse culturale e di successo, tra i quali bisogna citare: la stesura di interessanti dialoghi, l'arte del muovere le marionette (su ogni marionetta lavorano fino a quattro persone), lo script, lo stile dei personaggi, la fotografia, l'estetica dei personaggi e dei background e la colonna sonora.

8.6.6.1 La musica

Le musiche rivestono un ruolo importante nell'animazione della serie *Pili* e perciò hanno subito dei cambiamenti nel corso degli anni. Dalla prima serie del 1988, dove la colonna sonora era molto vicina alla musica tradizionale usata negli spettacoli di marionette realizzati dalla famiglia Huang, la musica si è adattata poi alle esigenze tipiche di un prodotto destinato alla TV.

Storicamente le musiche utilizzate negli spettacoli tradizionali di burattini (glove puppetry) erano le Nanguan²⁸⁰ (南管) seguite poi dalla musica dell'Opera di Chaozhou (潮剧).

L'Opera di Chaozhou²⁸¹ ha influenzato moltissimo lo spettacolo dei burattini e di conseguenza l'animazione *Pili*, perché:

- 1) questo tipo di musica tradizionale trae spunto dai canti popolari;
- 2) le donne sono delle figure importanti nelle performance per la loro abilità nell'uso spettacolare del ventaglio;
- 3) ci sono delle performance acrobatiche e dei pagliacci nello spettacolo.

Nel corso degli anni lo spettacolo di marionette si è fatto condizionare anche da alcuni elementi musicali della Cina continentale, come la musica utilizzata nell'Opera di Pechino, e dalle musiche provenienti da altri Paesi, come la musica occidentale o la musica pop giapponese, in modo da essere al passo coi tempi.

A questo proposito va senz'altro al maestro Huang Hai-dai il merito di aver inserito nuovi tipi di musica, molto spesso presi in prestito dalla cultura popolare taiwanese:

²⁸⁰ Una musica antica risalente alla dinastia Tang del 618, e dal 2009 è diventata patrimonio culturale dell'UNESCO.

²⁸¹ Chaozhou è una città nella provincia del Guangdong in Cina.

nelle sue performance utilizzava canzoni e musiche molto popolari taiwanesi, maturando negli anni un maggior successo rispetto alle altre scuole presenti a Taiwan (Arts Foundation 2004).

Le rappresentazioni moderne taiwanesi di burattini sono diventate molto spettacolari: viene utilizzato qualsiasi tipo di musica, come la musica elettronica alternata a quella tradizionale, e inoltre sono state anche inserite delle luci laser e stroboscopiche insieme ad altri effetti speciali.

Le nuove serie di animazione *Pili*, realizzate dai fratelli Huang, hanno iniziato a studiare attentamente le colonne sonore dei film di Hollywood e le serie giapponesi di animazione in modo da accattivarsi l'attenzione di un pubblico più giovane. Le nuove serie hanno come base musicale dei brani originali realizzati dai più famosi artisti pop taiwanesi: una strategia musicale ispirata alle serie giapponesi di animazione.

8.6.6.2 Aspetto estetico

A partire dai fondamenti precedentemente esposti, si cerca ora di illustrare il processo evolutivo dell'animazione *Pili* relativamente all'aspetto estetico dei personaggi.

Nella prima serie di animazione (quella del 1988 realizzata da Golden Charlie 霹雳金光) i personaggi erano molto simili nelle loro fattezze estetiche e dimensioni a quelli utilizzati negli spettacoli di burattini, ovviamente modificati e adattati per la versione televisiva.

Oggi i personaggi sono completamente diversi dalla prima versione e le loro caratteristiche estetiche sono del tutto diverse da quelle dei burattini tradizionali. Le loro dimensioni sono triplicate rispetto alla prima versione nella quale erano alti circa 30 centimetri, con una testa piccola e finemente decorata. Le nuove versioni dei fantocci hanno un'altezza superiore, con una testa ed un corpo in proporzione e possono raggiungere l'altezza di circa 90 cm.

Fig. 50 - Particolari dell'altezza, delle mani e dei capelli delle nuove produzioni di Pili



Fonte: Screenshot da youtube

Gli occhi dei personaggi: nelle versioni originali gli occhi erano disegnati sul legno ed erano fissi, nella serie di animazione sono realizzati invece in vetro e sono mobili. Anche i capelli hanno subito una trasformazione: nella versione originale erano in materiale plastico, ora invece sono naturali e per lo più lunghi.

La ragione estetica per cui i personaggi hanno i capelli lunghi ha un'origine storica ben precisa. Per circa 268 anni (fino al 1912) della storia cinese gli uomini del gruppo etnico Han (汉族), quindi la maggior parte della popolazione cinese, erano costretti a radersi i capelli ai lati della testa e far crescere una lunga cresta che veniva poi legata a coda: era questo un costume piuttosto diffuso ed anche un segno di fedeltà alla dinastia Qing (清朝). Ma molti uomini decisero di farsi crescere i capelli come forma di disobbedienza rivolta contro la dinastia. Con la caduta del regime Qing e in memoria di quel periodo storico, furono tanti i cittadini a continuare l'antica usanza dei capelli lunghi, tradizione che si è perpetuata anche nello spettacolo delle marionette che in seguito fece evolvere lo spettacolo tradizionale dei burattini, adattato alla serie di animazione originale (Eagleton 2000).

Un ulteriore elemento di novità nella realizzazione del burattino riguarda la struttura delle mani. Originariamente le mani erano un unico blocco di legno modellato a forma di mano e, a seconda delle finalità, il blocco aveva una fessura o uno spazio utile per

afferrare oggetti o armi. Nelle nuove versioni le mani hanno cinque dita indipendenti con snodi molto simili a quelli umani. Questa evoluzione ha permesso ai personaggi di afferrare delle armi simili a quelle di dimensioni reali (alcune spade pesano oltre i due chili). Inoltre tutta la struttura dei burattini è stata ridisegnata con la tecnologia chiamata BJD (Ball-Jointed Doll) che permette di realizzare a forma di sfera le articolazioni e le giunture consentendo loro una maggiore agilità, flessibilità e autenticità nei movimenti. Nella tecnica tradizionale del “fantoccio guanto”, le gambe dei personaggi avevano solo una funzione estetica e in alcuni esemplari non c’erano affatto. Nell’animazione questo dettaglio è stato curato in modo da rendere i personaggi più vicini alla realtà permettendo loro di correre, saltare, combattere e calciare.

Un’altra caratteristica importante dell’animazione è lo sfondo. All’inizio della serie gli sfondi erano senza profondità e con pochi dettagli, invece oggi negli sfondi compaiono oggetti reali in miniatura e tutto sembra più reale (Chung 2009), grazie anche all’utilizzo di effetti speciali creati dai vari software di animazione come Maya3D.

Oltre ai background, gli effetti speciali sono utilizzati in particolar modo durante le complesse sequenze dei combattimenti ed è questa la caratteristica più innovativa rispetto alle versioni precedenti. L’utilizzo degli effetti digitali in 3D in alta definizione e di alta qualità grafica ha fatto di questa serie un cult sia a Taiwan che in Cina. Inoltre tutte le nuove serie verranno realizzate con la tecnologia 3D aggiungendo ancora una volta una qualità grafica maggiore per attirare nuove fasce di pubblico.

8.6.6.3 Narrazione

Altre due caratteristiche che rendono questa animazione un grande successo: la voce dei personaggi e l’ottima sceneggiatura (Wright 2005).

Nell’intervista rilasciatami da Mr. Ryan Fu, il vice-presidente della società di *Pili*, egli dichiarò: "sicuramente tutti gli strumenti tecnologici e lo sviluppo dei personaggi sono importanti per il successo della serie, ma il successo è dovuto soprattutto allo script", le storie narrate nella serie prendono ispirazione dalla letteratura tradizionale cinese, dal confucianesimo, dal taoismo, dal buddismo, ecc ".

Ciò che sorprende è che nella serie vi è un unico doppiatore dei personaggi ed è Huang Qianghua (黃文擇) della terza generazione della famiglia Huang. Huang possiede un’

abilità incredibile tanto da venir chiamato l' "8 Voices Talent" (八音才子) dai taiwanesi perché riesce a dare voce a centinaia di personaggi della serie *Pili*, grazie alle sue capacità vocali.

Lo sfondo generale delle storie è di solito l'antica Cina, ma ci sono anche varie influenze culturali e religiose e di racconti popolari cinesi.

Ogni stagione della serie ha una storia indipendente, anche se in generale le storie sono legate all'evoluzione dei singoli personaggi presenti nelle diverse stagioni. Il personaggio principale Su Huanzhen (素还真) è presente sin dalla prima serie: è un personaggio-eroe complesso, di poche parole ed è il collegamento di tutte le storie della serie.

Fig.51 - A sinistra Su Huanzhen nella prima serie, a destra la trasformazione dell'ultima serie



Fonte: Screenshot delle animazioni originali

Le storie narrate nella serie *Pili* hanno un finale aperto perché le vicende dei personaggi principali presentano intrecci quasi inesauribili e per questo sono soggette a molteplici riadattamenti.

8.6.6.4 La storia continua

Il grande fenomeno di *Pili* a Taiwan è davvero unico nel suo genere.

Pili è ormai presente anche nella cultura pop taiwanese. Inoltre esistono vari derivati e i personaggi di *Pili* sono gli sponsor di molte catene di supermercati, di carte di credito e di gadget.

La serie *Pili* può essere presa come esempio da tutte le case cinesi di animazione perché è riuscita a contaminare con sapienza un'arte antica e una tecnica tradizionale per creare

un prodotto diverso, come una serie animata, tenendo vive al contempo l'arte del teatro dei burattini e le caratteristiche tradizionali della cultura popolare del passato.

9 Conclusioni

Per un lungo periodo l'industria dell'animazione cinese è stata sottovalutata nel contesto dell'industria degli audiovisivi a causa della sua lenta crescita. Ma la situazione cambiò totalmente quando il governo intuì l'importanza dell'industria dell'animazione per il Paese e ne favorì la crescita (Zheng 2011).

Il governo si è concentrato su questo settore dell'industria per varie ragioni: per avere un'industria dell'animazione all'avanguardia e dinamica in grado di soddisfare la crescente domanda del mercato televisivo, continuamente alla ricerca di contenuti vicini alla storia della cultura e della identità cinese; per diminuire il rapporto di dipendenza dai prodotti di animazione straniera; per controllare la formazione culturale dei giovani telespettatori con la trasmissione dei valori promossi dal governo; per aiutare la creazione di un settore capace di esportare i propri prodotti all'estero e garantirsi una posizione strategica nel mercato internazionale.

E così col passare degli anni la Cina è riuscita a costruirsi un'immagine positiva nel mondo in linea con le politiche del cosiddetto "soft power" (Nye 2009). I politologi definiscono il "soft power" come la capacità di far crescere la rilevanza internazionale di un Paese non solo attraverso la forza economica o militare, ma anche attraverso la costruzione di un'immagine positiva di sé dei valori culturali che riesce ad esprimere anche fuori del territorio.

Le interviste realizzate nel corso di questa ricerca ad operatori, studiosi ed a esperti del settore (Tan 2006, Qing 2006, Lent 2008, Sun 2010, Lu Bin 2013) hanno permesso di rilevare i principali problemi che gravano sul settore dell'animazione:

- Molti dei prodotti realizzati presentano un basso livello di creatività e di narrazione e addirittura alcuni utilizzano contenuti copiati o simili ad animazioni estere;
- In molti casi i prodotti non raggiungono uno standard di qualità sufficiente tale da farli piazzare nel mercato;
- La poca attenzione del settore dell'animazione all'industria dei derivati;

- Una forte politica dei governi locali per creare e sostenere dei distretti di produzione di proprio territorio;
- Il problema della pirateria;
- La produzione su commessa straniera.

Dalle stesse interviste sono emerse anche delle indicazioni utili per risolvere o arginare alcuni di questi problemi. In sintesi le possibili soluzioni:

- Investire nella formazione soprattutto della componente creativa, nello sviluppo della narrazione e dei personaggi;
- Cambiare il target di fruizione dell'animazione perché la maggior parte della produzione è indirizzata ad una fascia di pubblico limitata che è quella dell'infanzia, senza considerare che l'animazione può essere destinata anche agli adolescenti e agli adulti;
- Rivedere le nuove modalità di erogazione dei finanziamenti pubblici in modo da favorire i prodotti che hanno un sufficiente grado di innovazione, creatività ecc..;
- Aiutare le imprese cinesi nell'acquisizione delle competenze necessarie per far fruttare direttamente o indirettamente i contenuti dell'animazione nella realizzazione dei derivati;
- Promuovere misure in grado di tutelare al meglio i prodotti protetti dal diritto di autore e rafforzare le leggi contro la pirateria.

9.1 Creare l'animazione

Gli accademici e i professionisti del settore (Yin 2006, Tan 2006) concordano nel riconoscere che uno dei problemi di maggiore rilevanza, fondamentale per lo sviluppo del settore, è l'assenza di creatività.

Riguardo a questa problematica, il presente lavoro ha già messo in evidenza quale sia la causa principale che può essere riassunta in questo modo: in generale le serie di animazione cinesi appaiono come copia o tentano di imitare le serie di animazione straniera, creando dei prodotti nei quali il pubblico nazionale e internazionale non riesce

ad identificare le caratteristiche culturali specifiche del luogo di origine, ossia la Cina. Questo potrebbe spiegare il motivo per cui il governo cinese sollecita gli autori e i produttori a concentrarsi sulla creazione di contenuti e storie originali interessanti e facili da essere poi riconosciute come prodotti cinesi sia nel mercato interno che internazionale. Anche se, bisogna ricordare, che il pubblico cinese non gradisce i cartoni animati prodotti in patria perché valutati inadeguati e realizzati con poca fantasia (Yu 2011). Secondo alcuni ricercatori la mancanza di creatività è da imputare anche alla grave carenza di un personale docente preparato (Lu Bin 2011). Per porre rimedio, il governo sta investendo sulla formazione nelle scuole e università in modo che nei prossimi anni si possa creare una nuova classe docente capace di formare i nuovi professionisti e autori. Oggi molti laureati in animazione preferiscono lavorare in settori affini come il settore dei videogiochi, della pubblicità e dell'animazione dedicata ai siti internet perché il settore dell'animazione, nella maggior parte dei casi, non offre ancora adeguati salari.

9.2 La corsa all'oro

Le analisi del mercato e le diverse opinioni dei professionisti del settore concorrono nel dire che i proventi delle produzioni di animazione in Cina sono troppo esigui rispetto agli elevati investimenti previsti per una produzione di serie di animazione di qualità, ai quali bisogna aggiungere anche l'incertezza dei profitti.

Col passare degli anni le politiche incentrate sullo sviluppo del settore hanno generato una vera "corsa all'oro" (淘金潮) spingendo molti imprenditori e aziende, a volte lontane dal mondo delle arti creative, di investire nel settore dell'animazione, vista la carenza di prodotti originali di animazione realizzati in patria. (Qing 2006).

Molte aziende sono state attratte dai finanziamenti pubblici e dalle politiche preferenziali che il settore gode da parte del governo centrale e delle amministrazioni locali, e sono state anche allettate dalle prospettive promettenti del mercato.

Se all'inizio il governo centrale ha elargito fondi a pioggia con l'intento di creare un settore ben strutturato, oggi invece i finanziamenti vengono concessi in gran parte solo dopo verifiche accurate. Rimane comunque il problema dei governi locali che spesso

elargiscono dei finanziamenti e delle agevolazioni con metodi clientelari e poco trasparenti senza prendere in considerazione la loro strategia industriale. Ne è un esempio una società che ha come *core business* la produzione del carbone (città di Ti'an), ma si ritrova a creare anche uno studio di animazione grazie agli investimenti comunali e privati ai quali vanno aggiunti altri supporti, tra cui la riduzione o l'esenzione di contratti di locazione dei terreni e del canone di locazione o il pagamento delle imposte. Esempi di questo genere ormai se ne registrano tanti in Cina.

L'insieme di questi problemi, sommati all' incompetenza degli studi, ha generato un sistema industriale disordinato: l'obiettivo principale degli studi di animazione è far apparire le loro produzioni in TV senza pensare al mercato dei derivati. Ma, come si è visto, il ritorno economico della trasmissione in TV risulta insufficiente e non garantisce la realizzazione di nuovi prodotti di animazione.

Un problema legato al precedente è dato dalla nascita di una sorta di protezionismo locale, per cui le stazioni televisive acquistano solo l'animazione creata dagli studi locali che però non hanno potere contrattuale perché il mercato è limitato (Tan 2006).

Un altro fattore che ha caratterizzato il settore per alcuni anni è stata la tecnica di animazione in 3D che ha comportato alti investimenti e tempi lunghi di lavorazione senza la certezza dei ricavi. Con il successo di *Pleasant Goat*, realizzato con la tecnica di animazione flash in 2D, molti studi di animazione, soprattutto quelli più "deboli", hanno iniziato a realizzare solo prodotti in flash che comporta costi ridotti per la produzione, bassa qualità dell'immagine e contenuti a volte carenti (Lu 2011).

Un altro elemento emerso in questa ricerca e collegato alla "corsa all'oro", è il fatto che molti di questi studi pensano che l'animazione sia adatta solo ad un pubblico di bambini, ignorando di fatto che esiste un mercato enorme e potenzialmente redditizio rappresentato dagli studenti delle scuole superiori, dagli studenti universitari e dagli adulti i quali, in mancanza di un prodotto cinese, si indirizzano ai fumetti e alle *anime* giapponesi (Qing 2006).

Nonostante l'utile lordo del settore animazione abbia già superato quello dell'industria cinematografica (Bluebook 2008), oltre l'80% dei profitti del settore è ancora in mano ai giapponesi e americani.

9.2 Il valore dell'animazione

Uno degli errori commessi dai produttori e dirigenti degli studi di animazione è di non aver dato il giusto valore ai prodotti di animazione. Ancora oggi molte imprese non sono in grado di sfruttare tutte le opportunità commerciali derivate dalla distribuzione dei contenuti per realizzare i prodotti derivati, come invece succede all'estero.

Ma, secondo i professionisti del settore, il governo dovrebbe in primis migliorare e rafforzare le leggi contro la pirateria attraverso nuove misure di controllo e di tutela dei prodotti protetti dal diritto di autore. In questo caso la Cina potrebbe prendere esempio dalle politiche attuate dal governo coreano che, ancor prima di far partire il settore dell'animazione nei primi anni Novanta, ha regolamentato e migliorato le leggi contro la pirateria prevedendo sanzioni più severe. In Corea queste misure rappresentano il pilastro portante di tutta l'industria dell'animazione e del settore creativo in generale (Xingzhen 2011).

Nonostante siano stati attuati dei seri provvedimenti da parte del governo centrale, ancora oggi le attività illegali continuano ad avere una capillare distribuzione in tutta la Cina.

9.4 Nuove visioni dell'animazione

Diventato il primo produttore al mondo di animazione, ora la Cina cerca di promuovere delle nuove politiche governative per stabilizzare il settore dal punto di vista economico, per supportare la creatività e quindi migliorare la qualità di contenuti nelle produzioni.

Nel 2010 il Ministero della Cultura decise di sospendere tutti gli incentivi per studiare una nuova strategia industriale. Per evitare un'omogeneizzazione dei prodotti, si ritenne opportuno ricontrattare tutti i finanziamenti in base alla qualità dei prodotti: tutto all'insegna di un sano sviluppo del settore. Sono state create delle regole chiare di finanziamento che puntano su una seria valutazione dei prodotti dal punto di vista creativo. Questo nuovo tipo di approccio ha preso il via nel 2011 ed è tutt'ora in vigore.

Nonostante gli enormi problemi che il settore sta affrontando da anni, oggi più che mai esso rappresenta una grande opportunità dal punto di vista economico e culturale. Il

settore dell'animazione in Cina è risultato essere un mondo molto interessante, ricco di grandi opportunità anche per gli autori più giovani che possono diventare parte attiva di questo settore dinamico e in continua evoluzione²⁸².

In pochi anni la Cina è riuscita a recuperare terreno in molti settori e di sicuro, con la nuova generazione di professionisti e studiosi, sarà una delle protagoniste più importanti del settore dell'animazione in futuro (Lu Bin 2011, Niu 2011).

Dalle interviste, agli esperti del settore (produttori, registi e creativi), traspare molto ottimismo per la riuscita dei propri lavori. L'ottimismo si fonda sulla decisione presa da alcuni studi di dare voce anche ai giovani laureati nella realizzazione e strutturazione di nuovi progetti, che in alcuni casi hanno già portato dei risultati soddisfacenti.

Inoltre, grazie ad internet e allo sviluppo tecnologico, sono nati i primi studi indipendenti che si autofinanziano e puntano tutta la loro forza sulla creatività e la qualità. Un esempio indicativo analizzato in questa tesi è lo studio Hutoon, guidato dal famoso regista Pi San.

Vorrei concludere con una citazione di Jimmy Tse, amministratore delegato di Top Art Investment, specializzato nella commercializzazione di personaggi di animazione cinesi. In occasione del vertice *anime* Cina-Giappone, tenutosi presso l'edizione del Tokyo Anime Fair 2010, Tse ha affermato che ora i cinesi stanno iniziando a pensare: “Come mai stiamo producendo per qualcun altro? Perché non stiamo creando qualcosa per noi stessi?” (Mainichi Giappone, 29 marzo 2010).

Dunque qualcosa sta cambiando. I prodotti di animazione cinese, ricchi di una storia originale e tecniche di alta qualità, possono ancora diventare un successo non solo in Cina ma anche in tutto il mondo.

²⁸² Dal punto di vista economico, molte aziende americane, come la Disney, vogliono entrare attivamente in questo enorme mercato. Basti pensare che la DreamWorks ha ottenuto l'accesso a questo mercato solo grazie alla creazione di una filiale che è in società con degli studi cinesi di animazione.

10 Appendice

In questa parte sono presenti tutti gli approfondimenti ritenuti necessari per capire meglio il mondo dell'animazione cinese.

Il primo paragrafo dell'Appendice analizza il mercato del marchio in Cina.

Il secondo paragrafo prende in esame un nuovo modello di diffusione chiamato L'animazione Diffusa.

Nel terzo paragrafo è presente contiene una cronologia dettagliata dei regolamenti emanati dal governo negli ultimi 14 anni.

Il quarto paragrafo è incentrato sulla diffusione di modelli culturali attraverso l'animazione.

Il quinto paragrafo analizza le nuove tecnologie in relazione con l'animazione.

Il sesto paragrafo contiene un elenco degli studi di Outsourcing più importanti..

Nel settimo paragrafo analizza le TV più rilevanti che trasmettono animazione.

Nell'ottavo sono presenti i principali cartoni shanzhai copiati in Cina.

Nel nono paragrafo si affronta il problema del sonoro.

Nel decimo paragrafo compare l'elenco delle persone intervistate e contattate.

Infine l'undicesimo paragrafo è dedicato a tabelle, a grafici e all'elenco ufficiale dei festival cinesi più rilevanti.

10.1 L'importanza del marchio

Il marchio è un valore fondamentale anche per lo sviluppo dell'industria dell'animazione. Per sfruttare i contenuti dei cartoni animati (come ad esempio i personaggi) in forma di derivati, c'è bisogno di un sistema ben organizzato di registrazione e di protezione del copyright. Ma in Cina per molto tempo tutto ciò è mancato e solo in tempi recenti alcune amministrazioni pubbliche²⁸³ hanno cercato di aiutare i produttori di animazione e le imprese che sfruttano i prodotti derivati: sono stati previsti dei supporti per semplificare le procedure di registrazione dei diritti di autore e per proteggere il diritto d'autore dallo sfruttamento illegale di chi opera nell'industria dei derivati (Hu 2011).

²⁸³ Pechino, Hunan, Shanghai e Guangdong.

Prendendo in considerazione i fattori di successo delle imprese di animazione straniera, anche le imprese cinesi hanno cercato di costruire un marchio e di renderlo riconoscibile e noto, al fine di poter sviluppare tutto il mercato dei derivati.

Negli ultimi anni in Cina si sono sviluppate grandi catene di negozi specializzati nella vendita di giocattoli, generando così l'incremento delle vendite dei prodotti derivati. I casi più interessanti di rivenditori e produttori di giocattoli legati direttamente all'industria dell'animazione sono la TV Kaku²⁸⁴ Animation e la Guangdong Benko Animation (广东缤果动漫连锁管理有限公司, Guǎngdōng bīn guǒ dòngmàn liánsuǒ guǎnlǐ yǒuxiàn gōngsī, Benko)²⁸⁵.

Kaku TV è di proprietà della BTV (Beijing TV), una delle più importanti TV dell'intera Cina che dal 2006 ha ottenuto l'autorizzazione di creare un canale dedicato ai bambini, appunto la Kaku TV. Questa TV è nata seguendo le direttive governative relative all'espansione dell'industria dell'animazione e da subito Kaku TV è diventato un brand molto influente nel campo dei derivati. Inoltre la BTV aveva già pianificato una catena di negozi rivenditori di giocattoli e derivati dal nome Kaku Flagship store (卡酷旗舰店, Kǎ kù qíjiàn diàn), con 13 negozi creati nelle più grandi città cinesi, e una catena di franchising in 200 negozi autorizzati alla vendita di 20.000 tipi di prodotti derivati dei cartoni animati (Weijing 2011).

Fig. 52 - Logo Ktoys e Kaku Flagship store



Fonte: www.kakuqkt.com

Anche Benko²⁸⁶ (缤果) è direttamente impegnata nella produzione di cartoni animati originali che hanno reso questa azienda molto famosa per i suoi personaggi, tutti protetti

²⁸⁴Sito Kaku Toys: <http://www.ktoys.com.cn/>, ultimo accesso 12 gennaio 2014.

²⁸⁵Sito ufficiale: <http://www.benko.cc/english/index.asp> ultimo accesso 12 gennaio 2014.

²⁸⁶ Benko website: <http://www.benko.cc/>, ultimo accesso 12 Gennaio 2014.

dal diritto di autore, e ha poi sviluppato una catena di franchising e di rivenditori in Cina (con più di 350 negozi autorizzati), ma riesce anche ad esportare suoi prodotti all'estero.

Fig. 53 – Logo originale di Benko.



Fonte: www.innnet.cn

Anche catene straniere di giocattoli e derivati si sono stabilite in Cina negli ultimi anni, tra queste va ricordata: la Toys Я Us (玩具反斗城, Toys "R"US), la più grande catena americana del giocattolo che opera ormai dal 2006 che ha ottenuto l'autorizzazione ad aprire 23 punti vendita anche in Cina; e la giapponese Sanrio che possiede più di 100 negozi sparsi in tutta la Cina (BlueBook 2013) .

Fig.54 – I loghi originali dell'americana Toys Я Us e della giapponese Sanrio



Fonte: www.ourordinarylife.com e www.sanrio.com

Attualmente la tassa di registrazione del marchio è in media di 209 euro/pz (1.700 Yuan) e le spese di riscossione d'agenzia vanno dai 73 ai 123 euro (600-1000 Yuan). Per le aziende di piccola e media dimensione la registrazione del marchio comporta un grande costo e, secondo il BlueBook 2012, infatti alcune società arrivano a spendere più di 1 milione di euro (8 milioni di Yuan) all'anno solo per la registrazione (Tab. 17).

Tab.17 - Dati del China Patent & Trademark Lawyers²⁸⁷

²⁸⁷China Patent & Trademark Lawyers Website: http://www.zlsbls.com/html/2013/copyright_0704/138.html, ultimo accesso 12 gennaio 2014.

Nome del progetto	Tempo di elaborazione	Prezzo	2-6pezzi	7-15 pezzi	16-29 pezzi	Più di 30 pezzi
Lavoro per la registrazione	Più di 30 giorni lavorativi	1200 Yuan	1.100 Yuan	1000 Yuan	900 Yuan	800 Yuan
	21-30 giorni lavorativi	1.800 Yuan	1.700 Yuan	1500 Yuan	1.350 Yuan	1300 Yuan
	11-15 giorni lavorativi	2500 Yuan	2.300 Yuan	2.200 Yuan	2.100 Yuan	2000 Yuan
	6-10 giorni lavorativi	4000 Yuan	3700 Yuan	3400 Yuan	3100 Yuan	2.800 Yuan
	4-5 giorni lavorativi	5000 Yuan	4700 Yuan	4400 Yuan	4100 Yuan	3800 Yuan
	3 giorni lavorativi	6000 Yuan	5700 Yuan	5400 Yuan	5200 Yuan	5000 Yuan
	1 giorno	10.000 Yuan	8000 Yuan	7500 Yuan	7000 Yuan	6500 Yuan

Fonte: China Patent & Trademark Lawyers Website

Il governo cinese ha cercato in ogni modo di sostenere e supportare l'animazione attuando delle politiche mirate, ma non ha prestato altrettanta attenzione nei confronti dell'industria dei prodotti derivati la quale, non solo riceve pochi finanziamenti a sostegno da parte del governo, ma deve anche affrontare serie difficoltà dovute alla contraffazione e alla burocrazia.

Il ciclo di vendita di alcuni prodotti, come i derivati dell'animazione, ha generalmente un mercato molto breve, in quanto dipende dalle mode del momento e dal periodo in cui le animazioni vengono mandate in onda (a volte durano solo per una stagione), costringendo le aziende dei derivati a far fronte all'improvvisa domanda degli utenti per un periodo di tempo così limitato (Zhang 2011).

Ma il problema principale è rappresentato comunque dalle procedure di registrazione dei marchi che, secondo il BlueBook 2011, possono addirittura richiedere un lasso di tempo pari a due anni, bruciando di fatto il ciclo di vendita a breve periodo. A trarre vantaggio da questo gap burocratico sono le aziende pirata che realizzano in tempo reale i personaggi animati molto prima delle aziende che, invece, sono riuscite a depositare il marchio originale seguendo il normale e legale iter di registrazione.

Ma le aziende pirata presentano ulteriori vantaggi:

- i prodotti originali richiedono elevati costi dovuti allo sviluppo del prodotto, alla registrazione del marchio e alle tasse di produzione, costi che le aziende pirata per loro

natura non sopportano in quanto non sono controllate e dunque riescono ad evadere le tasse, offrendo i loro prodotti sul mercato a meno della metà del prezzo del prodotto originale;

- i prodotti pirata sono delle copie identiche alle originali, perché riproducono anche gli stampi di produzione, ed è difficile distinguere i prodotti originali da quelli contraffatti;
- è molto difficile che le aziende pirata falliscano perché copiano solo prodotti molto popolari che sicuramente riscuoteranno tanto successo sul mercato;
- per di più è molto facile piazzare i prodotti sul mercato tradizionale e soprattutto reperirli dai rivenditori ambulanti, a loro volta irregolari.

Fig. 55 - Falso Disney store nel parco divertimenti World Joyland a Changzhou, Cina²⁸⁸



Fonte: Per gentile concessione di Stefan Zwanzger, dal sito <http://www.thethemeparkguy>

Lo sviluppo e i costi di produzione per realizzare un giocattolo elettronico, di circa 7 pollici di grandezza, da un'immagine proveniente dall'animazione si aggirano intorno ai 350.000 yuan (42.465 euro), così suddivisi: 50.000 yuan (6600 euro) per i costi di design; circa 100.000 yuan (12133 euro) per la realizzazione di un prodotto prova; 100.000 yuan (13000euro) per le tasse; 100.000 yuan (13000euro) per il costo di produzione del prodotto finito, senza poi contare il rischio di vendita (Niu 2011).

²⁸⁸ Per gentile concessione di Stefan Zwanzger, dal sito <http://www.thethemeparkguy>, ultimo accesso 12 Gennaio 2014.

10.2 Animazione Diffusa

Animazione diffusa in cinese Mǎn dòng huà (漫动画) è un termine che letteralmente significa “comic moving”, fumetto in movimento o meglio animazione diffusa. Si è ritenuto opportuno sostituire il termine fumetto in movimento con un termine più aggiornato, ossia animazione diffusa, per il seguente motivo: il termine Mǎn dòng huà è stato inventato nel 2011 e fa riferimento all'utilizzo dei media digitali, diverso dai mezzi tradizionali, per la diffusione di prodotti animati e fumetti. In particolare modo fa riferimento ai New Media come cellulari, Ipad e internet che combinano testo, animazioni interattive, audio-video e grafica con funzionalità multi-touch, e che utilizzano come canale di distribuzione principalmente la rete, riuscendo così a coniugare la forza espressiva del fumetto tradizionale con la forza narrativa di animazione ed aggiungere contenuti interattivi per rafforzare l'interazione tra il prodotto e lettore (Liu 2010). Siccome questi prodotti, che siano fumetti, disegni o testo, sono sempre animati e utilizzano diversi supporti per essere visti e diffusi, è preferibile dunque usare il termine animazione diffusa.

L'animazione si adatta perfettamente a tutte le nuove forme di comunicazione e a tutte le piattaforme, ecco perché dal 2008 il Ministero della Cultura, l'Amministrazione generale della Stampa e la SARFT hanno investito enormi risorse finanziarie e umane, e hanno avviato varie politiche a sostegno dello sviluppo delle nuove tecnologie per promuovere l'animazione originale cinese (Lu 2011). Song Xiaohong (il vice Presidente della China Publishing Group) ha detto che l'animazione diffusa (漫动画) è un nuovo tipo di arte che si basa su Nuovi Media e sui terminali mobili e che:

"con lo sviluppo di internet mobile e l'introduzione di una varietà di terminali intelligenti, animazione, fumetti e altri dispositivi mobili, attraverso varie forme di presentazione, il rapido sviluppo del settore animazione della Cina, l'outlook si presenterà luminoso".

Inoltre Song ha aggiunto che²⁸⁹:

²⁸⁹ China News Network, 亚洲青年动漫大赛：专家首提“漫动画”概念, <http://www.chinanews.com/cul/2012/08-18/4116848.shtml>, ultimo accesso 22 settembre 2013.

" semplicemente il libro tradizionale dei fumetti si è trasformato in versione elettronica abbiamo bisogno di una combinazione di animazione tradizionale allettante con forza narrativa ed espressiva, insieme con contenuti interattivi e nuove forme di pubblicazione elettronica".

Anche dal punto di vista economico l'animazione diffusa è più remunerativa. Infatti l'animazione tradizionale prevede un'esigua partecipazione da parte degli utenti/spettatori, ma richiede una produzione molto lunga e dei costi elevati, invece l'animazione diffusa, grazie all'esperienza visiva interattiva, ai costi ridotti, al rapido ritorno di investimento e ad una vasta gamma di piattaforme alle quali si può facilmente adattare, è considerata una nuova forma di industria creativa promettente (Cheng 2012). Una delle aziende più attive in questo settore è la China Publishing Group Digital Media Co (中国出版集团数字传媒有限公司, Zhōngguó chūbǎn jítuán shùzì chuánméi yǒuxiàn gōngsī)²⁹⁰, che dal 2011 ha cominciato a digitalizzare degli archivi storici di animazione e fumetti con i relativi diritti di autore, creando un archivio interattivo fruibile da diverse piattaforme e studiate principalmente per i supporti portatili.

Fig. 56 - Screenshot delle applicazioni Red Classic della China Publishing Group Digital Media



Fonte: Sito ufficiale

²⁹⁰ Sito ufficiale in cinese: <http://www.cpgit.com/>, ultimo accesso 22 settembre 2013.

Le più famose applicazioni per i sistemi operativi Apple e Android sono il *Diario del Coniglio* (达兔日记, Dá tù rìjì), o fumetti interattivi come *UAC interstellar advertising channel* (UAC 星际广告频道, UAC xīngjì guǎnggào píndào) e *Lafeng Tu* (拉风兔, Lā fēng tù), interessante è anche la serie di fumetti di propaganda *Red Classic* (红色经典, Hóngsè jīngdiǎn)²⁹¹. I fumetti *Red Classic* sono stati pubblicati per celebrare il 90° anniversario della China Publishing Group che, congiuntamente alla Shanghai People's Fine Arts Publishing House (上海人民美术出版社, Shànghǎi rénmín měishù chūbǎn shè) e Tianjin People's Fine Arts Publishing House editor (天津人民美术出版社编辑, Tiānjīn rénmín měishù chūbǎn shè biānjí), ha digitalizzato e creato un' applicazione per la lettura di questi fumetti. Le opere pubblicate sono circa 100 con la firma dei più grandi scrittori di fumetti come He Youzhi (贺友直) e Yao Shen Yi (沈尧伊)²⁹². Inoltre per far conoscere questo tipo di tecnologia al grande pubblico e diffondere le potenzialità dell' animazione diffusa, il Presidente della China Publishing Group Wang Lijun (王立军) ha organizzato il Primo Concorso dell' Animazione Diffusa nel 2012 (首届漫动画大赛, Shǒujiè màn dònghuà dàsài gòng). Sono state selezionate 28 opere su circa 1000 inviate per la selezione del concorso. *Beautiful forest* (美丽的森林, Měilì de sēnlín), *Whale Island in the winter* (鲸鱼岛的冬天, Jīngyú dǎo de dōngtiān) e *West Chamber* (西厢记, Xīxiāngjì) hanno ricevuto rispettivamente i premi di miglior effetti speciali, migliori tecniche innovative e migliore esperienza interattiva (Cheng 2012).

Fig. 57 - Da sinistra le applicazioni: UAC interstellar advertising channel e Lafeng Tu della China Publishing Group Digital Media

²⁹¹Sito ufficiale delle applicazioni e fumetti: <http://www.dajianet.com/special/dongman/>, ultimo accesso 22 settembre 2013.

²⁹²Sito dell'applicazione *Red Classic* : <http://www.dajianet.com/news/2012/0330/183587.shtml>, ultimo accesso 22 settembre 2013.



Fonte: Immagini dai siti ufficiali

Con lo sviluppo della rete mobile e il 3G molte aziende hanno cominciato ad investire sull'animazione diffusa e oggi la Tianjing Spirit World Comics (天津神界漫画公司, Tiānjīn shén jiè mànhuà gōngsī) risulta la più grande azienda cinese di distribuzione di contenuti digitali per dispositivi portatili. Inoltre, grazie agli investimenti del governo e la forte spinta del Dipartimento di propaganda della municipalità di Tianjiing²⁹³ (Ye 2009), la Tianjing Spirit World Comics è riuscita a digitalizzare 500 mila pagine, quasi 6000/ 8000 pagine al mese solo per quanto riguarda i contenuti per i dispositivi mobili. La strategia vincente è data dall'uso dell'interattività e dall'aggiunta dell'animazione nel contesto del fumetto originale per i prodotti dedicati al mondo mobile. Anche se è la più "vecchia" del settore, l'azienda ha sempre cercato di rinnovarsi per stare al passo con i tempi riuscendo a creare diversi contenuti digitali dedicati ai dispositivi mobili come il *Romanzo dei Tre Regni - Battaglia di Red Cliff* (三国演义之赤壁之战, Sānguó yǎnyì-zhī chìbì zhī zhàn) che si presenta come un audio-libro di 20 pagine illustrate ed animate, il quale ha vinto il premio come "original animation support plan 2009" (原创动漫扶持计划 2009, Yuánchuàng dòngmàn fúchí jìhuà 2009) da parte del Ministero della Cultura nella 4° edizione del China Original Mobile Cartoon Game Competition Network (中国原创手机动漫游戏大赛, Zhōngguó yuánchuàng

²⁹³ Informazioni in cinese: 天津神界漫画公司：做国内动漫产业领军者 http://creativity.022china.com/2009/09-14/149397_0.html.

shǒujī dòngmàn yóuxì dàsài)²⁹⁴ per la sezione dedicata ai dispositivi portatili. Questo prodotto è stato distribuito anche nella Corea del Sud.

Un altro fumetto per Smartphone è *The Legend of Ji Gong* (村人画趣, Cūnrén huà qù) che ha riscosso un grande successo prima in Giappone e poi negli USA²⁹⁵, confermando le qualità del prodotto e la nuova strategia dell'animazione diffusa (Du 2011).

10.3 Cronologia del supporto governativo

Per sviluppare il settore dell'animazione il governo cinese ha emanato delle politiche di regolamentazione che miravano a proteggere le produzioni originali cinesi, questo approccio difensivo era volto a limitare l'"invasione" delle serie TV straniere, *in primis* le anime giapponesi, che dominavano la maggior parte dei canali televisivi durante gli anni Ottanta e Novanta. Inoltre nei primi anni Ottanta si è assistito all'avvio graduale di nuove TV private che ha portato ad una vera e propria esplosione di canali televisivi e, di conseguenza, di una carenza di contenuti. Infatti le serie di animazione straniere erano adatte a soddisfare la crescente domanda di contenuti e le esigenze degli inserzionisti (Lu 2011).

L'approccio difensivo del settore animazione nazionale dall'"invasione" di prodotti animati stranieri ancora caratterizza le politiche di controllo nel campo dell'animazione di oggi. Tuttavia, oltre a questo atteggiamento, nel 2004-2005 il governo cinese ha adottato un atteggiamento più proattivo che consisteva nel sostenere con forza l'internazionalizzazione dei prodotti animati cinesi come veicolo di propaganda all'estero (Sun, 2010).

Il primo provvedimento ufficiale rivolto al settore dell'animazione risale al 1988 quando i componenti del Consiglio di Stato hanno promulgato la legge che riguardava la gestione del mercato culturale. Per la prima volta è stato istituito il concetto di *mercato culturale* (文化产业, Wénhuà chǎnyè) e si è avviata una riforma istituzionale che offriva

²⁹⁴ Sito ufficiale del festival: <http://www.mocartoon.com/>.

²⁹⁵ Pagina del Quotidiano cinese della cultura (中国文化); http://news.idoican.com.cn/zgwenhuab/html/2010-12/01/content_1852023.htm?div=-1

un ambiente più disteso per lo sviluppo delle istituzioni culturali che si occupavano di animazione.

Ma le politiche cinesi iniziarono ad occuparsi del settore di animazione solo nel 1996, quando la *General Administration of Press and Publication* (GAPP, 中华人民共和国新闻出版总署, Zhōnghuá Rénmín Gònghéguó Xīnwén Chūbǎn Zǒngshǔ) e il *Dipartimento di Propaganda* (中共中央宣传部, Zhōnggòng zhōngyāng xuānchuán bù, Publicity Department of the Communist Party of China) lanciarono congiuntamente il *Project of the publishing of Chinese Children Animation* (中国儿童动画出版工程 Zhōngguó értóng dònghuà chūbǎn gōngchéng), meglio conosciuto come *Progetto 5155* (5155 工程, Gōngchéng) per costruire cinque basi editoriali di animazione nel nord, nel sud, nel centro, e nelle regioni occidentali e orientali del Paese²⁹⁶.

Nel quindicesimo meeting del Partito Comunista Cinese (CPC) del 2000 si è affrontata la questione delle industrie culturali e fu proprio allora che l'industria dell'animazione venne riconosciuta ufficialmente. Per la prima volta il governo cinese adottava un cambio di politica e stabiliva nuove regole strategiche per sostenere lo sviluppo del settore, venivano imposti dei limiti di tempo nelle TV per poter trasmettere animazione di origine straniera, inoltre tutte le emittenti che importavano serie animate straniere erano soggette al monitoraggio e all'approvazione da parte della SARFT. Tutte queste nuove leggi hanno ovviamente apportato una ventata di positività all'interno degli studi cinesi di animazione, i quali si sono messi subito all'opera per realizzare un serio sviluppo di produzione (Wei 2011).

Nel 10° Piano Economico Quinquennale (2001-2005) il governo riconosceva il settore dell'animazione come un'industria strategica sia sul piano culturale che economico e nel documento affermava chiaramente che l'animazione è un settore che deve essere assolutamente sviluppato.

Nel 2003 con il “Comunicato riguardante il rafforzamento della gestione delle importazioni e della radiodiffusione dei prodotti animati” (“Notice about strengthening

²⁹⁶ Questo primo progetto ha dato vista ad una serie di magazine come la *Chinese Cartoon* (中国卡通), *Beijing Comic* (北京卡通), *Young Comics* (少年漫画), *Cartoon King* (漫画大王), *Cartoon Pioneer* (卡通先锋) e la realizzazione di una serie di animazione dal titolo *Senao Tsung Tsai* (神脑聪仔).

the administration of imports and broadcasting of animated products”), la SARFT stabiliva che ogni emittente non poteva trasmettere più del 40% di serie TV animate straniere (Chen 2010). Il comunicato rappresentava un ulteriore passo verso una gestione sistematica dei prodotti di animazione stranieri dal punto di vista dell’ importazione e della radiodiffusione.

Gli studiosi cinesi di solito considerano il 2004 come l’anno di nascita del settore dell’animazione in Cina: infatti a partire dal 2004 il governo cinese inizia ad adottare delle politiche specifiche per favorire lo sviluppo di animazioni in patria (Tan 2006).

Nel marzo 2004 viene emesso il “Comunicato riguardante l'amministrazione e la pianificazione delle tematiche nelle serie TV di animazione nazionale” (“Notice about the administration and planning of theme of domestic animated TV series”) il quale mirava a "promuovere lo sviluppo del settore animazione nazionale, rafforzare e regolare le serie di animazione per le TV nazionali a scapito dell’animazione estera, assicurando la buona crescita della produzione e un buon orientamento dell'opinione pubblica ”.

Il bando stabiliva che:

- a partire dal 1° luglio 2004 sarebbe stato attivato un sistema di monitoraggio e controllo degli argomenti nelle serie TV di animazione;
- solo le organizzazioni con una licenza potevano distribuire e produrre programmi radiotelevisivi e serie TV di animazione, previa approvazione da SARFT;
- la SARFT e tutti i suoi uffici, siano essi a livello provinciale o locale, erano responsabili per l'approvazione degli argomenti della serie TV animata.

Nel mese di aprile la SARFT emetteva delle normative, considerate poi le più importanti per il settore, riguardanti lo sviluppo del cinema e dell'industria dell'animazione TV nazionale.

Le normative stabilivano che:

- almeno il 50% delle ore totali di trasmissione e dei canali televisivi dedicati ai bambini doveva essere dedicata alle serie di animazione, e le serie animate nazionali doveva essere superiore al 60% del totale delle serie di animazione in onda;
- le TV tematiche (canali di Cinema o TV fiction) avevano la possibilità di inserire uno slot aggiuntivo di pubblicità della durata totale di 30 secondi nel prime time (18:00-

22:00) nel caso in cui avessero voluto trasmettere delle serie animate domestiche tra le 7:00 e le 19:00 per una durata di 30 minuti. Se invece avessero voluto trasmettere 60 minuti o più di serie animate nazionali, avrebbero avuto la possibilità di inserire uno slot aggiuntivo di pubblicità della durata totale di 60 secondi (Ruilan 2011).

Inoltre tutti i prodotti di animazione dovevano essere considerati uno dei beni più importanti e quindi inseriti nel quadro della strategia riguardante le esportazioni, che mirava a promuovere e rafforzare l'internazionalizzazione delle organizzazioni dei media cinesi e dei prodotti culturali cinesi nei mercati internazionali. Un effetto immediato di questo regolamento è dato dal fatto che solo due mesi dopo, più di dieci aziende private nazionali e straniere hanno deciso di entrare a far parte del settore dell'animazione cinese (Qing, 2006).

Nel 2004 il governo cinese continuava a promuovere ulteriormente il settore dell'animazione nazionale agendo su due fronti:

- con la creazione di tre nuovi canali televisivi satellitari di animazione (GBS Hunan Satellite TV, TV Kaku Pechino, Shanghai Toonmax TV) per raggiungere la quota di 50 canali televisivi, dedicati in parte alla trasmissione serie di animazione, entro la fine del 2004;

- e con il progetto di realizzare 9 basi industriali nazionali dedicate all'animazione (ad esempio a Pechino, Shanghai, Hunan) e 4 centri importanti di formazione per l'animazione (ad esempio CUC di Pechino, Beijing Film Institute, Gulin Arts Institute e China Art Institute). Ma il piano prevedeva comunque che entro la fine del 2009 ci sarebbero state ben 20 basi industriali nazionali e 7 centri di formazione animata (BlueBook, 2009)²⁹⁷.

Il 2005 è considerato l'anno di svolta per lo sviluppo del settore perché la SARFT nel mese di giugno ha promosso una serie di misure concrete per favorire lo sviluppo della produzione di animazione interna (Concrete measures to promote the development of the domestic animation creation). Il nuovo regolamento stabiliva che ogni canale doveva trasmettere in prima serata (17:00-20:00) solo le serie animate nazionali e il rapporto tra le serie animate straniere e nazionali doveva essere di 1:1.

²⁹⁷Consiglio Comitato Centrale di Stato e CPC, documento sul rafforzamento e miglioramento della costruzione ideologica e morale dei minori" 《中共中央、国务院关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》(中发[2004]8号)

-Ma solo nel 2006 la SARFT ha emanato delle nuove norme atte a limitare ancora di più la messa in onda delle serie animate straniere, infatti venne bandita la trasmissione di qualsiasi programma estero nei programmi televisivi. Inoltre, nel mese di aprile dello stesso anno, il Consiglio di Stato ha emesso il Comunicato riguardante il sostegno dello sviluppo del settore del fumetto, giochi e animazione domestica (财政部等部门关于推动我国动漫产业发展的若干意见》(国办发[2006]32号)), con il quale riconosceva l'ACG (animazione, fumetti, giochi) come un settore ad alta tecnologia sul quale si deve attuare una politica fiscale preferenziale in modo da aiutarlo a crescere.

La SARFT, congiuntamente con il Ministero del Commercio, ha pubblicato il "*Libro guida per l'esportazione di prodotti e servizi culturali*" (文化产品和服务出口指导目录, Wenhua chanpin lui Fuwu Chukou Zhidao Mulu)²⁹⁸. Il libro contiene due importanti documenti: il "Registro delle aziende più importanti per l'esportazione di prodotti culturali nazionali 2007-2008" (dal 2.007-2008 年度国家文化出口重点企业目录, niandu Guojia wenhua Chukou Zhongdian Qiye Mulu) e il "*Catalogo dei più importanti beni di consumo per l'esportazione come prodotti culturali nazionali 2007-2008*" (2007-2008 年度国家文化出口重点项目目录, niandu Guojia wenhua Chukou Zhongdian Xiangmu Mulu).

Il primo libro cita 14 società di produzione di animazione considerate come aziende chiave per l'esportazione di prodotti culturali nazionali, mentre nel secondo libro vengono citate serie TV di animazione come *Il gatto Blu* e *Viaggio in Occidente*, da prendere come riferimento culturale nazionale e quindi da esportare in tutto il mondo (Hualiang 2011).

Recentemente la SARFT ha emesso altre misure per accelerare e sostenere ulteriormente lo sviluppo del settore animazione nazionale. Qui viene citata la più importante: nel febbraio 2008 veniva emesso il documento dal titolo "regolazione delle trasmissioni delle serie di animazione in TV" che mirava a rafforzare l'amministrazione della trasmissione delle serie d'animazione TV nazionali e a fissare il rapporto 7:3 tra le serie

²⁹⁸Informazioni approfondite: http://www.china.com.cn/policy/txt/2007-06/01/content_8329904.htm e <http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/c/201202/20120207980777.html>, ultimo accesso 12 ottobre 2013.

l'animazione nazionale “ritrasmesse” e la serie di animazione straniere; e inoltre dal 1° maggio 2008 la prima serata, dedicata interamente alle serie di animazione, sarebbe durata un'ora in più, cioè dalle 17:00 alle 21:00.

Tale regolamento testimonia chiaramente gli sforzi attuati dal governo cinese che cerca di essere vicino alle esigenze dei broadcaster e allo stesso tempo di promuovere la produzione di serie di animazione interna.

Nuovi regolamenti sono stati emanati dal MOC (Ministero della Cultura) per quanto riguarda l'animazione online che, entrati in vigore effettivamente dal 1° aprile 2011, hanno sostituito il vecchio Regolamento provvisorio del 2003, il quale prevedeva che gli enti commerciali dovessero richiedere, presso la filiale locale del MOC, un permesso speciale per la diffusione dei prodotti culturali online su internet o la trasmissione di tali prodotti attraverso internet con reti di telefonia mobile, computer, smartphone, televisori e console di gioco.

10.3.1 Il supporto: oggi

Negli ultimi tre anni il governo ha cercato di individuare le realtà più importanti e redditizie per avviare una nuova fase di investimenti mirati. Infatti prima il “fondo speciale per lo sviluppo e per sostenere l'industria dell'animazione” veniva stanziato anche per gli studi di animazione non professionali o per quelli poco meritevoli, oggi invece i fondi speciali sono utilizzati principalmente per sostenere la produzione di animazione originale con la prospettiva di sviluppare il settore industriale animato (Qing 2006).

I governi locali inoltre offrono degli incentivi maggiori rispetto al governo centrale per aiutare lo sviluppo dell'industria locale. Ad esempio dal 2006 la città di Shenzhen investe ogni anno circa 100 milioni di yuan (12 milioni di euro) per le produzioni di animazione originali e intende raddoppiare gli incentivi se un cartone animato dovesse essere trasmesso in TV, con circa 500 yuan (61 euro) al minuto per la trasmissione in 2D, il doppio per la trasmissione di un'animazione in 3D (Tan 2006). In aggiunta, Shenzhen elargisce annualmente incentivi e premi di produzione alle aziende che sono riuscite ad ottenere un riconoscimento internazionale, ma sono previsti anche dei riconoscimenti speciali per quelle aziende che si sono distinte a livello nazionale. A queste politiche

locali chiaramente vanno aggiunti anche gli incentivi stanziati dal governo centrale che premia a sua volta le città che mettono in atto strategie di questo genere. Solo per fare un esempio: i governi locali di alcune città come Hangzhou, Binjiang District e Zhejiang mettono a disposizione un prestito agevolato per le aziende produttrici di animazione, mentre in città come Sichuan, Chengdu, Wuxi ecc. il governo locale elargisce fondi alle attività di animazione. Inoltre tutti i livelli interessati, come province, regioni autonome, municipalità, radiotelevisioni ecc., ricevono un'altra forma di supporto che proviene dalla SARFT. Ogni anno dal 2005 ad oggi la SARFT promuove direttamente le serie di animazioni che, secondo il governo, hanno un forte impatto a livello culturale. Il documento dal titolo "SARFT Raccomandazioni 2013 -Notifica del primo lotto delle animazioni nazionali più importanti da trasmettere" (广电总局关于推荐 2013 年度 - 第一批优秀国产动画片的通知, Guǎngdiàn zǒngjú guānyú tuījiàn 2013 niándù- dì yī pī yōuxiù guóchǎn dònghuà piàn de tōngzhī), contiene delle liste delle animazioni più significative con relativa trama, delle case di produzione e delle spiegazioni per cui queste animazioni devono essere distribuite in tutto il territorio nazionale. Successivamente le radiotelevisioni e i servizi amministrativi ricevono l'ordine di trasmettere le serie animate scelte su tutte le televisioni, ovviamente le TV nazionali hanno la priorità. Dunque il documento nasce con l'intento preciso di promuovere lo sviluppo del settore animazione e di garantire al pubblico, soprattutto quello più giovane, la visione delle migliori produzioni di cartoni animati domestici.²⁹⁹

Nell'ambito del "Sostegno per le industrie culturali emergenti" nel 2011 sono state riaggornate le politiche di incentivazione con l'emissione di una nuova circolare, la cosiddetta Caishui [2011] No.119, nella quale il Ministero delle Finanze e lo State Administration of Taxation hanno confermato il sostegno al settore animazione garantendo un rimborso IVA (VAT) e un tasso ridotto sull'imposta sul reddito delle società (BT)³⁰⁰ per i creatori qualificati di animazione. Tutte queste agevolazioni hanno sì consentito a molti imprenditori di investire nel settore dell'animazione, ma hanno anche provocato una smisurata e disordinata nascita di studi di animazione. Comunque

²⁹⁹ Un esempio, in cinese, della notifica delle serie sponsorizzate dalla SARFT: <http://www.sarft.gov.cn/articles/2008/04/07/20080408155717920672.html>, ultimo accesso 12 ottobre 2013.

³⁰⁰ Per info: <http://www.china-briefing.com/news/2012/01/19/china-continues-offering-tax-incentives-to-animation-industry.html>, ultimo accesso 12 ottobre 2013.

bisogna riconoscere che il settore ha subito un significativo cambiamento e che sta cercando di trovare un assestamento e di crearsi una vera catena di valore.

Il governo ha individuato nel documento “*National Animation and Comic Industrial Base*”³⁰¹ 4 categorie di sviluppo dell’animazione, cioè 4 aree di competenza, che sono ripartite in 4 rispettive zone geografiche (città e province) del Paese e sono:

- *National Animation Industrial/ Educational Base* sotto il controllo della SARFT;
- *National Animation Video Game Industrial Revitalization Base* controllata dal Ministero della Cultura;
- *National Online Game and Ani-com Industrial Development Base* sotto il controllo della General Administration of Press and Publication (GAP, 中华人民共和国新闻出版总署, Zhōnghuá Rénmín Gònghéguó Xīnwén Chūbǎn Zǒngshǔ);
- *National New Media/ Software Technology Base* dipendente dal Ministry of Science and Technology (MOST, 中华人民共和国科学技术部, zhōnghuá rénmin gònghéguó kēxué jìshù bù);

Categoria	Città & Province
Animation Industrial/ Educational	Pechino, Shanghai, Jiangsu, Zhejiang, Hunan, Guangdong, Hubei, Liaoning, Chongqing (Sichuan), Jilin, Fujian, Shanxi.
Animation Video Game	Shanghai, Jiangsu, Hunan, Liaoning Sichuan
Online Game and Animation end comic	Pechino, Shanghai, Guangdong, Liaoning Sichuan, Hebei
New Media/ Software Technology	Pechino, Shanghai, Hunan, Sichuan, Shandong

Dall'elenco si può notare che Shanghai è presente in tutte le categorie, invece Pechino non è presente nell' Animation Video Game; le province di Liaoning, Sichuan e Hunan rientrano in tre categorie diverse; la provincia di Guangzhou pur risultando presente in due sole categorie è la più importante per produzione di animazione, mentre le province di Zhejiang, Jilin, Fujian, Shanxi, Hubei, Hebei e Shandong sono quelle emergenti nel settore dell'animazione.

³⁰¹ *China Animation Yearbook 2010*

La città Xiamen ad esempio è stata designata dalla SARFT nel 2008 come una delle basi nazionali del settore animazione. Lo Xiamen Software Park³⁰² è stato istituito nel 2000 e ora il suo progetto è arrivato alla terza fase di sviluppo e di ampliamento della zona industriale, che prevede la costruzione di 1,63 milioni di metri quadrati. Lo scopo è quello di creare uno dei quartieri generali più avanzati della Cina che riesca a coinvolgere i settori industriali del software, giochi e *ani-comic*³⁰³.

10.3.2 Ordine cronologico dei regolamenti

Preoccupati per lo stato di debolezza del settore animazione nazionale, prima del forte supporto iniziato nel 2006, il governo attraverso la SARFT hanno realizzato una serie di documenti ufficiali nei quali si cercava di dare spinta al settore.

Questo paragrafo cerca di mettere in ordine cronologico tutte le leggi e i documenti divulgate dal governo negli ultimi 14 anni.

- 28 agosto 1995, il segretario generale del PCC Jiang Zemin, durante una visita al Shanghai Animation Studio, affermò che l'animazione è il nutrimento spirituale per i bambini, e quindi bisognava offrire l'animazione come un nuovo modello educativo
- Nel marzo 2000, la State Administration of Radio, Film e Televisione ha emesso un documento ufficiale dal titolo "sulla introduzione rafforzamento animata e gestione del bando di riproduzione (关于加强动画片引进和播放管理的通知)", in cui si afferma che tutte le programmazioni di animazione dovevano ottenere prima l'approvazione dalla SARFT e i cartoni di origine straniera dovevano essere trasmessi nella stessa proporzione dei cartoni di origine cinese. Mentre in precedenza, il cartone animato in TV era sostanzialmente monopolizzato dall'animazione giapponese. Lo stesso anno, secondo le statistiche del SARFT, il paese ha prodotto 13.000 minuti, con l'impiego nel settore di 6.000 persone.
- Nel mese di aprile 2001, grazie al sostegno del governo viene fondato il dipartimento di Anima, alla Communication University of China.

³⁰² Sito ufficiale: <http://www.xsoft.com.cn/en/?id=565>, ultimo accesso 22 ottobre 2013.

³⁰³ Animazione/fumetti.

- Nel 2002 la SARFT col *Decimo Piano Quinquennale di sviluppo* incoraggiò gli imprenditori del settore cinematografico e dell'animazione ad investire nella creazione di un canale TV dedicato ai bambini con programmazione di prodotti animati di origine cinese.
- Nell'agosto 2003 la SARF esortò tutti governi locali a partecipare attivamente nello sviluppo di politiche strategiche per la costruzione di un settore animazione.
- Nel 2003 con il “Comunicato riguardante il rafforzamento della gestione delle importazioni e della radiodiffusione dei prodotti animati” (“Notice about strengthening the administration of imports and broadcasting of animated products”), la SARFT stabiliva che ogni emittente non poteva trasmettere più del 40% di serie TV animate straniere
- Nel febbraio 2004, il PCC e il Consiglio di Stato formularono una serie di pareri riguardo al settore dell'animazione che sarebbero serviti a rafforzare e migliorare la costruzione ideologica e morale dei minori e quindi bisognava "sostenere attivamente la creazione, la produzione e la trasmissione di cartoni animati domestici che hanno degli elementi distintivi culturali nazionali, e gradualmente formare i minori con una serie di cartoni animati che mostrano la buona tradizione nazionale cinese”
- Nel marzo 2004 viene emesso il “Comunicato riguardante l'amministrazione e la pianificazione delle tematiche nelle serie TV di animazione nazionale” (“Notice about the administration and planning of theme of domestic animated TV series”) il quale mirava a "promuovere lo sviluppo del settore animazione nazionale, rafforzare e regolare le serie di animazione per le TV nazionali a scapito dell'animazione estera, assicurando la buona crescita della produzione e un buon orientamento dell'opinione pubblica ”.

Il bando stabiliva che:

- a partire dal 1° luglio 2004 sarebbe stato attivato un sistema di monitoraggio e controllo degli argomenti nelle serie TV di animazione;
- solo le organizzazioni con una licenza potevano distribuire e produrre programmi radiotelevisivi e serie TV di animazione, previa approvazione da SARFT;

- la SARFT e tutti i suoi uffici, siano essi a livello provinciale o locale, erano responsabili per l'approvazione degli argomenti della serie TV animata.

Nel mese di aprile la SARFT emetteva delle normative, considerate poi le più importanti per il settore, riguardanti lo sviluppo del cinema e dell'industria dell'animazione TV nazionale.

Le normative stabilivano che:

- almeno il 50% delle ore totali di trasmissione e dei canali televisivi dedicati ai bambini doveva essere dedicata alle serie di animazione, e le serie animate nazionali doveva essere superiore al 60% del totale delle serie di animazione in onda;
- le TV tematiche (canali di Cinema o TV fiction) avevano la possibilità di inserire uno slot aggiuntivo di pubblicità della durata totale di 30 secondi nel *prime time* (18:00-22:00) nel caso in cui avessero voluto trasmettere delle serie animate domestiche tra le 7:00 e le 19:00 per una durata di 30 minuti. Se invece avessero voluto trasmettere 60 minuti o più di serie animate nazionali, avrebbero avuto la possibilità di inserire uno slot aggiuntivo di pubblicità della durata totale di 60 secondi .
- Il 20 settembre 2004 la SARFT emanò il "Regolamento del Drama Review" in base al quale la realizzazione del dramma nazionale (compreso il cartone animato TV) doveva obbligatoriamente rispondere ad alcuni requisiti stabiliti e inoltre tutto il materiale di pre-produzione (la sinossi, le tavole di prova, titoli e dialoghi completi, sottotitoli, canzoni ecc..) doveva essere consegnato all' organo di revisione.
- Alla fine del 2004, una legge emanata dalla SARFT, regolava la trasmissione nel prime time di prodotti di animazione nazionali che non doveva essere inferiore al 60% rispetto alla trasmissione di cartoni animati stranieri (Cooper-Chen 2010). Inoltre se l'animazione durava più di 60 minuti, si stabilì la trasmissione di solo due break pubblicitari prima e dopo il cartone.
- Tra il 2005 e il 2006 le città di Chengdu, Guangzhou, Shanghai, Pechino, grazie a un decreto speciale, divennero "base per lo sviluppo della rete nazionale dell' industria del gioco e dell'animazione" favorendo in questo modo la ricostruzione delle aree industriali concentrate soprattutto nella produzione creativa dell'animazione e del

videogioco. La SARFT ha ufficialmente nominato 19 città come base dell'industria di animazione e della ricerca.

- Il 20 gennaio del 2005 la SARFT introdusse un'altra regola "relativa all'esecuzione del sistema di licenze per la questione del cartone animato per la TV di provenienza nazionale ". In questo modo la SARFT poteva regolare la concessione delle licenze, infatti tutte le televisioni, a partire dal 1° luglio 2005, dovevano richiedere un "contrassegno", una sorta di licenza, per tutti i cartoni animati nazionali, e se i programmi animati erano " stati precedentemente messi in onda su una rete televisiva nazionale", dopo la data stabilita, le TV erano tenute a ripresentare domanda per una nuova licenza per ottenere il permesso di ri-trasmissione.
- Maggio 2005, la SARFT ha emesso una serie di misure specifiche per promuovere lo sviluppo di animazione in Cina. La prima serata (dalle 17:00 alle 21:00) l'animazione cinese, non deve essere inferiore al 60%. Inoltre stabilisce che chi viola queste misure è soggetto a delle multe pesanti.
- Nel settembre del 2005, il Ministero delle Finanze, l'Amministrazione generale delle dogane, State Administration of Taxation ha emesso una serie di misure atte a stabilire quale siano le istituzioni culturali operanti nella riforma del sistema culturale regolate da una nuova politica fiscale, inoltre nel documento è presente la riforma fiscale del sistema culturale per il sostegno e lo sviluppo industriale (关于文化体制改革中经营性文化事业单位转制后企业的若干税收政策问题的通知 e 关于文化体制改革试点中支持文化产业发展若干税收政策问题的通知), il documento afferma chiaramente, che tutte le società impegnate nel settore dell'animazione e dei fumetti sono esentate dall'imposta sul reddito delle società.
- Nell'ottobre 2005, per l'11° Piano quinquennale (2006-2010), per la prima volta si è proposto di sviluppare con vigore le industrie culturali e creative, ad alto valore aggiunto del settore animazione. Secondo le statistiche incomplete, ci sono 24 province e città del settore dell'animazione che bisogna sostenere con forza, Pechino, Shanghai, Suzhou, Guangzhou, Shenzhen, Dalian e in altri luoghi sono state introdotte politiche preferenziali; e si sono realizzate oltre 200 istituzioni di animazione professionale.

- 2005-2006, Hangzhou, Suzhou, Changzhou, Chongqing, Shenzhen, Guangzhou, per favorire ulteriormente lo sviluppo di animazione e industria del gioco, la trasmissione del fumetto originale su CCTV ci sarà un premio di 2.000 yuan al minuto, e nelle province che aderiscono all'iniziativa la ricompensa trasmissione sarà di 1.000 yuan al minuto.
- Nell'aprile del 2006, l'Ufficio di Stato, precisava che il lasso di tempo, utile per portare l'industria dell'animazione verso un livello internazionale e far diventare la Cina un Paese in cui l'animazione sarebbe diventata uno dei pilastri importanti dell'economia e della cultura, doveva essere al massimo compreso tra i 5-10 anni. Entro questo periodo la Cina sarebbe dovuta diventare il Paese basato sull'animazione, grazie alla guida di politiche mirate allo sviluppo della scienza e della politica industriale, con una particolare attenzione al miglioramento della creatività e dei prodotti protetti dal copyright.
- Nell'agosto del 2006, una norma prevedeva che a partire dal 1° settembre dello stesso anno, tutti i canali televisivi nazionali sarebbero stati sotto controllo, i quali non potevano trasmettere animazioni provenienti da altri paesi nelle fasce orarie 17:00 - 20:00. Per quanto riguardava la coproduzione di cartoni animati in onda in questo periodo di tempo, devano essere approvati da SARFT. A questo punto, ogni canale deve trasmettere solo animazione domestica o programmi per bambini realizzati in Cina.
- Sempre nel 2006, il Ministero della Cultura ha convocato una riunione interministeriale (Ministero della Cultura, Ministero dell'Istruzione, Ministero della Scienza e della Tecnologia, Ministero delle Finanze, il Ministero dell'Industria dell'Informazione, SARFT, Dipartimento della stampa e pubblicazioni) per sostenere il settore animazione, ricercare le strategie politiche e i meccanismi di ripartizione dei compiti relativi al settore dell'animazione, animazione esperti compiti del comitato consultivo. Inoltre si è stabilito un fondo speciale elargito dal governo centrale per lo sviluppo del settore animazione.
- Febbraio 2008, veniva emesso il documento dal titolo "regolazione delle trasmissioni delle serie di animazione in TV" che mirava a rafforzare l'amministrazione della

trasmissione delle serie d'animazione TV nazionali e a fissare il rapporto 7:3 tra le serie l'animazione nazionale “ritrasmesse” e la serie di animazione straniera; e inoltre dal 1° maggio 2008 la prima serata, dedicata interamente alle serie di animazione, sarebbe durata un'ora in più, cioè dalle 17:00 alle 21:00.

- Dal 1° maggio 2008 tutte le emittenti, anche quelle locali, non potevano trasmettere nessun tipo di animazione straniera nelle fasce orarie 17:00-21:00;
- Nel 2009 il Ministero della Cultura informò che le imprese, dedite alla produzione di animazione, potevano godere di 5 sgravi fiscali tra cui l'esenzione IVA;
- 12 ottobre 2009, la SARFT comunicò che avrebbe rafforzato il controllo nella trasmissione dell'animazione, e che, a partire dal 1° gennaio 2010 in poi, il periodo di tempo dedicato all'animazione cinese doveva prolungarsi, quindi dalle 17:00 alle 22:00;
- Nel novembre 2009, la SARFT concesse alla società Jiangsu TV un canale per bambini sul satellite chiamato Cady TV (优漫卡通卫视, Yōu màn kǎtōng wèishì).
- Dal 1° aprile 2011 la MOC (Ministero della Cultura) ha emanato un regolamento per quanto riguarda l'animazione online che hanno sostituito il vecchio Regolamento provvisorio del 2003, il quale prevedeva che gli enti commerciali dovessero richiedere, presso la filiale locale del MOC, un permesso speciale per la diffusione dei prodotti culturali online su internet o la trasmissione di tali prodotti attraverso internet con reti di telefonia mobile, computer, smartphone, televisori e console di gioco.
- Nel 2011, nell'ambito del *Sostegno per le industrie culturali emergenti* sono state riaggornate le politiche di incentivazione con l'emissione di una nuova circolare, la cosiddetta *Caishui [2011] No.119*, nella quale il Ministero delle Finanze e lo State Administration of Taxation hanno confermato il sostegno al settore animazione garantendo un rimborso IVA (VAT) e un tasso ridotto sull'imposta sul reddito delle società (BT)³⁰⁴ per i creatori qualificati di animazione.

³⁰⁴ Per info: <http://www.china-briefing.com/news/2012/01/19/china-continues-offering-tax-incentives-to-animation-industry.html>, ultimo accesso 12 ottobre 2013.

- Nel 2012 il governo locale ha introdotto politiche preferenziali significativamente efficaci per l'industria dell'animazione nazionale, grazie alle quali, alcune delle principali città, che si sono impegnate nella produzione di animazione, hanno continuato a crescere per il numero di minuti prodotti di cartoni animati, le prime dieci città risultano: Suzhou, Guangzhou, Dongguan, Fuzhou, Hangzhou, Hefei, Wuxi, Shenzhen, Ningbo, Pechino.
- Nel comunicato di ottobre 2013³⁰⁵, la SARFT continua ad incoraggiare le coproduzioni di animazione sino-straniera tenendo fede alla "Normativa sulle Coproduzioni delle dramma (serie TV, animazione e cinema) sino-straniere" (SARFT Ordine No. 41)³⁰⁶. La normativa prevede che, al fine di esportare i prodotti di animazione e far crescere la qualità dei film a livello nazionale, il governo debba promuovere delle coproduzioni con altre nazioni.

10.4 La diffusione di nuovi modelli culturali attraverso l'animazione

10.4.1 Influenza Animata

Nel mondo occidentale il settore cosiddetto “culturale” riveste una grande importanza sia sotto il profilo economico, e gli Stati Uniti ne hanno fatto un modello di business collaudato, sia sotto il profilo culturale in *sensu lato*, perché permette la diffusione di nuove idee, la comunicazione di concetti profondi della cultura stessa e la creazione di una cultura popolare adatta a qualsiasi pubblico (Zhao 2011).

Negli ultimi anni grazie al grande interesse da parte del governo verso le industrie creative, l'Inghilterra è riuscita a realizzare dei prodotti culturali in grado di influenzare i mercati esteri e di creare dei veri e propri fenomeni, come la serie di film di *Harry Potter* e, nel campo delle animazioni, i successi internazionali di *Pingu* e *Peppa Pig*.

³⁰⁵ <http://www.sarft.gov.cn/articles/2013/10/12/20131012143223670276.html>, ultimo accesso 7 maggio 2013.

³⁰⁶ <http://baike.baidu.com/view/438202.htm>, ultimo accesso 11 maggio 2013.

Le peculiari caratteristiche stilistiche, estetiche e narrative che contraddistinguono l'animazione rappresentano una sorta di garanzia per una sua più ampia e profonda influenza e diffusione rispetto agli altri prodotti audio-video, anche perché essa si rivolge ad un pubblico giovane facilmente influenzabile. L'animazione coincide perfettamente con il concetto del "soft power" perché, essendo un settore culturale piuttosto "invisibile", come viene identificato da Tan (2006), va a toccare in modo profondo e delicato una sfera culturale molto importante per la creazione della nuova Cina. L'animazione può essere impregnata di contenuti culturali e ideologici che riflettono le idee del governo e sulle quali formare la popolazione.

Per far sì che queste idee vengano adottate anche dalle industrie creative e particolarmente dall'animazione, il governo ha stabilito che i prodotti di animazione e i fumetti devono essere considerati dei prodotti culturali adatti alle grandi masse del popolo, in particolare ai minori (Qing 2006).

10.4.2 Fasi storiche e politiche per diffondere modelli culturali attraverso l'animazione

Il governo cinese ha incominciato a dimostrare una sorta di interesse nei confronti dell'animazione già in quei periodi presi in esame nella parte storica di questa tesi. Tornando ora al discorso sull'importanza dell'animazione, si è già visto che agli inizi essa era utilizzata come vera e propria propaganda perché, data la sua struttura semplice, poteva essere capita da tutti (Qing 2006).

Le fasi durante le quali l'animazione è stata influenzata direttamente dal governo, obbligando gli autori a seguire precise direttive sono state:

1. Periodo progressista (1931-1936). Questa fase storica è contrassegnata dalle tensioni tra la Repubblica di Cina e l'Impero giapponese. La maggior parte dell'animazione era di propaganda e gli autori erano sì influenzati dal governo, ma vi era anche un movimento spontaneo di autori che esprimeva liberamente il proprio dissenso nei confronti dello straniero.

2. Periodo di propaganda (1937-1941). E' il periodo contrassegnato dalla cosiddetta seconda guerra sino-giapponese, fino al 1941, quando la Cina si alleò con i sovietici e gli americani. Per l'animazione è una fase di continuazione del periodo progressista ma con modelli culturali molto più marcati rispetto al periodo precedente. L'animazione era di pura propaganda e gli autori avevano l'intento di comunicare in modo libero le loro idee contro gli invasori e soprattutto invitare la popolazione alla rivolta.
3. Periodo della guerra civile (1941-1949). In questa fase la Cina dovette affrontare la guerra civile interna e la guerra contro l'imperialismo giapponese. Si iniziavano a vedere le prime forme di pressione del Partito Comunista di Mao direttamente sulle produzioni. Coloro che lavorarono per le produzioni di *Chiang Kai-shek* e Kuomintang, anni dopo furono considerati dei traditori e mandati nei campi di rieducazione.
4. Periodo anti-destra (1957-1964). Il Partito comunista cinese avviò una serie di campagne contro le persone definite di destra, in realtà erano rivolte contro tutti quelli che criticavano il partito di Mao. E' proprio in questo periodo che gli autori per la prima volta non ebbero la possibilità di creare delle animazioni libere perché il governo controllava i contenuti e le uniche poche animazioni prodotte dovevano esclusivamente divulgare i modelli culturali del partito di Mao. I registi erano diventati dei semplici tecnici ed esecutori e la maggior parte degli autori vennero puniti e imprigionati.
5. Periodo della Rivoluzione (1966-1976). E' la fase totalmente devota alla diffusione attraverso l'animazione di propaganda del partito e, più che nella fase precedente, gli autori erano indottrinati dal partito. Risultato: le animazioni erano dei veri e propri manifesti delle idee del partito comunista.
6. Periodo del *Softanima* (2006-oggi). Questa stagione è segnata dalle politiche governative per la promozione e la diffusione dell'animazione nel Paese e all'estero. Gli autori erano in semi-libertà di produzione, in realtà potevano anche esprimere opinioni libere, ma venivano censurate e non distribuite dal governo.

In questi sei diversi periodi l'idea dell'animazione ha avuto una vera e propria evoluzione per quanto riguarda il concetto della diffusione di idee. Agli inizi erano idee libere che gli autori, stimolati dalle vicende storico-politiche, comunicavano attraverso l'animazione, poi si è passati alla fase del controllo con la campagna anti-destra e la rivoluzione culturale ed infine a quella di semi-libertà sulla quale mi soffermerò ampiamente nel prossimo paragrafo.

10.4.3 Il periodo del Softanima

Il termine *Softanima* indica un periodo di tempo che va dal 2006 ad oggi e la parola è composta da *Soft*, che indica le politiche del governo cinese denominate del soft power, e *Anima*, ossia l'animazione. Dunque la parola *Softanima* indica le politiche del soft power attuate nell'animazione.

Questa fase storica è contraddistinta dalle politiche governative a favore dell'animazione sia come pilastro fondamentale di una nuova fase economica cinese e sia come modello di diffusione di concetti educativi vicini alle moderne idee politiche.

Questa fase inizia precisamente il 28 agosto 1995 quando uno degli esponenti del governo, il segretario generale del PCC Jiang Zemin, durante una visita al Shanghai Animation Studio, affermò che l'animazione è il nutrimento spirituale per i bambini e che quindi bisognava considerarla come un nuovo modello educativo (Qing 2006) e asseriva che³⁰⁷:

“è molto importante ispirare le persone attraverso la circolazione/trasmissione di opere culturali. I bambini sono la speranza e il futuro della nazione cinese. La modernizzazione degli ideali socialisti cinesi può essere attuata solo attraverso la realizzazione del terzo obiettivo strategico relativo alla responsabilità storica, la quale avrà delle ricadute positive su questa generazione. Ma per raggiungere questi obiettivi bisogna agire già dalla tenera età, infatti solo così si potrà dare un contributo concreto alla rivitalizzazione complessiva delle ambizioni della nazione cinese. E' responsabilità degli scrittori e degli artisti saper influire sulla formazione degli ideali, della morale, della cultura, della disciplina e della nuova idea socialista. Mi auguro che la maggior parte degli artisti dediti alla creazione di animazione del partito, riescano ad introdurre questa ideologia nelle loro opere che devono diventare il cibo spirituale per i bambini. La nostra immagine eroica dovrà essere presente in gran parte delle animazioni che serviranno da modello ed avranno un ruolo importante per la formazione degli ideali dei bambini”

³⁰⁷ In *News of the Communist Party of China*: <http://cpc.people.com.cn/GB/64162/124333/124356/125504/7429386.html>, ultimo accesso 12 dicembre 2013.

Nove anni dopo nel febbraio 2004, il PCC e il Consiglio di Stato formularono una serie di pareri riguardo al settore dell'animazione che sarebbero serviti a rafforzare e migliorare la costruzione ideologica e morale dei minori e quindi bisognava "sostenere attivamente la creazione, la produzione e la trasmissione di cartoni animati domestici che hanno degli elementi distintivi culturali nazionali, e gradualmente formare i minori con una serie di cartoni animati che mostrano la buona tradizione nazionale cinese".

Ma il documento che segna l'entrata dell'animazione nel periodo della cosiddetta *softanima* è stato redatto il 25 aprile del 2006 dal Consiglio di Stato per i ministeri e i dipartimenti interessati. Il documento afferma che lo sviluppo del settore dell'animazione ha il fine di soddisfare le esigenze spirituali e culturali del popolo, di promuovere la cultura socialista e la costruzione ideologica e morale dei minori, e risulta il primo passo per promuovere lo sviluppo delle industrie culturali³⁰⁸. In questo documento è sintetizzato il pensiero del governo riguardo l'animazione, considerata come un vero e proprio strumento utile per istruire le nuove generazioni alle ideologie socialiste.

Qualche anno dopo il 13 agosto 2008, il Ministero della Cultura pubblicava una serie di "Opinioni per sostenere lo sviluppo del settore animazione della Cina", nei quali il Ministero della Cultura proponeva delle direttive e delle misure concrete per sostenere lo sviluppo dell'industria dell'animazione in Cina, e sosteneva inoltre che era colpa della catena produttiva del settore che, non essendo completa, aveva seriamente ostacolato lo sviluppo del settore animazione cinese e non aveva incontrato ancora crescenti esigenze spirituali e culturali del popolo³⁰⁹.

Nei documenti ufficiali del governo cinese che riguardano il settore dell'animazione ci sono sempre due argomenti predominanti, ossia lo sviluppo del settore come una nuova forma economica e il consolidamento e rafforzamento del senso di identità nazionale attraverso i prodotti animati.

³⁰⁸ Documento in cinese sul sito: <http://www.gapp.gov.cn/caiwusi/oldcaiwusi/contents/2981/137488.shtml>, ultimo accesso 22 ottobre 2013.

³⁰⁹ Documento originale in cinese sul sito: <http://culture.people.com.cn/GB/22226/186341/186376/11331387.html>, ultimo accesso 22 ottobre 2013.

Il secondo argomento è di sicuro molto interessante perché con questo il governo ha chiaro in mente l'obiettivo di inserire e promuovere la cultura tradizionale cinese e la cultura nazionale nelle animazioni (Tan 2006).

Inoltre è anche interessante notare che il documento redatto nel 2006:

- valorizza la salvaguardia della sovranità culturale cinese, in modo da proteggere l'ideologia tradizionale;
- afferma che l'animazione destinata ai bambini deve avere uno scopo didattico per la formazione e il consolidamento delle idee e concetti della cultura tradizionale cinese;
- considera i prodotti di animazione più vicini al mondo dei minori, diventando di fatto lo strumento privilegiato per lo sviluppo mentale dei piccoli.

Secondo il governo l'animazione può anche rappresentare un ottimo strumento capace di salvaguardare e parlare delle minoranze linguistiche e culturali cinesi, presentando degli aspetti culturali sconosciuti al pubblico per farli poi diventar parte integrante della cultura nazionale.

Un altro passo importante presente nel saggio di Tan (2006) è quello dedicato al connubio tra industria dell'animazione e cultura nazionale che potrebbe proteggere la mente dei minori³¹⁰, sia nella salute fisica che mentale. L'idea non è del tutto nuova perché in effetti incarna rielaborandola il pensiero del filosofo cinese Liang Qichao che visse nella prima metà del '900, il quale diceva che "se i giovani sono saggi e forti il Paese è saggio e forte"³¹¹. Nel suo saggio *Giovane Cina* pubblicato sul giornale Qing Yi Bao (清议报) il 2 febbraio 1900, Tan afferma che se la salute fisica e mentale dei minori è direttamente connessa al futuro della nazione è perché i prodotti di animazione hanno una forte attrazione sui bambini e dunque il mercato e l'industria dell'animazione giocano un ruolo importante per la loro educazione.

L'idea di Tan riguardo l'animazione si sposa perfettamente con quella del governo cinese: la Cina intende curare la crescita della nuova generazione e delle future classi dirigenti utilizzando, nella prima fase di crescita, delle animazioni con fini educativi e di intrattenimento in linea con le strategie politiche del soft power.

³¹⁰In Tan Ling 2006 nella parte: 动漫产业与民族文化的结合是保障未成年人身心, pag. 165.

³¹¹ Versione originale "少年 智则国智, 少年 强则国强。"

Le politiche del settore animato sono accompagnate anche da strategie mirate a promuovere l'utilizzo delle nuove tecnologie da parte dei minori. Proprio dal 2010 il governo cinese ha iniziato a promuovere l'uso delle nuove tecnologie sottoscrivendo il proprio impegno ad accelerare i progressi dell'educazione informatizzata ³¹² in tutte le scuole, dalle primarie alle secondarie, dalle professionali alle università, nel documento dal titolo National Outline of Mid-long Term Educational Reform (2010-2020). Lo scopo del governo è quello di ottenere "un impatto rivoluzionario sulle generazioni future che creerà nuove idee utili a modellare il nuovo contesto sociale".

Va comunque detto che queste normative, suggerimenti e opinioni non hanno incentivato per ora una crescita produttiva e di diffusione come ci si aspettava.

10.5 Nuove tecnologie

Lo sviluppo della tecnologia digitale nell'industria dell'animazione ha consentito al settore stesso di diventare una delle economie creative più importanti del 21° secolo perché è strettamente collegata con moltissimi settori dell'industria tradizionale e dei derivati.

Le nuove tecniche di animazione hanno influito molto sull'originalità e la qualità dell'animazione cinese e con l'avvento dell'animazione in 3D sono state create nuove professionalità abili nel realizzare prodotti di altissima qualità per un contesto ormai globale. Inoltre l'animazione in 3D può essere usata in diversi settori, come videogiochi, pubblicità, film, progetti architettonici e molti altri. Solo per fare un esempio: l'animazione utilizzata per fini architettonici in Cina è ancora in fase di sviluppo, ma l'utilizzo di questa tecnologia come produzione di modelli 3D è molto richiesta (Zhou 2008)³¹³.

I nuovi mezzi tecnologici permettono a questo tipo di industria di avere dei privilegi che prima erano totalmente sconosciuti, come ad esempio utilizzare diversi canali di

³¹² Per approfondimenti: http://www.edu.cn/li_lun_yj_1652/20130826/t20130826_1006648.shtml, ultimo accesso il 27 ottobre 2013.

³¹³ Zhou Zhiyi 2008(周志懿)超中国动漫, 冲动下的欣欣向荣 中国动漫产业发展概况 (*Animazione Cinese - Panoramica sullo Sviluppo*), 《传媒》2008年第3期, 传媒杂志社"Media" magazine 2008, pp 15-26.

distribuzione e promozione con costi veramente esigui per il produttore. Dunque la produzione per una multiplatforma e la diversificazione dei canali negli ultimi cinque anni hanno giocato un ruolo importante per l'ideazione e la produzione di nuovi tipi di animazione (Li 2011).

Il rapido sviluppo tecnologico dei Nuovi Media ha portato l'industria creativa a considerare questo settore come uno dei più importanti, soprattutto dal punto di vista remunerativo. Infatti l'animazione esercita una grande influenza sulle scelte produttive dei Nuovi Media come la TV digitale, internet, telefoni cellulari, PDA, lettori portatili. I cellulari di nuova generazione e i nuovi tablet hanno una connessione e una larghezza di banda maggiore per elaborazione video streaming, musica, immagini ed altre forme di multimediali, ecco perché i New Media sono indispensabili per lo sviluppo e per la concezione di un nuovo tipo di animazione (Qing 2006).

In Cina la maggior parte dei cartoni animati è però ancora "rinchiusa" nella vecchia concezione di animazione, realizzata soprattutto per il mainstream, che di fatto ignora e vanifica l'importanza e il valore intrinseco del settore stesso, il quale invece potrebbe diventare un pilastro per la cultura e l'economia nazionale se solo implementasse i nuovi tipi di distribuzione. Infatti l'animazione, utilizzata in ambiti diversi del mainstream, può veramente diventare uno strumento di insegnamento e di promozione in molti settori. Ad esempio essa risulta già una risorsa importante per gli studi, soprattutto quelli pubblicitari che utilizzano oggi la tecnica dell'animazione per promuovere i propri prodotti.

L'animazione in Cina, come nel resto del mondo, è entrata nella vita quotidiana delle persone diventandone una parte integrante molto importante: i nostri computer, i nostri cellulari o qualsiasi schermo interattivo hanno come base una struttura animata che gli animatori e i tecnici hanno realizzato per essere molto vicina alle nostre esigenze. Inoltre le nuove tecniche di animazione si sono sempre più evolute perché hanno puntato ad eliminare il disegno su carta nella parte produttiva, a migliorare e a ridurre il ciclo di produzione, contraendo di fatto le spese e il tempo di produzione.

10.6 Studi Outsourcing e le loro principali realizzazioni

Sembra strano, ma anche la manodopera cinese a basso costo ha subito negli ultimi anni una concorrenza agguerrita da parte del Vietnam, India e Corea del Nord, che hanno proposto dei salari ancora più esigui di quelli cinesi. Ecco perché il governo cinese sta incentivando la produzione e la creazione originale di animazione che abbia come *core business* il marchio originale cinese, in modo da ottenere dei ricavi significativi e di sopravvivere in futuro agli attacchi esterni del Vietnam, India e Corea del Nord.

Il Giappone realizza i progetti delle serie animate ancora su carta, e secondo alcuni produttori giapponesi, quando vi è una scadenza imminente e lo studio è in ritardo col lavoro, si “impacchettano” i disegni e si inviano alle agenzie di intermediazione. La maggior parte dello staff degli studi giapponesi non è a conoscenza del fatto che parte delle loro animazioni vengono realizzate in Cina, infatti coloro che sono interessati all'outsourcing sono solo principalmente i produttori esecutivi, che a loro volta inviano i progetti a delle aziende giapponesi di intermediazione, le quali a loro volta “impacchettano” il materiale e lo spediscono agli studi cinesi.

In un'intervista contenuta in *ChinaVisual.com*³¹⁴, una responsabile del progetto per lo Studio Haida, la signora Liu (刘) afferma che gli standard di qualità dei giapponesi sono molto elevati e pretendono che tutti i requisiti vengano rispettati scrupolosamente e, dunque per ovviare ad eventuali lamentele, vengono impiegati ben 34 dipendenti per lavorare sul progetto e otto per occuparsi del controllo del colore. Per avere dei costi così bassi la Haida affitta delle stanze lontane dal centro di Shanghai e i dipendenti lavorano fino a dieci ore al giorno per uno stipendio di 180 euro al mese (1500 yuan).

Principali studi in Outsourcing:

- Enzo Animation (in cinese 無錫园造卡通有限公司, 園造カートン有限公司) è una studio di animazione cinese controllata dalla *Mook Animation* (ムークアニメーション) e la *DLE* (株式会社ディー・エル・イー Kabushikigaisha Dī Eru Ī) giapponesi, le principali produzioni sono come la seconda serie TV di *Anyamaru Tantei Kiruminzuu*, la 3 serie TV di *Astro Boy* (2003), la seconda serie di *Bakugan*

³¹⁴ Intervista sul sito: <http://c.chinavisual.com/2004/02/24/c8193/>, ultimo accesso 12 ottobre 2013.

Battle Brawlers: Gundalian Invaders, e la serie animata americana di *Transformers: Animated*.

- Da Lian Eastern Dragon Cartoon Development (大連東方龍动画发展有限公司, ティー・ワイ・オーの子会社 中国) controllata dalla giapponese *TYO Group*
- Sozhou Studio Deen (苏州丹尼动画有限公司) è controllata dalla Studio Deen Co., Ltd. (株式会社スタジオディーン, Kabushiki gaisha Sutajio Dīn) le più importanti produzioni sono dal 1994, *Book Cherry Ghost*, *Rurouni Kenshin New Kyoto Chapter*, *World's First Love*, *Cardinal Debris*, *Slick Ghost Sun Millennium Magic Beijing*, *Arrest Warrant*, *Rurouni Kenshin*, *Samurai Deeper Kyo*, *Young Onmyouji*, *Up To SEED*, *Ranma 1/2*, *Zenki*, *Prime Enemy Detective*, *Fruits Basket*, *Head Text D*, *Inuyasha*, *Today Begins To Devil*, *Vampire Knight*, *Innocent Romance*, *Groundbreaking Game*, *Once Upon A Biography Gods*, *Arrest Warrant Full Speed Ahead*, *Wonderful Detective Labyrinth*, *King Of The Purple Tones Of*, *Momoka Months Zen*, *Young Onmyouji*, *Hell Girl*, *Hell Girl Two Cage*, *CODE-E*, *Ceremony When They Cry* e *Down-Cat*.³¹⁵
- Shanghai Studio Dub(上海ダブ) controllata dallo Studio Dub giapponese (スタジオオダブ) le principali produzioni sono: *Z Gundam*, *Dirty Pair*, *Mobile Suit Gundam ZZ*, *City Hunter*, *Kimagure Orange Road*, *City Hunter 2*, *Conan*, *Mobile Suit Gundam SEED*, *Gintama*, *Code Geass: Lelouch della Ribellione*, *Tokyo magnitudo 8.0*, *Digimon* e *Xros Guerre*.
- Wuxi Asahi production³¹⁶(無錫旭陽动画制作有限公司, Wúxī xù yáng dònghuà zhìzuò yǒuxiàn gōngsī) controllata dalla giapponese Asahi production (旭プロダクション) tra le produzioni più importanti sono: *One Piece*, *Naruto*, *Gintama*, *Fairy Tail* e *Doraemon*.

³¹⁵ Titoli originali dal sito ufficiale: http://www.chinadeen.com.cn/_d276405214.htm 簿櫻鬼, 浪客剑心 新京都篇, 世界第一初恋, 绯色的碎片, 滑头鬼之孙 千年魔京, 逮捕令, 浪客剑心, 鬼眼狂刀, 少年阴阳师, 高达 SEED, 乱马 1/2, 鬼神童子, 素敌侦探, 水果篮子, 头文字 D, 犬夜叉, 今天开始变魔王, 吸血鬼骑士, 纯情罗曼史, 破天荒游戏, 仙界传 封神演义, 逮捕令 全速前进, 绝妙侦探 迷宫, 紫音之王, 桃华月禅, 少年阴阳师, 地狱少女, 地狱少女二笼, CODE-E, 寒蝉鸣泣之时 礼, 佝偻猫, ultima visita 2 gennaio 2014.

³¹⁶ Sito ufficiale: <http://www.asahi-wuxi.com/index.asp>, l'ultimo accesso 12 aprile 2013.

- Changzhou Nova (常州日昇动画制作有限公司, Chángzhōu rì shēng dònghuà zhìzuò yǒuxiàn gōngsī) controllata dalla giapponese Studio Cats (スタジオキャッツ) *Code Geass: Lelouch of the Rebellion R2, Pokemon series, Fruits Basket, Crescent Love e Strawberry Panic.*
- HAYASHI China studio controllata dalla HAYASHI(ハヤシ株式会社、HAYASHI KK), prodotti rappresentativi, *Bleach, Nana, Death Note, Read Garden, Baccano, Detective Conan, e School Ramble.*
- Beijijng Xiele Art(北京写楽美術芸術有限公司)³¹⁷ filiale della giapponese Osamu Tetsuka production (手塚治虫が立ち上げた) si occupa principalmente delle realizzazione e distribuzione dei prodotti della Tetsuka Production.
- Gold Pinaster Animation³¹⁸ (北京金松林动画公司 - 金松林动画) questo studio lavora per diverse compagnie giapponesi, i lavori piu significativi sono: *Battle Spirits , Can't Take My Eyes Off You, Code Geass_P , Inu X Boku, Kiss Kiss, Karneval, Lagrange, Natsuyuki, Stardriver, Yamato e To Love Ru-Dark.*
- Hangzhou Dragon Animation (杭州飞龙动画材料有限公司), *Cowboy Bebop, Cowboy Bebop, Pokemon, HUNTER X HUNTER, Imuyasha, KERORO, Saint Seiya, Evangelion, Naruto e Tokyo Magnitudo 8.0.*
- Nian Dai Animation (無錫年代动画制作有限公司), l'azienda si occupa principalmente nella produzione di cartoni animati, come *Naruto, Bleach, One Piece e Conan.*
- Wuxi Ma Liang animation (无锡马良动画制作有限公司), la società è coinvolta nella produzione della serie animata come *Ninja, Chibi Maruko, Viking e Zorro.*
- Wuxi nine long animation (無錫九久动画制作有限公司) produce animazione al computer ma anche dipinte a mano, ha realizzato animazioni importanti come *Naruto, Detective Conan e One Piece.*

³¹⁷Sito ufficiale: http://www.xiele.com.cn/sino_japanese_exchanges.html, l'ultimo accesso 12 aprile 2013.

³¹⁸ Sito ufficiale: <http://www.zcsbg.com/>, l'ultimo accesso 12 aprile 2013.

- Shanghai Superman(上海スーパーマン) tra le opere più importanti: *Ah! My Goddess, Akahori Ged, Hour Rabuge, Background Art, Astro Boy, Bleach, Background Animation, Death Note, Elfen Lied, Naruto, Peach Girl e Pokémon.*

Altri studi importanti: Wuxi Zi animation school(無錫紫龍動漫学校), Phoenix Animation(火鳥动画製作有限公司), Wuxi idealAnimation(無錫理想动画有限公司), Wuxi Luo Wang Animation (無錫駱王动画有限公司) Wuxi excellent animation(無錫市卓越动画制作有限公司), Wuxi St. days animation (無錫天聖动画制作有限公司), Wuxi Eslite animation(無錫誠品动画制作有限公司), Wuxi SUNNIE studio(無錫SUNNIE 制作室), Wuxi zizidongman studio(無錫zizidongman 制作室), Wuxi Ala tin Animation Studios(無錫永錫动画制作室), Shanghai Golden Bell Animation (上海ゴールデンベル・アニメーション).

10.7 TV importanti di animazione

In questo paragrafo sono state analizzate i principali canali TV che hanno parte della loro programmazione dedicata ai prodotti di animazione.

Le TV in questione sono:

Heilongjiang Television (HLJTV, cinese semplificato: 黑龙江电视; cinese tradizionale: 黑龙江电视台; pinyin: Heilongjiang Diànshìtái)., È una rete televisiva nella zona provincia di Harbin, in Cina e Heilongjiang Il Heilongjiang Television and Radio Broadcast Center si trova a Long Ta .. (Dragon Tower) si è associato con Long Guang attraverso il Heilongjiang Radio e TV Group il logo è ben visibile sia la "H" inglese e il "drago" cinese, a seconda di come si guarda a questo (Fonte:.. <http://www.hljtv.com/dalou/main.htm>)

Canale bambini ha Iniziato a trasmettere nel dicembre 2004.



Adulti ideologica e morale educazione per la crescita sana dei bambini con maggiori e migliori spirituale cibo è il nostro obbligo. Dopo quasi cinque anni di temperamento e di sviluppo, la crescente influenza del canale per bambini, la reputazione, la reputazione continua a migliorare, il programma in costante miglioramento, l'innovazione, i rating continuano a salire, la media è sempre più potente competitività.

Palinsesto

Quotidiano 15:30	Dragon Club
Quotidiano 16:28	Anime Kart
(Daily edizione) Lunedì al Venerdì 17:53	Girasoli al sole
(Classi di fine settimana) Sabato e Domenica 17:53	
Lunedì a Venerdì 18:25	Arma
Sabato e Domenica 18:25	Buon Carnevale

10.7.1.1 TV importanti per la diffusione dell' animazione

I più importanti canali TV in Cina che hanno parte della loro programmazione dedicate a contenuti di animazione: Excellent Man Cartoon TV (优漫卡通卫视, Yōu màn kǎtōng wèishì), Sichuan Canale Donne televisivi e Bambini (四川电视台妇女儿童频道概况, Sìchuān diànshìtái fùnǚ értóng píndào gàikuàng), Southern Television bambini (南方电视台少儿频道, Nánfāng diànshìtái shào'ér píndào), Hangzhou TV per bambini (杭州电视台少儿频道, Hángzhōu diànshìtái shào'ér píndào), Shanghai Haha TV bambini (上海电视台哈哈少儿频道, Shànghǎi diànshìtái hāhā shào'ér píndào), Urumqi Televisione Bambini e Femminile (乌鲁木齐电视台女性儿童频道, Wūlǔmùqí diànshìtái nǚxìng er

tóng pǐndào), Chengdu TV per bambini (成都电视台少儿, Chéngdū diànshìtái shào'ér), Shandong TV per bambini (山东电视台少儿, Shāndōng diànshìtái shào'ér), Guangzhou TV per bambini (广州电视台少儿, Guǎngzhōu diànshìtái shào'ér), Zhejiang TV per bambini (浙江电视台少儿, Zhèjiāng diànshìtái shào'ér), Zibo TV Science (淄博电视台科教频道, Zībó diànshìtái kējiào pǐndào), Hebei TV per bambini Science (河北电视台少儿科教频道, Héběi diànshìtái shào'ér kējiào pǐndào), Indovina bambini Yunnan TV (云南电视台猜猜少儿, Yúnnán diànshìtái cāi cāi shào'ér), Jiangxi TV Bambini Famiglia (江西电视台少儿家庭频道, Jiāng xī diànshìtái shào'ér jiātíng pǐndào), Chongqing per bambini TV (重庆电视台少儿频道, Chóngqìng diànshìtái shào'ér pǐndào), Hunan TV Golden Eagle Cartoon (湖南电视台金鹰卡通卫视, Húnán diànshìtái jīnyīng kǎtōng wèishì), Nanjing TV per bambini (南京电视台少儿), Qingdao TV Youth Travel (青岛电视台青少旅游频道, Qīngdǎo diànshìtái qīng shào lǚyóu pǐndào), Bambini Wuhan TV (武汉电视台少儿频道, Wǔhàn diànshìtái shào'ér pǐndào), Dalian TV per bambini (大连电视台少儿频道, Dàlián diànshìtái shào'ér pǐndào), Shanxi TV per bambini (山西电视台少儿频道, Shānxī diànshìtái shào'ér pǐndào), Shenzhen TV per bambini (深圳电视台少儿频道, Shēnzhèn diànshìtái shào'ér pǐndào), Ningbo TV per bambini (宁波电视台少儿频道, Níngbō diànshìtái shào'ér pǐndào), Jiangsu TV intelligente Man Cartoon (江苏电视台优漫卡通频道, Jiāngsū diànshìtái yōu màn kǎtōng pǐndào), Bambini Jinan TV (济南电视台少儿, Jīnán diànshìtái shào'ér), Nixia TV bambini (宁夏广电介绍少儿, Níngxià guǎngdiàn jièshào shào'ér), Bambini Heilongjiang TV (黑龙江电视台少儿频道, Hēilóngjiāng diànshìtái shào'ér pǐndào), Gansu TV per bambini (甘肃电视台少儿, Gānsù diànshìtái shào'ér), NMTV Bambini (NMTV 少儿, NMTV shào'ér), Liaoning Istruzione e Gioventù (辽宁教育青少, Liáoníng jiàoyù qīng shào), Henan TV ³¹⁹(河南电视台, Hénán diànshìtái), *Qinghai TV* (青海电视台, Qīnghǎi diànshìtái) e Set TV (东南卫视, Dōngnán wèishì) che offrono entrambi programmi per bambini.

³¹⁹ Offre programmi per bambini.

Fig. 56- Da sinistra a destra i vari loghi delle stazioni di animazione



Fonte: Siti internet ufficiali

10.7.2 Diffusione via satellite: l'esempio giapponese

Nel settore della TV satellitare dedicata all'animazione occupa un posto di riguardo la Sony Pictures che nel 1998 ha lanciato un nuovo canale satellitare a pagamento dal nome Animax Broadcast Japan (アニマックス, Animakkusu), conosciuto comunemente come Animax. Questo canale trasmette 24 ore al giorno solo animazione giapponese ed è presente in 17 Paesi in Asia, Cina esclusa.

Solo in Asia ha raggiunto 39 milioni di abbonamenti con uno share di 40 milioni di utenti, inoltre, il canale satellitare è presente anche in Europa e nelle Americhe, in alcune nazioni è possibile avere anche Animax mobile in accordo con gli operatori telefonici dei diversi Paesi³²⁰. Il successo di questo canale è soprattutto dovuto alla potenza del brand creato dalla Sony e allo stile giapponese dell'animazione che, attraverso le *anime*, è riuscito a catturare milioni di fan in tutto il mondo (MobileReference 2007)³²¹.

Dal punto di vista economico l'industria dell'animazione giapponese può vantare una maggiore trasmissione dei propri prodotti all'estero, avendo a disposizione maggiori capitali da investire per l'innovazione e la creazione di nuove serie di animazione.

Anche se in Cina ci sono dei canali satellitari di discreto successo e dedicati all'animazione³²² (Voci 2010), purtroppo non potrebbero ottenere lo stesso risultato nei

³²⁰ Dati Animax website: <http://www.animax-asia.com/about>, ultimo accesso 1 ottobre 2013.

³²¹ MobileReference 2007, Asian Art, MobileReference.

³²² Voci P. (2010), *China on Video: Smaller-Screen Realities*, Routledge, pag 41.

Paesi esteri, perché l'animazione cinese finora non è riuscita a crearsi un'immagine forte tale da essere riconosciuta anche dagli utenti internazionali.

Un altro personaggio giapponese molto famoso, che può risultare d'esempio per l'industria dell'animazione cinese, è il gatto *Hello Kitty* (ハローキティ, Harō Kiti?)³²³.

Questo personaggio nasce dai prodotti derivati, dai disegni al merchandising, e il suo marchio fattura ogni anno 740 milioni di euro (McGray 2002). È stato creato dall'azienda giapponese Sanrio (株式会社サンリオ, Kabushiki-kaisha Sanrio) nel 1974, ma raggiunse il successo internazionale prima come ambasciatore dell'Unicef (1983) e poi negli anni Novanta diventò un vero e proprio status symbol perché alcune celebrità come Mariah Carey, Britney Spears, Lady GaGa, Paris Hilton e altre ancora indossavano oggetti con la famosa icona.

Dal 1985 si sono realizzate diverse animazioni destinate essenzialmente al mercato internazionale incrementando così il potere di questo marchio.

10.8 Altri Shanzhai animati

La CCTV trasmette ancora un cartone animato dal titolo *I cinque topi* (五福鼠 Wǔfú shǔ, 2011) i cui personaggi di sicuro sono ispirati alla famosa serie americana *Tom e Jerry* di Hanna e Barbera, ma in questo cartone *shanzhai* la storia è ispirata a *Il romanzo dei tre regni* (三国演义, Sānguó yǎnyì) dove i topi combattono contro i gatti per difendersi e conquistare i diversi regni. È interessante la somiglianza dei due protagonisti che, dal punto di vista estetico e del disegno, hanno gli stessi tratti e gli stessi colori (figura 57) dell'originale. In questo caso la produzione ha copiato solo i personaggi principali (coperti dal copyright) tentando di attrarre i più giovani con l'uso di immagini già conosciute, inoltre il cartone risulta molto violento e di media qualità dell'animazione.

Fig. 57– A sinistra Tom e Jerry e a destra la copia Shanzhai I cinque topi

³²³ McGray D. (2002), *Japan's Gross National Cool*, Foreign Policy, pag. 49.



Fonte: Screenshot dai video originali

La CCTV “sembra” non accorgersi che i cartoni che acquista o che produce sono degli *shanzhai*.

Anche *Ping-pong Tornado* (乒乓旋风, Pīngpāng xuànfēng), un’ animazione cinese di 26 episodi, prodotta da CCTV Animation e trasmessa dalla stessa TV, è una copia dell’animazione giapponese *Principe del Tennis* (テニスの王子様, Tenisunoōjisama, 1999). Anche se in *Tornado* il campo da tennis è stato sostituito con un tavolo da ping pong, le storie sono simili.

Fig. 58 - A sinistra la copia Shanzhai Ping-pong Tornado e a destra l’originale giapponese Principe del Tennis



Fonte: Poster originali delle serie

Un grande classico dell’animazione giapponese dal titolo *Chibi Maruko-chan* (ちびまる子ちゃん Chibi Maruko-chan , 1990-oggi), famoso *manga* e *anime* che va in onda ogni

domenica da anni su Fuji TV, è stato copiato dagli studi cinesi anche nel nome, *Le piccole ciliegie e Maruko* (小樱桃和小丸子, Xiǎo yīngtáo hé xiǎo wánzi).

Fig. 59 – A sinistra la copia Shanzhai *Le piccole ciliegie e Maruko* e a destra l'originale giapponese *Chibi Maruko-chan*



Fonte: Screenshot dai video originali

Un'altra animazione cinese copia del cartone giapponese *Let's & Go - Sulle ali di un turbo* (爆走兄弟レッツ&ゴー!!, Bakusō kyōdai Rettsu& gō!!, 1996 - 2006) è *Ray-velocità a bordo del lampo* (雷速登闪电冲线, Léi sù dēng shǎndiàn chōng xiàn) che, secondo alcuni siti, risulta copiata all'80%³²⁴: in effetti i personaggi, il tema incentrato sulle macchine da corsa telecomandate, la struttura narrativa degli episodi della serie *shanzhai* sono molto simili all'originale.

Fig. 60 – A sinistra la copia Shanzhai *Ray-velocità a bordo del lampo* e a destra l'originale giapponese *Let's & Go*



Fonte: Screenshot dai video originali

³²⁴ http://news.17173.com/content/2012-01-29/20120129020402907_64.shtml, ultimo accesso 12 gennaio 2014..

Inoltre il sistema del merchandising di *Ray-velocità a bordo del lampo* ha funzionato molto bene e si è avuta una fiorente produzione di gadgets con il brand di questa animazione.

Ultimamente la CCTV 6 sta realizzando dei programmi speciali dedicati alla promozione dell'animazione nazionale. L'8 agosto 2009, i presentatori di uno di questi programmi speciali hanno annunciato che sarebbe andata in onda una nuova animazione molto divertente e simpatica alla fine del loro programma. L'animazione in questione era il *Gattino Lala* (小猫啦啦, Xiǎo māo lā lā, 2008) che racconta le avventure di un gattino carino che vive con un bambino e i suoi due genitori: peccato che abbia la stessa trama e gli stessi disegni dell'animazione giapponese *La dolce casa di Chin* (チーズスイートホーム, Chi's Sweet Home, 2008).

Fig. 61 - A sinistra la copia Shanzhai Gattino Lala e a destra l'originale giapponese *La dolce casa di Chin*



Fonte: Screenshot dai video originali

Il gattino Lala ha fatto scatenare l'indignazione degli spettatori che, sul sito di Youku che ospita la trasmissione della CCTV 6³²⁵, scrivono tantissimi commenti contro l'animazione e la CCTV.

Citiamone alcuni:

Hell Girl Enma tu Kei (scrive):

Ovviamente si tratta di plagio. " La dolce casa di Chin." , Così l'animazione cinese come può progredire? . . . I produttori sono ciechi..... hanno scelto di copiare da un altro Paese! !
地狱少女阎魔あい

³²⁵ http://v.youku.com/v_show/id_XMTEwMjg5OTAw.html , ultimo accesso 12 gennaio 2014..

明显又是抄袭。。《甜甜私房猫》。。。中国动漫怎么就不进步了？。。。那些制作商眼睛都瞎了。。好漫画那么多，就偏不动画化，反而去抄袭别国的！！我勒个去，素质在哪里。。)

Big Man Son 1911(scrive):

È un triste plagio, cosa devono vedere i bambini sotto i 5 anni? ?

大文子 1911

悲哀 抄袭给 5 岁以下儿童看的么? ?

N° 31003 (scrive):

io sono cinese e non sostengo plagio.

31003 号

少来这套，我是中国人，但我不支持抄袭。

La decisione spetta a voi (scrive):

Plagio evidente, non chiamate originale questo. . è la qualità dell'animazione ahhh. . animazione FLASH è anche fatta male ...

就决定是你了

明显抄袭的就不要在叫原创了。。这什么动画水平啊。。还 FLASH 做的。这种低成本动画摆脱就不要拿来炫了。。

Jay JM (scrive):

Questo plagio è anche supportato dal governo! Si vergognino, li dobbiamo affrontare!!! è una copia spudorata dell'originale!!

傑 JM

抄袭的还支持！你们不要脸 我们还要脸呢!!! 还原创 不要脸到了极致!!

(Tutti i commenti a pagina 320)

Dunque sono gli stessi utenti a criticare le copie. Gli utenti, soprattutto adolescenti, e con una buona educazione criticano apertamente tutte le copie *shanzhai* e non ne giustificano la produzione. Su 33 commenti solo 3 hanno un punto di vista neutro/positivo, per il resto ci sono solo reclami contro lo stile di animazione e i produttori.

10.8.1 Shanzhai Multicopia

Gli *shanzhai* multi copia sono quelle animazioni che hanno copiato da più produzioni sia i personaggi, che gli ambienti e le tecniche di produzione.

Personaggi uguali ma con diverse storie si trovano in *Astro Plan* (星原战记, Xīngyuán zhàn jì, 2010) *shanzhai* di *Macross Frontier* (マクロス F<フロンティア, Makurosuefu < furontia, 2008) e *Gundam* (ガンダム, Gandamu, 1979-oggi), un'animazione giapponese di successo degli anni ottanta che ha avuto diverse edizioni fino ad arrivare ai giorni nostri. *Astro plan* copia anche la tecnica di animazione. Infatti la versione

originale giapponese presenta astronavi e background in 3D e personaggi in 2D che *Astro Plan* riprende pedissequamente. Anche il personaggio della serie giapponese di *Gundam*, che nel cartone originale è chiamato Lockon Stratos, compare nella versione *shanzhai*. *Astro Plan* è stato trasmesso in 26 episodi nel 2010 dalla Hunan TV, una delle più importanti TV private della Cina, e si indirizzava ad un target di età medio bassa, mentre la versione originale era per un pubblico adolescenziale.

Fig. 61 - A sinistra la copia Shanzhai del robot Astro Plan e a destra l'originale giapponese Macross Frontier, a sinistra il personaggio copia in Astro plan e a destra il personaggio originale dalla serie di Gundam



Fonte: Screenshot dai video originali

Rimanendo in tema di robot, *Crystal Warrior* (星系保卫战, Xīngxì bǎowèi zhàn) è un'animazione cinese ambientata nello spazio e viene presentata come “ un capolavoro dell'animazione robotica”³²⁶, ma pochi sanno che è uno *shanzhai* del famoso *Gundam* (ガンダム, Gandamu, 1979-oggi) e *Macross Frontier* (マクロス F<フロンティア, Makurosuefu < furontia, 2008), dai quali ha copiato molte scene di combattimento e alcune storie, come si evince dalle figure.

³²⁶ <http://www.5i.tv/wiki/%E6%98%9F%E7%B3%BB%E4%BF%9D%E5%8D%AB%E6%88%98>, ultimo accesso 12 gennaio 2014.

Fig. 62 – Serie a confronto: a sinistra la copia *Shanzhai Crystal Warrior* e a destra l'originale giapponese *Macross Frontier* e *Gundam*



Fonte: Screenshot dai video originali

La CCTV intanto continua a trasmettere, senza “accorgersene”, alcune produzioni *shanzhai* come *Pokemon Legend* (宠物小精灵传奇, Chǒngwù xiǎo jīnglíng chuánqí, 2008) tratto dal famoso cartone giapponese *Pokemon* (ポケモン, 1997-2013) e *Digimon* (デジモン, 1997). Dopo le prime trasmissioni andate in onda dal lunedì al giovedì alle 17:48 sulla CCTV animation, che compare anche come studio di produzione, arrivarono numerose contestazioni riguardanti innanzitutto il titolo uguale all'originale *Pokemon*, poi le somiglianze di molti personaggi e anche delle storie. Così la CCTV si vide costretta a ritirare l'animazione e a cancellare il sito della sua pagina internet dedicata³²⁷ al suo prodotto *shanzhai*. Oggi si hanno poche notizie riguardo a questo cartone.

³²⁷ 这样拿来也可以? (Può essere utilizzato anche in questo modo?) <http://i.mtime.com/wind99/blog/841182/>, ultimo accesso 8 settembre 2013.

Fig. 63 – Serie a confronto: la copia Shanzhai Pokemon Legend e Pokemon e Digimon.



Fonte: Siti web originali e blog

<http://i.mtime.com/wind99/blog/841182/>, <http://blog.skeeterhouse.com/480.html>,

Cucciolo di dinosauro è un multicopia di *Naruto* (NARUTO - ナルト, 2002- oggi), *Digimon* (デジモン, 1997), *Pokemon* (ポケモン) e tanti altri e a dimostrarlo sono stati alcuni fan cinesi appassionati di animazione giapponese ³²⁸ che si sono divertiti a confrontare i diversi personaggi della serie *shanzhai* con quelli dei cartoni giapponesi: infatti compaiono 15 copie di personaggi e tre background uguali a quelli della serie originale e addirittura uno dei personaggi principali ha una somiglianza impressionante con uno dei protagonisti di *Naruto*. Questa animazione è stata trasmessa, ancora una volta, da CCTV, ma anche da altre reti locali.

³²⁸ <http://blog.skeeterhouse.com/480.html>, ultimo accesso 12 gennaio 2014..

Fig. 64 - A sinistra la copia Shanzhai Cucciolo di dinosauro e a destra l'originale giapponese Digimon, Pokemon e Naruto



Fonte: Screenshot dai video originali

Lo *shanzhai* è ormai accettato in Cina ed è giustificato da parte del governo che non prende delle serie precauzioni contro chi infrange il copyright, infatti molte delle animazioni prese in esame presentano il brand della CCTV ed alcune sono state anche prodotte dalla CCTV animation.

Esistono ben pochi casi in cui si vede il Giappone impegnato in cause giudiziarie contro le aziende cinesi che, dopo la denuncia, chiudono o scompaiono nel nulla. Nel 2009 la Bandai (株式会社バンダイ, Kabushikigaisha Bandai), studio giapponese che si occupa di animazione, videogiochi e giocattoli, ha citato in giudizio la Hongli, un'azienda cinese rea di aver copiato molti giocattoli della Bandai, come il Mobile Suit Gundam e BB Senshi Sangokuden, violando i marchi di fabbrica. Lo stesso anno la Hongli si è scusata pubblicamente, ma è stata costretta dalla corte di giustizia cinese ad interrompere la vendita e produzione dei prodotti contraffatti, a pagare i danni e le spese legali alla Bandai per un totale di 100.000 euro (820.000 yuan) e inoltre a sospendere le vendite dei prodotti incriminati. Successivamente l'azienda cinese ha impugnato la sentenza perché non intenzionata a pagare il danno alla Bandai, ma il 17 dicembre 2010 l'Alta Corte di Pechino ha confermato la sentenza³²⁹.

10.8.2 Forme di shanzhai collegate all'animazione

Lo *shanzhai* ormai imperversa in tutti i campi dell'industria e della cultura.

³²⁹ Bandai Wins Gundam Knockoff Suit Vs. Chinese Company, <http://www.animenewsnetwork.com/interest/2011-05-18/bandai-wins-gundam-knockoff-suit-vs-chinese-company>, ultimo accesso 12 gennaio 2014.

Negli ultimi anni le aziende cinesi hanno infranto molto spesso i diritti di autore, causando molte volte il mal funzionamento della catena produttiva. Oltre alla sfrenata produzione di giocattoli e di animazioni, le aziende hanno aperto dei parchi a tema senza aver ottenuto nessun diritto di autore. Il più famoso parco dei divertimenti è il Beijing Amusement Park Shijingshan (北京石景山游乐园, Běijīng Shíjǐngshān Yóulèyuán , 28 settembre 1986- oggi) che si trova nel distretto di Shijingshan di Pechino.

Lo slogan di questo parco è “Disney è troppo lontano per andare, si prega di venire a Shijianshan!”(去 迪士尼 太远, 请来 石景山 游乐园!, Disney is too far to go, please come to Shijianshan!).

Fino al 2007, in questo parco era possibile incontrare tutti i personaggi famosi della Disney, dell’animazione giapponese (*Hello Kitty*, *Doraemon* ed altri) e statunitense come *Shrek* e *Bug’s Bunny*. Un report realizzato dalla Fuji TV giapponese metteva in evidenza come nella Disneyland della versione “brutta”, tutti i personaggi non erano curati dal punto di vista estetico e oltretutto le persone che li interpretavano erano delle persone comuni, senza nessuna preparazione ed esperienza nel settore. Ma il parco riusciva a contare sulla presenza di 1,5 milioni di visitatori all’anno.

Fig. 65 – Le copie Shanzhai dei personaggi più famosi nel parco Beijing Amusement Park Shijingshan



Fonte: Screenshot dal report realizzato dalla Fuji TV

Liu Jingwang, il presidente del parco, è stato citato a giudizio, ma ha sempre respinto ogni accusa e ogni addebito affermando che i personaggi del parco sono ispirati alle favole dei fratelli Grimm. In realtà il vice direttore stava trattando con la Disney che chiaramente non ha voluto stipulare nessun accordo con il parco e dal 2010, secondo alcune indiscrezioni, i personaggi della Disney sono scomparsi e nello stesso anno sono iniziati i lavori di ampliamento del parco.

Un altro esempio di questo genere è il parco Wonderland di Pechino ispirato a Disneyland che, secondo il progetto, doveva diventare il più grande dell'Asia. I lavori di costruzione sono partiti nel 1998, ma dopo vari disaccordi con i contadini e il governo locale, sono stati bloccati per circa dieci anni. Nel 2008 si è tentato di far partire nuovamente i lavori, ma il progetto è stato totalmente abbandonato per gli stessi problemi del 1998.

Fig. 66 – Il parco Wonderland di Pechino ispirato a Disneyland



Fonte: Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=MTzrdMuxS0U>

Oltre ai parchi *shanzhai*, esiste anche un festival del ghiaccio, dove sono presenti molti personaggi famosi copie *shanzhai*, ossia il Festival Internazionale Cinese del ghiaccio e della neve (哈尔滨国际冰雪节, Harbin International Ice and Snow Sculpture Festival). Il festival si svolge dal 1985 nella città di Harbin al confine con la Siberia ed è molto famoso per le sue caratteristiche sculture di ghiaccio che solitamente riproducono, in scala, le città più famose del mondo. Ma anche qui vi sono dei plagi conclamati riguardanti alcuni personaggi dell'animazione giapponese, scoperti da alcune TV nipponiche come la Nihon TV e la Fuji TV nel 2011.

Fig. 67 – Le copie Shanzhai dei personaggi più famosi nel parco per il Festival Internazionale Cinese del ghiaccio e della neve



Fonte: Nihon TV e Fuji TV

Il 5° Festival internazionale dell'animazione, che si è tenuto a Wenzhou nel 2012, ha accolto i propri visitatori con delle statue simili ai personaggi giapponesi, tra i quali si potevano facilmente riconoscere *Pokemon*, *Naruto*, *Biancaneve* e *Avatar*. La realizzazione di queste statue è di qualità molto scarsa tanto da essere considerate “originali” per la loro fattura scadente. Il problema è che sono state poste in un festival internazionale dedicato all'animazione e questo conferma il fatto che alcuni addetti del settore non hanno nessuna competenza né a livello estetico né a livello di gestione dei diritti di autore.

Fig. 68 – Le copie Shanzhai dei personaggi più famosi al 5° Festival internazionale dell'animazione, che si è tenuto a Wenzhou nel 2012



Fonte: Digitbog

Molto interessante e alquanto sconcertante è la storia della statua in onore del famoso *Chinese Gundam* (中国のガンダム, 2010), nel parco divertimenti Chengdu Guosetianxiang (成都国色天香). La statua, in scala 1:1, è la copia del famoso *Gundam* ed è stata esposta nello *Shiokaze Park* per il suo 30° anniversario, sull'isola artificiale di Odaiba a Tokyo. Il parco è rimasto aperto al pubblico dall' 11 luglio all' 11 marzo 2009 e l' evento ha attirato oltre 4 milioni di visitatori in meno di tre mesi³³⁰.

³³⁰ Nel luglio del 2010 è stato trasferito nella città di Shizuoka vicino alla stazione Higashishizuoka, questa volta con una spada laser; l'anno successivo è stato trasferito definitivamente al DiverCity, isola di Odaiba, Tokyo.

Ecco cosa succede nella provincia centrale cinese di Sichuan: c'è molta frenesia per la preparazione degli addobbi natalizi il cui evento speciale prevede, per la notte di Natale, l'illuminazione di una struttura alta 15 metri di colore arancione, appunto la statua. Tutto sarebbe andato per il verso giusto se non fosse stato per un blogger cinese che pubblica sulla rete delle foto della struttura. Immediatamente i fan cinesi postano le immagini su vari blog e la notizia arriva subito alla Fuji TV che realizza un report smascherando il plagio. Il reporter della Fuji TV mette in evidenza come la struttura fosse uguale all'originale giapponese, ma il direttore del parco ha sempre smentito tutto, nonostante l'evidenza riportata anche sul depliant dell'evento stesso, dove c'era proprio scritto "in esposizione la statua di Gundam". È interessante seguire questa storia attraverso le immagini: la prima immagine ritrae il giorno in cui il reporter della Fuji TV va nel parco; nella seconda si vede un uomo che copre la statua con un telo di stoffa: un *escamotage* usato per non pagare il copyright; nell'ultima immagine si può notare la trasformazione di Gundam nella versione cinese.

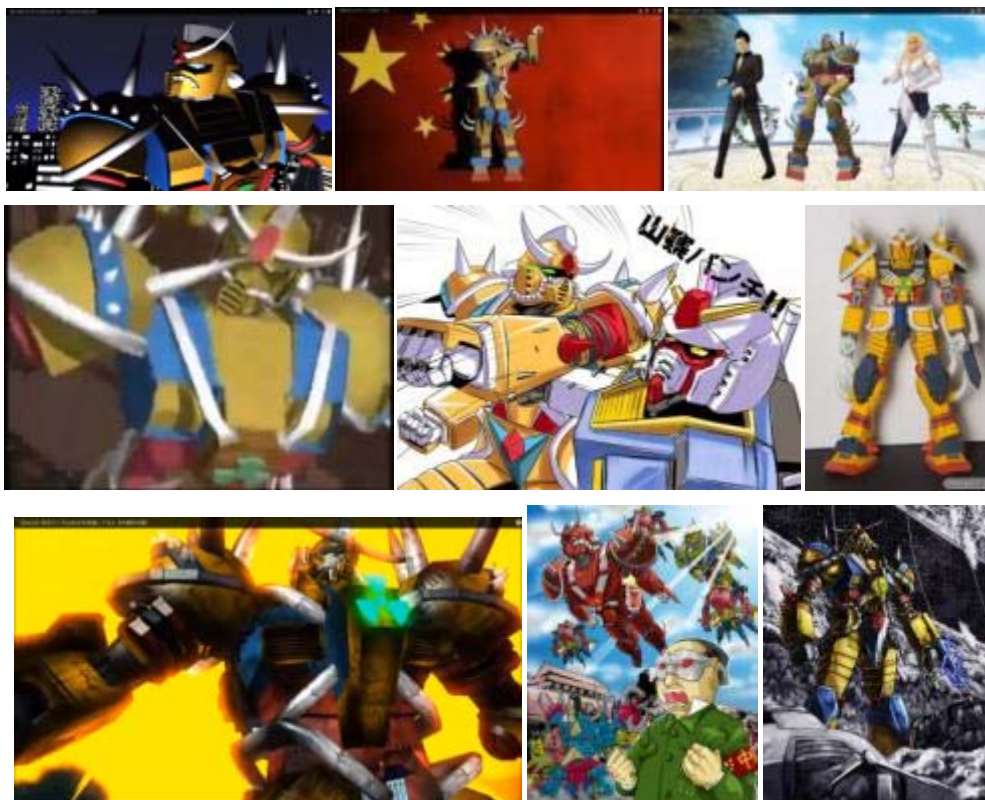
Fig. 69 – La copia Shanzhai del famoso Chinese Gandum nel parco divertimenti Chengdu Guoetianxiang in Cina: nel primo fotogramma il confronto con l'originale, le foto successive il processo di trasformazione



Fonte: Screenshot dalla trasmissione realizzata dalla Fuji TV

Il Chinese Gundam ha attirato le attenzioni degli appassionati giapponesi, che hanno fatto della versione cinese un mito. In rete si trovano animazioni e caricature del Chinese Gundam in 2D e 3D di alta qualità. Sono nati vari blog e siti che ospitano solo notizie riguardo il Chinese Gundam che viene rappresentato in tutti i modi e forme possibili. Del Chinese Gundam sono stati realizzati modellini di diverso tipo e disegni di qualità estetiche superiori all'originale³³¹.

Fig. 70 – Varie parodie realizzate dagli utenti giapponesi raccolte nel blog Cheez Burger, le quali presentano il famoso Chinese Gandum in differenti modi



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=bRa9UMO0048>

L'animazione in Cina potrà rappresentare di sicuro uno strumento di sviluppo per l'industria creativa e la formazione di nuovi talenti, e deve affrontare molti problemi,

³³¹ <http://knowyourmeme.com/memes/chinese-gundam-%E5%A4%A9%E9%83%B7%E5%8F%B7/photos>, ultimo accesso 12 dicembre 2013.

primo tra tutti la presenza di molte case di produzione, fondate da imprenditori che non hanno nessun legame con il settore creativo, in quanto attirati solo ed esclusivamente dai finanziamenti erogati dal governo centrale, regionale e a volte provinciale o locale.

Questi imprenditori che hanno risorse limitate, non conoscendo il settore, non “formano” il proprio personale, non creano le situazioni adatte per lo sviluppo del settore e dell’azienda, che dovrebbe invece fondarsi sulla qualità delle animazioni, sulla professionalità dei propri dipendenti e sull’innovazione tecnologica.

La mancanza di talenti che sappiano scrivere una sceneggiatura originale è un altro problema per la catena di valore per le case di produzione cinesi. Se le animazioni non riescono a crearsi un proprio pubblico e delle storie originali capaci di attrarre una fascia di mercato provocano il blocco del settore proprio nella prima fase, quella più importante, ossia quella creativa.

Un altro problema della catena del valore sono le animazioni stesse, perché sono poco interessanti e poco attrattive. La maggior parte dei cartoni prodotti in Cina si ispirano a leggende, miti e racconti della cultura cinese e si limitano a raccontare le storie senza nessuna attenzione alla struttura stessa dell’animazione. Infatti non si curano del target di riferimento (molte volte le animazioni sembrano realizzate per un target quasi analfabeta o considerato troppo immaturo per capire), del processo di disegno completo della serie, che a volte presenta mescolanze di stili diversi nello stesso episodio, e infine delle mode e delle tendenze moderne. Ovviamente il risultato finale è un prodotto noioso che presenta poca originalità stilistica e narrativa, che non riesce ad attrarre il pubblico e di conseguenza non fa partire una prolifica catena del valore.

Per quanto riguarda la pirateria, un primo passo per la protezione del copyright è la promozione di campagne di informazione dirette al settore per far sì che il marchio venga registrato. Inoltre conta molto anche la collaborazione e la comunicazione tra le varie aziende che, grazie a una serie di politiche che proteggono i prodotti, possono lottare più efficacemente il fenomeno della pirateria.

10.9 Il problema del sonoro

Per non incorrere al pagamento dei diritti di autore per realizzare il doppiaggio, le musiche e il sottofondo sonoro delle animazioni, molte aziende di dimensione medio-piccole si rivolgono a delle piccoli studio di registrazione, nei quali molte volte vi lavorano pochi professionisti e molti amanti del computer, i quali realizzano il sonoro con strumenti tecnologicamente inadatti per gli standard TV, di qualità bassa e con delle musiche realizzate esclusivamente in digitale. Tutto ciò potrebbe essere considerato un aspetto creativo di una notevole entità se si pensa alla libertà che gli artisti hanno nel realizzare le musiche, ma il problema, come abbiamo già detto in precedenza, è sempre la mancanza di creatività anche nel sonoro (Hao 2011). Tale carenza è particolarmente evidente nelle produzioni animate, soprattutto in quelle animazioni destinate alla TV. Secondo l'esperto Claudio Guglielmotto, professore e funzionario della Produzione Radio Rai: le orecchie sono uno degli organi più sensibili del corpo umano, e se le immagini o il montaggio dei video trasmessi in TV non sono perfetti, l'occhio fa fatica ad accorgersene ed accetta l'imperfetta risoluzione, ma se invece il sonoro ha dei ronzii, riverberi o è registrato male, l'orecchio lo avverte immediatamente come un fastidio o come un errore. Il sonoro dunque riveste un ruolo molto importante per un prodotto animato, più di quanto possiamo immaginare. Chi non ricorda le sigle dei cartoni TV e le colonne sonore dei cartoni giapponesi? La musica e il background musicale fanno parte di un modello proprio dell'animazione perché crea un link diretto ai personaggi o alle serie dei cartoni animati (BlueBook 2013).

Quando per la prima volta il film di animazione *Steamboat Willie* del 1928, realizzato dalla Disney, comparve nelle sale con il suono sincronizzato, gli animatori capirono subito che gli elementi sonori rappresentavano una delle parti più importanti del fumetto, per la capacità di intrattenere ed attrarre l'attenzione del pubblico.

Nel passato la Cina ha dato molta importanza all'ambiente sonoro delle proprie produzioni soprattutto nei periodi dei grandi registi e disegnatori del cinema di animazione come i fratelli Wan, Te Wei, ADA ecc. Questi artisti molto spesso inserivano musiche ispirate alla canzone tradizionale cinese, prese in prestito dal teatro dell'Opera o da altre fonti tradizionali, tutto ciò rendeva l'animazione un'opera d'arte

completa che mescolava l'arte della pittura tradizionale, utilizzata per animare i disegni, con l'arte musicale di provenienza tradizionale.

Il sonoro nelle animazioni è utilizzato moltissimo e viene completamente creato in studio o registrato dal vivo in modo da rendere l'animazione più credibile e autentica o perché si vuole conferire al prodotto un'atmosfera magica. L'ambiente sonoro è in grado di suscitare stimoli emotivi, si pensi ai personaggi delle animazioni classiche e alla potenza della loro voce. Pericolo, rabbia, disperazione, gioia sono tanto più evocativi quanto più risulta abile la modulazione e il timbro della voce dei doppiatori, che hanno plasmato l'identità e la fama degli eroi, quelli che ancora abitano il nostro immaginario fantastico. Negli ultimi anni la produzione cinese ha puntato sulla quantità delle immagini e sulla realizzazione di prodotti in 3D, destinando la maggior parte del budget di produzione alla realizzazione del video e delle grafiche trascurando in alcuni casi una parte importante, ossia il suono (Quing 2006).

Un altro aspetto del sonoro sono le musiche, che dal punto di vista economico sono una fonte di guadagno dell'industria dei derivati. In Giappone musicisti e cantanti professionisti compongono le musiche delle *anime*, perché costituiscono un'entrata economica ed un trampolino di lancio sul mercato per i nuovi album. Tutte le sigle dei cartoni giapponesi più popolari sono state create da famosi artisti, oltretutto i brani delle colonne sonore sono aggiornate di continuo.

10.10 Persone intervistate

Questa ricerca si è avvalsa del metodo qualitativo attraverso l'uso delle interviste in profondità con amministratori delegati di aziende cinesi ed esperti. Nello schema sono elencate tutte le persone intervistate e contattate in ordine di data, per questa tesi.

Studio/Azienda/Istituzione	Nome Dell'intervistato/a	Posizione	Data Dell'intervista
2009			
1. Gauguins International Inc	Mitsue Ichiguci	Direttore	10 Settembre 2009, Tokyo

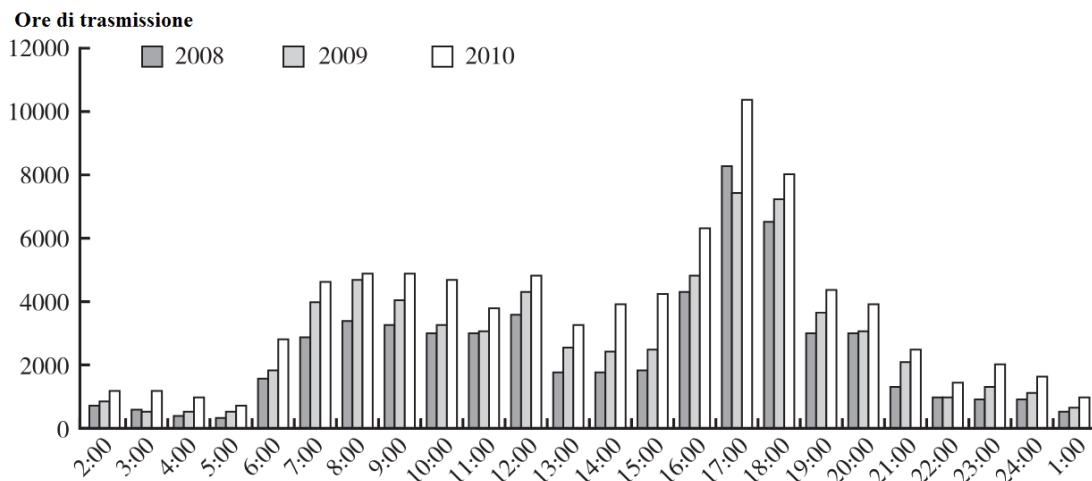
2.	Gauguins International Inc	Yoshinari Natsumeda	Vicedirettore	12 Settembre 2009, Tokyo
3.	Gainax Studio	Yuka Hara	Chief Manager	12 Settembre 2009, Tokyo
4.	Gainax Studio	Hiroyuki Yamaga	Presidente	12 Settembre 2009, Tokyo
5.	Sunrise Studio	Kiyohiko Takayama	Production	13 Settembre 2009, Tokyo
6.	Sunrise Studio	Yasumasa Tsuchiya	Production	13 Settembre 2009, Tokyo
7.	Studio Ghibli	Satoko Takano	International Division	14 Settembre 2009, Tokyo
8.	Sunrise Studio	Yasuo Watanabe	International Distribution	14 Settembre 2009, Tokyo
9.	Madhouse Studio	Fuuta Takei	Relezioni Pubbliche	15 Settembre 2009, Tokyo
2010				
10.	Indiana University	Stephanie Deboer	Professor	20 Giugno 2010, Hong Kong
11.	Libera Università Di Bruxelles	Erik Bordeleau	Ricercatore	20 Giugno 2010, Hong Kong
12.	Meiji Gakuin University	Alexander Zahlten	Phd	25 Giugno 2010, Istanbul
13.	Shih Hsin University	Chen Han Hsu David	Phd	29 Ottobre 2010, Osaka
14.	Osaka Jogakuin College Osaka	Emiko Nagata	Studiante	29 Ottobre 2010, Osaka
2011				
15.	University Of Westminster	Shuang Li	Phd	20 Marzo 2011, Londra
16.	Providence University (靜宜大學)	Philip Lin	Professore	30 Marzo 2011, Londra
17.	University Of Westminster	Jingwei Piao	Ricercatrice	7 Aprile 2011, Londra
18.	China Media Centre	Alja Kranjec	Responsabile	10 Aprile 2011, Londra
19.	University Of Westminster	Xin Xin	Phd	20 Aprile 2011, Londra
20.	University Of Westminster	Wu Changwei	Ricercatore	20 Giugno 2011, Londra
21.	University Of Westminster	Jia Jia	Ricercatore	23 Giugno 2011, Londra
22.	University Of Westminster	Ma Jianli	Ricercatore	23 Giugno 2011, Londra
23.	Temple University E CUC	John A. Lent	Professore /Ricercatore	14 Settembre 2011, Morges (CH)
24.	The International Journal Of Comic Art	Ying Xu	Professoressa	14 Settembre 2011, Morges (CH)
2012				
25.	Xxtralab DESIGN	Kai-Tzu Lu	Creativa	10 Gennaio 2012, Taipei
26.	Pili International	Kevin Liu	Manager Taipei	10 Gennaio 2012, Taipei
27.	Pili International	Ryan Fu	Vice Presidente	10 Gennaio 2012, Taipei
28.	Zhongguancun Digital Content Industries Association	Wei Lin	Office Director	28 Maggio Aprile 2012, Pechino
29.	CUC	Yehuii Li	Professore CUC	28 Maggio 2012, Pechino
30.	Inner Mongolia Dong Lian Television Animation Tecnology	Peng Guangdong	Manager	28 Maggio 2012, Pechino
31.	Pearl In Palm Information Technology	Nanci Ye	Produttore	28 Maggio 2012, Pechino
32.	Xing Xing animation Studio	Bernie Zhu	Distribution Manager	28 Maggio 2012, Pechino
33.	Xing Xing animation Studio	Emma Du	Distribution Manager	28 Maggio 2012, Pechino
34.	Xing Xing animation Studio	Robbie Peng	Outsourcing Project Consultant	28 Maggio 2012, Pechino
35.	Cool Cartoon Media Institution	Liu Xuan	Produttore	28 Maggio 2012, Pechino
36.	Xi'an Zongsi Multimedia Tecnology	Chen Lin	CEO	28 Maggio 2012, Pechino
37.	China Came Engineering	Max	Senior Marketing Manager	28 Maggio 2012, Pechino
38.	Miaoyin Animation	Zhang Shu Qing	Produttore	28 Maggio 2012, Pechino
39.	Tianyuan Animation	Wu Daowei	Manager	28 Maggio 2012, Pechino
40.	Globalization Economic Co-Operation & Promotion Network	David Shen Dawood	Segretario Generale	28 Maggio 2012, Pechino

41.	IVCA Leaders in communication London	Marco Forgione	Chief Executive	28 Maggio 2012, Pechino
42.	Shaanxi Animation Industry Platform	Tu Li Qiang	Vice President/ Art Director	28 Maggio 2012, Pechino
43.	Shaanxi Animation Industry Platform	Yang Ming	General Mager	28 Maggio 2012, Pechino
44.	Shaanxi Animation Industry Platform	Zhang Miao	Vice Manager	28 Maggio 2012, Pechino
45.	Xianwen Mining Group Coal Mine	Gong Jianxiang	Manager	28 Maggio 2012, Pechino
46.	Daysview Digital Image	Nancy	Market Specialist	28 Maggio 2012, Pechino
47.	Shanghai Yi Yun Digital Science And Tecnology	Yi Yun Chen	Direttore	28 Maggio 2012, Pechino
48.	Tokyo international anime fair	Huang Zeng Wen	Project Manager	29 Maggio 2012, Pechino
49.	Xing Xing animation Studio	Mingda Lee	Production director	29 Maggio 2012, Pechino
50.	Xing Xing animation Studio	Lisa Zhao	Assistant Production director	29 Maggio 2012, Pechino
51.	Tian Yongqing Cultural Communication	Tian Yongqing	Manager	29 Maggio 2012, Pechino
52.	Inner Mongoli Dong Lian Television Animation Tecnology	Guo Zhitao	General Manager	29 Maggio 2012, Pechino
53.	CIFTIS	Hankun Hong 韩昆宏	Promoter	29 Maggio 2012, Pechino
54.	CIFTIS	Encho	Promoter	29 Maggio 2012, Pechino
55.	Red Star Movie	Jiang Tan	Director	29 Maggio 2012, Pechino
56.	Tokyo International Animation Fair	Hunag Zhengwen	Project Manager	29 Maggio 2012, Pechino
57.	Shuimu Animation	Xi Guangbo	Regista	30 Maggio 2012, Pechino
58.	Shuimu Animation	Chen Taichen	Regista	30 Maggio 2012, Pechino
59.	Tianyuan Advertising Co., Ltd	LU Tong Min 鲁统敏	Manager	30 Maggio 2012, Pechino
60.	Tianyuandongman	Lydia Sun	Amministratore	3 Giugno 2012, Pechino
61.	CUC Anima	Tong Ting 佟佟	Professore	5 Giugno 2012, Pechino
62.	Beijing Huiyun Xinyi Animation	Shi Songjun	Beijing Huiyun Xinyi Animation	5 Giugno 2012, Pechino
63.	Beijing Ruiibo Zhongtian Culture development	Lei Qing	Director	6 Giugno 2012, Pechino
64.	Tianjin Petrel Culture Communication	Tian Yongqing	Regista e Manager	6 Giugno 2012, Pechino
65.	CCTV animation	Yi MeiLin	Marketing & Sales Department	6 Giugno 2012, Pechino
66.	CUC Anima	Shui Linlin 税琳琳	Professore	10 Giugno 2012, Pechino
67.	Creative reaserch istitute	Yang Na	CEO	14 giugno 2012, Hong Kong
68.	Zhejiang University of Media and Communication	Zhao Ling	Lecturer	14 giugno 2012, Hong Kong
69.	Chia Economic Forum	Jane Zheng	Director assistant	15 giugno 2012, Hong Kong
70.	Tsinghua University	Lv Yuxiang	PhD	15 giugno 2012, Hong Kong
71.	Chiana Features	Huang Yan	Executive Director	15 giugno 2012, Hong Kong
72.	CUC Anima	Jia Fou	Professor e Drirector	17 Giugno 2012, Pechino
73.	CCTV animation	Shawn Quian	Marketing & Sales Department	18 Giugno 2012, Pechino
74.	CCTV animation	Liang Zhang	Business Development manager	18 Giugno 2012, Pechino

75.	Afanti International Animation	Qu Jian Fang	Director, professor	20 Giugno 2012, Shanghai
76.	Zhejiang University of Media and Com.	Xing Guojin	regista e professore	21 Giugno 2012, Shanghai
77.	CUC Anima	Zhao Shang	Studente master animazione	25 Giugno 2012, Pechino
78.	CUC Anima	Mu Si	Studente master animazione	2 Luglio 2012, Pechino
79.	Tianyuan Advertising Co	LU Tong Min	Direttore	5 Luglio 2012, Pechino
80.	Hutoon Studio	Pi San	regista e direttore	13 Luglio 2012, Pechino
81.	CUC Anima	Zhaoshan 苹果	Studente	20 Luglio 2012, Pechino
82.	CUC Anima	Wayne Wang	Ricercatore	21 Luglio 2012, Pechino
83.	Shanghai Tecnology University	Zhang Bo 张波	Professore	23 Luglio 2012, Shanghai
84.	Shanghai University	Sean Xiao Zheng	PhD	24 Luglio 2012, Shanghai
85.	Rodin	Tan Weijiun	CGI artst	24 Luglio 2012, Shanghai
86.	Guiyang Digital Content Industrial Park	Zhou Jun	Manager	24 Luglio 2012, Shanghai
87.	Renmin University of China	Wembo Kuang	PhD e professore	26 Luglio 2012, Pechino
88.	Renmin University of China	Lu Jiayi	PhD	26 Luglio 2012, Pechino
2013				
89.	Cork University	Chen Yuan Yuan	PhD in animation	25 aprile 2013, Stoccarda

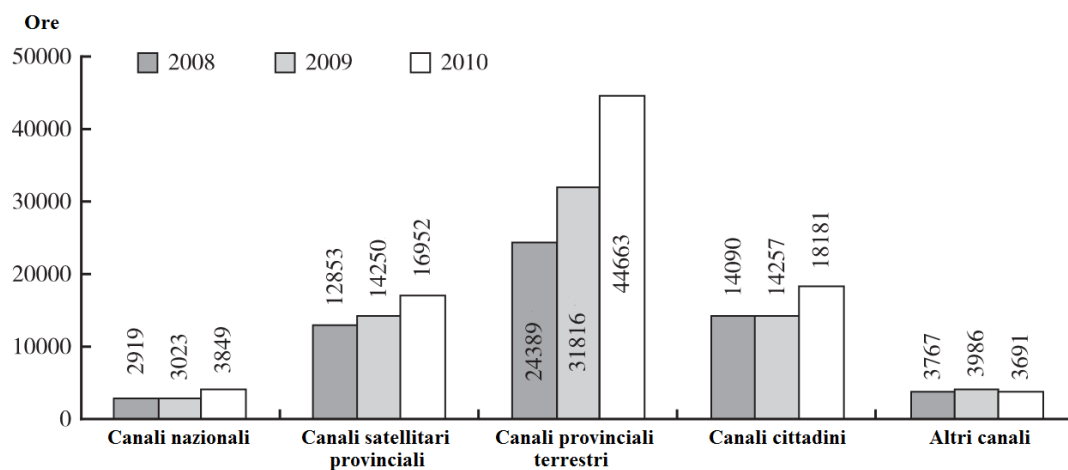
10.11 Dati e tabelle complete

Graf.4.1 – ore di trasmissione nell’arco della giornata (nelle principali città cinesi).



Fonte: dati ufficiali BlueBook 2011

Graf. 5.1 – Ore di trasmissione per tipo di piattaforma (nelle principali città cinesi).



Fonte: Dati ufficiali SARFT & BlueBook 2011

Tab. 14.1 - 2008-2010 Share in min pro capite per le principali città³³²

Città	2008	2009	2010	Città	2008	2009	2010
Beijing	2.97	4.00	4.53	Lanzhou	3.54	4.62	5.3
Changchun	2.98	4.28	5.25	Nanchang	3.45	6.06	6.06
Changsha	2.85	4.12	4.89	Nanjing	3.88	5.38	4.59
Chengdu	2.86	3.79	4.79	Shanghai	4.01	4.82	4.28
Fuzhou	5.65	6.99	6.96	Shengyang	3.45	5.59	5.87
Guangzhou	5.83	5.84	4.94	Shijiazhuang	4.12	5.93	6.09
Guiyang	3.82	6.01	6.41	Taiyuan	2.63	4.70	7.23
Harbin	3.58	4.51	4.36	Tianjin	3.9	5.92	8.38
Seaport	2.82	4.42	8.19	Urumqi	1.93	2.91	2.85
Hangzhou	4.27	6.94	7.79	Wuhan	3.82	4.64	4.60
Hefei	4.73	5.47	5.7	Xi'an	3.14	6.00	6.80
Hohhot	2.87	3.53	4.33	Xining	3.59	6.01	5.19
Jinan	4.25	5.91	7.02	Yingchuan	4.41	7.03	4.87
Kunming	2.28	3.97	4.67	Zhenzhou	3.06	6.56	8.21
Lhasa	1.5	1.13	0.61	Chongqing	3.69	6.94	7.6

Fonte: dati ufficiali SARFT & BlueBook 2011

³³²北京, 长春, 长沙, 成都, 福州, 广州, 贵阳, 哈尔滨, 海口, 杭州, 合肥, 呼和浩特, 济南, 昆明, 拉萨, , 兰州, 南昌, 南京, 上海, 沈阳, 石家庄, 太原, 天津, 乌鲁木齐, 武汉, 西安, 西宁, 银川, 郑州.

Fig. 72 – Loghi delle Stazioni TV piu importanti che hanno dei canali di animazione.



Fonte: <http://www.aiahtv.com/uploads/allimg/130715/1-130G5224Z9330.jpg>

Tab. 18 – Costi della pubblicità CCTV 14 nel 2013

播出时间 (周一至周日)	5秒	10秒	15秒	20秒	25秒	30秒
06:00-08:00	12,500	18,800	23,500	37,600	42,300	47,000
08:00-12:00	20,300	30,400	38,000	60,800	68,400	76,000
12:00-13:00	32,000	48,000	60,000	96,000	108,000	120,000
13:00-16:00	17,300	26,000	32,500	52,000	58,500	65,000
16:00-17:00	18,900	28,400	35,500	56,800	63,900	71,000
17:00-18:00	25,600	38,400	48,000	76,800	86,400	96,000
18:00-19:00	37,300	56,000	70,000	112,000	126,000	140,000
19:00-20:00	37,300	56,000	70,000	112,000	126,000	140,000
20:00-21:00	30,900	46,400	58,000	92,800	104,400	116,000
21:00-22:00	28,300	42,400	53,000	84,800	95,400	106,000
22:00-01:30	19,200	28,800	36,000	57,600	64,800	72,000

Fonte: CCTV

Tab. 19 – palinsesto del sabato della Tianjin TV Children's Channel

Ore e Titoli dei programmi	Titolo originale
07:00 Dragon Club	小神龙俱乐部
07:25 Candied Sweet Animation	糖心甜动画
08:21 I ha thing as animation	08:21 吾哈强档动画
11:30 Sugar Heart Family	11:30 糖心家族
Middy program	午间节目
12:00 I play animation Kazakhstan	

13:56 Mask Machine	12:00 吾哈玩动画
14:11 I ha thing as animation	13:56 面膜机
15:10 Health Program	14:11 吾哈强档动画
15:50 I play animation Kazakhstan	15:10 养生节目
17:25 C Fighter theater	15:50 吾哈玩动画
17:35 I play animation Kazakhstan	17:25 C 炫风放映厅
Evening shows	17:35 吾哈玩动画
18:00 Xuan Feng actions	晚间节目
18:25 I play animation Kazakhstan	18:00 炫锋行动
19:15 A embarrassing crooked biography stills	18:25 吾哈玩动画
19:40 I play animation Kazakhstan	19:15 阿囡歪传 剧照
21:00 tomato king life	19:40 吾哈玩动画
21:30 tomato live the king (weight)	21:00 番茄生活王
22:08 Blue Pink Love Movie	21:30 番茄生活王(重)
	22:08 蓝粉爱电影

Fonte: Tianjin TV Children's Channel

Tab.19 – Palinsesto del Sabato Kaku TV

00:58 Breakthrough Wujiang (1961)突破乌江 (1961)film di guerra
02:12 La guerra civile (1974)南征北战 (1974)film di guerra
03:26 Jackie Chan Adventures (74) 成龙历险记
03:48 Jackie Chan Adventures (75)
04:10 Jackie Chan Adventures (76)
04:32 Jackie Chan Adventures (77)
04:54 Jackie Chan Adventures (78)
05:16 Jackie Chan Adventures (79)
05:38 Jackie Chan Adventures (80)
06:00 SpongeBob SquarePants (7) 海绵宝宝
06:30 SpongeBob (8)海绵宝宝
07:00 Young Park 幼儿园, programma per bambini
07:30 Peas Town 豌豆镇
08:00 Disney World (83)迪士尼动画世界
08:30 Big Ear Tutu 3 (5) 大耳朵图图
08:42 Big Ear Tutu 3 (6)
09:00 Big Ear Tutu 3 (7)
09:12 Big Ear Tutu 3 (8)
09:30 Big Ear Tutu 3 (9)
09:42 Big Ear Tutu 3 (10)
10:00 Big Ear Tutu 3 (11)
10:12 Big Ear Tutu 3 (12)
10:30 Jackie Chan Adventures (81)
11:07 Jackie Chan Adventures (82)
11:37 Jackie Chan Adventures (83)
12:06 Jackie Chan Adventures (84)
12:35 Jackie Chan Adventures (85)
13:04 outstanding domestic cartoon broadcasting (24)优秀国产动画片展播
13:31 boys and girls GO 男生女生 GO
14:30 Cartoon Classic Tales (18)卡通经典故事集(18)
15:00 Linhaixueyuan drama 林海雪原 (2003)

16:30 Kaku full cartoon 卡酷全卡通 animazione autoprodotta
 16:59 Zimba(27) 神魄 animazione
 17:28 Pig Man's happiness Rescue Team (17) 猪猪侠 6 之幸福救援队 (2012)animazione
 17:57 Pig Man's happiness Rescue Team (18)
 18:26 Creato in Cina 卡酷少儿《中国创造》
 19:25 boys and girls GO 男生女生 GO
 20:14 Cool cool piece reflect (on)酷片酷映
 20:43 Cool cool piece Ying (next)
 21:12 Big Ear Tutu 1
 21:24 Big Ear Tutu 1
 21:41 rushes to bear children.七嘴八舌熊孩子
 22:10 Guangzhou Anshao 羊城暗哨 (2006)dramma di guerra
 23:38 Breakthrough Wujiang (1961)突破乌江 (1961)

Fonte: Kaku TV

Tab.19 – Costi della pubblicità Kaku TV

Trasmissione	Giorni	15 secondi	30 secondi
6:00-07:00	Lunedì a Venerdì	5.940	9.900
7:00-08:00	Lunedì a Venerdì	6.600	11.000
8:00-11:00	Lunedì a Venerdì	9.900	16.500
11:00-12:00	Lunedì a Venerdì	14.400	24.000
12:00-13:00	Lunedì a Venerdì	15.000	25.000
13:00-14:00	Lunedì a Venerdì	14.400	24.000
14:00-17:00	Lunedì a Venerdì	7.500	12.500
17:00-18:00	Lunedì a Venerdì	31.800	53.000
18:00-19:30	Lunedì a Venerdì	33.000	55.000
19:30-20:00	Lunedì a Venerdì	32.400	54.000
20:00-21:30	Lunedì a Venerdì	33.000	55.000
21:30-22:00	Lunedì a Venerdì	31.800	53.000
22:00-23:00	Lunedì a Venerdì	10.560	17.600
23:00-01:00	Lunedì a Venerdì	5.940	9.900
6:00-07:00	Sabato e Domenica	8.400	14.000
7:00-08:00	Sabato e Domenica	9.300	15.500
8:00-11:00	Sabato e Domenica	17.400	29.000
11:00-12:00	Sabato e Domenica	19.200	32.000
12:00-13:00	Sabato e Domenica	19.800	33.000
13:00-14:00	Sabato e Domenica	19.200	32.000
14:00-17:00	Sabato e Domenica	10.800	18.000
17:00-18:00	Sabato e Domenica	31.800	53.000
18:00-19:30	Sabato e Domenica	33.000	55.000
19:30-20:00	Sabato e Domenica	32.400	54.000
20:00-21:30	Sabato e Domenica	33.000	55.000
21:30-22:00	Sabato e Domenica	31.800	53.000
22:00-23:00	Sabato e Domenica	10.560	17.600

23:00-01:00	Sabato e Domenica	5.940	9.900
-------------	----------------------	-------	-------

Fonte: Kaku TV

Tab. 10 – Palinsesto settimanale Golden Eagle Cartoon

Time	Lun	Mart	Merco	Giove	Vene	Saba	Domenica
07:00	Flying Young Paradise (replay)						
07:25	Morning learn to see						
08:00	Zai Zai Toontown					Holidays looking through times	
12:00	Lunchtime BNB					Lunchtime BNB	
12:30						Chinese New Sound Generation (replay)	
13:30						Lunchtime BNB	
14:00	Scarred big demand					Overseas lianliankan	
17:00	Flying Young Paradise						
17:30	Michael Card Pioneer						
18:00	Michael Card Pioneer				Wheat sowing Theatre Card Week		Michael Card Pioneer
18:30	Large painting Lianpian 大画连篇						
19:00	Happy Baby GO				Innocence	China's new generation of sound	
19:30					hit Earth		
20:00	Play fun					Chinese New Sound Generation	
20:30	Playing tricks					(replay)	
21:00	Fashion show					Fun with large survey	
21:30						Fashion show	
22:00	Theatre World						
23:30	End of the program all day						

Fonte: Golden Eagle Cartoon

Tab. 21 – Palisesto del venerdì' Toonmax

Ora e titoli

00:00 God, soul (41) stills
 00:24 Soul Guardian (42)
 00:48 Detective packet stars (6)
 01:12 canned Wizard (13) stills
 01:24 canned Wizard (14)
 01:36 Happy Baby's gouring Star
 Adventures (1) stills

Titoli originari

00:00 神魄(41) 剧照
 00:24 神魄(42)
 00:48 神探包星星(6)
 01:12 罐头精灵(13) 剧照
 01:24 罐头精灵(14)
 01:36 开心宝贝之古灵星历险记(1) 剧照

02:00 Happy Baby's gouring Star Adventures (2)	02:00 开心宝贝之古灵星历险记(2)
02:24 Happy kubao (39) stills Cast	02:24 快乐酷宝(39) 剧照 演员表
02:48 Happy kubao (40)	02:48 快乐酷宝(40)
03:12 Happy kubao (41)	03:12 快乐酷宝(41)
06:00 Happy Baby's gouring Star Adventures (1) stills	06:00 开心宝贝之古灵星历险记(1) 剧照
06:30 Happy Baby's gouring Star Adventures (2)	06:30 开心宝贝之古灵星历险记(2)
07:00 Pig Man 4 (2) stills	07:00 猪猪侠 4(2) 剧照
07:30 Pig Man 4 (3)	07:30 猪猪侠 4(3)
08:00 Come on! Bloom Family (21)	08:00 加油!布隆家族(21)
08:30 Happy Baby (25) stills	08:30 开心宝贝(25) 剧照
09:00 Happy Baby (26)	09:00 开心宝贝(26)
09:30 Happy Baby 2 (1) stills	09:30 开心宝贝 2(1) 剧照
10:00 Happy Baby 2 (2)	10:00 开心宝贝 2(2)
10:30 Happy Baby 2 (3)	10:30 开心宝贝 2(3)
11:00 Happy Baby 2 (4)	11:00 开心宝贝 2(4)
11:30 Xuandong Cool Zone (1031)	11:30 炫动酷地带(1031)
Midday program	午间节目
12:00 Blue Cat lien on Central Travels (40) Cast	12:00 蓝猫典藏环游记(40) 演员表
12:30 Blue Cat lien on Central Travels (41)	12:30 蓝猫典藏环游记(41)
13:00 cool treasure box (6)	13:00 酷宝方块(6)
13:20 Dream Academy (58)	13:20 梦想学院(58)
14:20 Detective packet stars (6)	14:20 神探包星星(6)
15:00 Detective Conan (59) stills	15:00 名侦探柯南(59) 剧照
15:30 Detective Conan (60)	15:30 名侦探柯南(60)
16:00 Detective Conan (61)	16:00 名侦探柯南(61)
16:30 Come on! Bloom Family (22)	16:30 加油!布隆家族(22)
17:00 Xuandong Cool Zone (1032)	17:00 炫动酷地带(1032)
17:30 Dream Academy (59)	17:30 梦想学院(59)
Evening shows	晚间节目
18:30 Detective packet stars (7)	18:30 神探包星星(7)
19:00 canned Wizard (15) stills	19:00 罐头精灵(15) 剧照
19:15 canned Wizard (16)	19:15 罐头精灵(16)
19:30 Happy Baby's gouring Star Adventures (3) stills	19:30 开心宝贝之古灵星历险记(3) 剧照
20:00 Happy Baby's gouring Star Adventures (4)	20:00 开心宝贝之古灵星历险记(4)
20:30 Happy kubao (42) stills Cast	20:30 快乐酷宝(42) 剧照 演员表
21:00 Happy kubao (43)	21:00 快乐酷宝(43)
21:30 Happy kubao (44)	21:30 快乐酷宝(44)
22:00 Detective Conan (62) stills	22:00 名侦探柯南(62) 剧照
22:30 Detective Conan (63)	22:30 名侦探柯南(63)
23:00 Detective Conan (64)	23:00 名侦探柯南(64)
23:30 Come on! Bloom Family (22)	23:30 加油!布隆家族(22)

Fonte: Toonmax

Tab. 22 - Jia Jia TV pubblicità listino prezzi nel 2012

Una speciale	17:00-22:00	5800	7800	11700	15600	19500
Sezione A	11:30-13:30	4500	5200	8800	10400	13000
	22:00-23:00					
Sezione B	8:00-11:30	2600	3100	4900	6200	7800
	13:30-17:00					
Sezione C	6:00-08:00	2300	2600	3900	4700	5900

23:00 - Fine

Fonte: Jia Jia TV

Allegato 1: Produzione televisiva di animazione nel 2012

<i>Sequenza</i>	<i>Province e Città</i>	<i>N. Serie</i>	<i>Il numero di minuti</i>
1	Guangdong	57	48542
2	Provincia di Jiangsu	85	47923
3	Zhejiang	46	26375
4	Provincia del Fujian	44	23464
5	Anhui	39	18585
6	Pechino	23	9952
7	Henan	14	8995
8	Provincia di Liaoning	12	7227
9	Inner Mongolia	4	4930
10	Tianjin	8	4576
11	Shanghai	11	3824
12	Hubei	11	3369
13	Shandong	8	3006
14	Chongqing	4	2398
15	Jiangxi Provincia	6	1641
16	In agenzie di produzione rette	4	1633
17	Jilin	3	1572
18	Hunan	3	902
19	Provincia di Shanxi	4	901
20	Heilongjiang	2	850

21	<i>Hebei</i>	2	654
22	<i>Ningxia</i>	2	639
23	<i>Provincia di Sichuan</i>	1	520
24	<i>Yunnan</i>	1	364
25	<i>Shanxi</i>	1	96

Fonte: SARFT

10.1.2 Elenco ufficiale dei festival Pubblicato dal Bluebook 2012

Di seguito l'elenco dei festival più importanti in ordine della data di fondazione:

1. Beijing Film Academy Animation Festival (2002)
2. Qingdao Animation Festival (2003)
3. China Changzhou International Animation Art Festival (2004)
4. Chinese Animation Festival (2004)
5. China International Animation Festival (2005)
6. The Cartoon Story (2005)
7. China International Animation Game Expo (2005)
8. Guangxi Animation Festival (2005)
9. Guangdong Animation Festival (2005)
10. China (Zhongshan) International Animation Game Expo (2005)
11. China (Beijing) International Student Animation Festival (2006)
12. China (Beijing) International Cultural & Creative Industry Expo (2006)
13. Shanxi Province Anime Festival (2006)
14. Shijiazhuang International Animation Festival (2006)
15. Anhui International Animation Festival (2006)
16. Ningbo Network Animation Culture and Art Festival (2006)
17. China International Digital Content Expo (Shanghai) (2006)
18. Guangzhou (International) Anime Festival (2006)
19. Beijing International Comic Con (2007)
20. Yantai International Animation Festival (2007) 1
21. Nanjing Cultural Industry Fair - Animation Professionals Fair (2007)
22. Tianjin International Animation Game Industry Expo (2007)
23. Changchun International Animation Digital Entertainment Festival (2007)
24. Xiamen International Animation Game Show (2007)
25. Jiangsu Anime Games Festival (2007)
26. China International Cartoon Creative Industry Fair (2007)
27. Central China International Comic Con (2007)
28. Wuhan International Animation Festival (2007)
29. China International Youth Anime Expo (2007)

30. Guangzhou International Comic Con (2007)
31. China International Youth Anime Week (2007)
32. Fujian Animation Festival (2007)
33. Guangzhou Anime Game Show (2007)
34. China International Digital Entertainment Products and Technology Application Exhibition (2007)
35. Chongqing Creative Industry Week (2007)
36. Shaanxi Province Youth Animation and Culture Festival (2007)
37. China International Comics Festival (2008)
38. Game Developers Conference (2008)
39. XML Suzhou Animation Industry General Assembly (2008)
40. Xiamen International Animation Festival (2008)
41. Yunnan Kunming Cartoon and Animation Festival (2008)
42. Maanshan Award Animation COSPLAY Show (2008)
43. Chinese Animation Art Exhibition (2009)
44. China (Zhengzhou) International Anime Forum & 2009 China (Zhengzhou) International animation programs exchange (2009)
45. Cartoon Copyright Service Week (2009)
46. "M-Zone" Chinese Universities MOCA Phone Animation Game Carnival (2009)
47. China International Animation Film Copyright Protection and Trade Fair (2009)
48. Western International Animation Festival (2009)
49. AYACC Homnican China (Guiyang) Cartoon Art activities (2009)
50. China International (Tianjin) Game Animation Industry Cultural Exchange Exhibition (2009)
51. Northeast Asia Animation & Games (2009)
52. Guangzhou Charity animation festival (2009)
53. Shenzhen Anime Festival (2009)
54. Shenyang Anime Festival (2009)
55. Guilin Anime Festival (2009)
56. Jiashan Happy Cartoon and Animation Festival (2009)
57. Jinan West End Student Animation Festival (2009)
58. Western Chengdu Animation and Game Culture Festival (2010)
59. China International New Media Animation Film Festival (2010)
60. China International Animation Fair (2010)
61. Chinese Snow Comic Con (2010)
62. Chinese Qingyuan International Animation Culture Experience Festival (2010)
63. China (Beijing) Toys Animation Education and Culture Fair (2010)
64. Tianjin Children's Animation Festival (2010)
65. Western China Animation Festival (2010)
66. Zhejiang Taizhou (Wenling) International Animation Festival (2010)
67. Tangshan Anime Festival (2010)
68. Yulin Anime Festival (2010)
69. Chifeng City Anime Festival (2010)
70. Dongying City Anime Festival (2010)
71. Beijing Science Animation Carnival (2010)
72. Xuzhou City IT Anime Festival (2010)
73. 73. Zibo International Animation Festival (2010)
74. 74. Shaoxing Anime Festival (2010)
75. 75. Ma On Shan Campus Cartoon and Animation Festival (2010)
76. 76. Rainbow Cat and Blue Rabbit Fans Festival (2010)

Bibliografia

- Aldrich C., Gibson D., Prensky M. (2007), *Games and Simulations in Online Learning: Research and Development Frameworks*, Idea Group Inc (IGI).
- Arts Foundation (2004), *Complete Guide to Culture & Creativity Industries*, Taipei, Business Weekly Publishing.
- Beck, J. (2004), *Japanese and Chinese animation for Animation Art*, Universe.
- Bendazzi, G. (1999), *Cartoons. Cento anni di cinema d'animazione*, Marsilio, Venezia.
- Benecci, E. (2005), *ANIME. Cartoni con l'anima*, Bologna: Hybris, p. 239.
- Ben Highmore (2002), *Everyday Life and Cultural Theory*, London, Routledge .
- Biagi S. (2013), *Media Impact: An Introduction to Mass Media*, Cengage Learning.
- Bittanti M. (2008), *Schermi interattivi. Il cinema nei videogiochi*, Meltemi Editore srl, pag 7-8.
- Bordwell D., *Film Art: An Introduction*, McGraw-Hill, 9th Revised edition edition (September 2010).
- Browne P. and Browne R. B. (2001), *The guide to United States popular culture*, Popular Press.
- Ceruso T. (2013), *Tra Disney e Pixar: la "maturazione" del cinema d'animazione americano*, Sovera Edizioni.
- Chang Maiga, Hwang Wu-Yuin, Chen Ming-Puu, Mueller Wolfgang, *Edutainment Technologies. Educational Games and Virtual Reality/Augmented Reality Applications: 6th International Conference on E-Learning and Games, Edutainment 2011*, (Taipei, 7-9 September 2011), Springer, Taipei 2011, pp. 38-43.
- Chen, C.C., Colapinto C. and Luo, Q. (2010), *China Radio International in the Digital Age: Propagating China on the Global Scenario*, Global Media Journal 9 (16).
- Chen, C.C., De Masi, V. (2009), *Chinese Animation TV Production Industry: An Overview*”, CMO Newsletter January issue, <http://www.chinamediaobs.org/pag/newsletter.htm> , ultimo accesso 20 marzo 2014.

- Chen Y. (2013) *Self-awareness and Self-transcendence in Chinese*, Conferenza Stuttgart del 25 Aprile 2013, *Change And Continuity - Animated Film, Interdisciplinary Aspects of Animation, Comics and Literature*, Literaturhaus Stuttgart.
- CCTV, <http://space.tv.cctv.com/article/ARTI1248685878091620>. ultimo accesso 20 marzo 2014.
- China Daily (2009), *Animation becomes big business - and not just for children*, October 21, http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2009-12/21/content_9205462.htm. ultimo accesso 20 marzo 2014.
- China Daily (2009), *Romance of Three Kingdoms gets animated*, <http://news.cultural-china.com/20090806154836.html>. ultimo accesso 20 marzo 2014.
- China's Culture Industry Development Report (2012-2013), *Chinese points out that*, http://news.xinhuanet.com/newmedia/2013-03/25/c_124500718.htm, <http://www.techweb.com.cn/data/2013-01-08/1268467.shtml>, ultimo accesso 20 marzo 2014.
- Chuang Hsiu-Tyan, Liu Shih-Yung, Kao Jui-Yang (2005), *Study On The Design Contexts Of 'Pili' Culture*, Proceedings of International Association Of Societies Of Design Research, (Hong Kong, 12-15 November 2007), Hong Kong, Polytechnic University.
- Chung Lin, Gee-Chin Hou, and Tsai-Yen Li (2009), *Motion Generation for Glove Puppet Show with Procedural Animation*, *Proceedings of Arts and Technology: First International Conference*, Taipei, ArtsIT 2009, 247-254.
- Clements J. (2010), *Tactics, Volume 2*, A-Net Digital LLC.
- Cooper-Chen A.(2010), *Cartoon Cultures: The Globalization of Japanese Popular Media*,
- Peter Lang.
- Corsaro S. (2002), *The Flash Animator*, New Riders.
- Crafton D. (1993), *Before Mickey*, University of Chicago Press.
- Cucco M. (2009), *The Promise is great: the blockbuster and the Hollywood economy*, *Media, Culture and Society*, March 31:215-230.

- Cunnigam S., Silver J. (2012), *Screen Distribution and the New King Kongs of the Online World*, Palgrave Macmillan.
- Dator J. A. (2006), *Fairness, Globalization, And Public Institutions: East Asia And Beyond*, University of Hawaii Press, pag 332-335.
- De Masi V. (2011), *Awards of animation in CMO Newsletter March issue*, 2011, ultimo accesso 20 marzo 2014.
- De Masi V.(2010), *Animation 'Made in China': the invasion of Chinese animation products?*, Newsletter CMO May issue 2010, <http://www.chinamediaobs.org/pag/newsletter.htm>, ultimo accesso 20 marzo 2014.
- De Masi V. (2012), *Animation 'Made in China': the invasion of Chinese animation products?* , Newsletter CMO May issue 2010, ultimo accesso 20 marzo 2014.
- products?”, CMO Newsletter May issue, *forthcoming*.
- Eagleton Terry, *The Idea of Culture*, Malden (MA), Blackwell 2000.
- Frank T. , Johnston O. (1981), *Disney animation: the illusion of life*, Abbeville Press, 1981
- Frederik L. Schodt, *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga - Japanese Comics for "Otaku"*, Stone Bridge Press (2003).
- Gates B., Yanxhong Huang, *Sources and limits of Chinese "soft power"*, Survival 2006, 46,2 PP 17-36.
- Gaudiosi J. (2014), *New Reports Forecast Global Video Game Industry Will Reach \$82 Billion By 2017*, <http://www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2012/07/18/new-reports-forecasts-global-video-game-industry-will-reach-82-billion-by-2017/>, ultimo accesso 20 marzo 2014.
- Gifford D. (1990), *American Animated Films: The Silent Era, 1897-1929*, McFarland & Company.
- Guthrie D. (2012), *China and Globalization: The Social, Economic and Political Transformation of Chinese Society*, Routledge, .
- Han G. (2009), *The Bottleneck in the Development of China's Animation Industry*, China Intellectual Property, from [www. chinaipmagazine.com](http://www.chinaipmagazine.com), ultimo accesso 20 marzo 2014.

- He Huang (2007), *Journey to the East: the Re(make) of Chinese animation*, Massachusetts Institute of Technology.
- Hazelbarth T. (1997), *The Chinese Media: More Autonomous and Diverse-within Limits: an Intelligence Monograph*, Central Intelligence Agency, Center for the Study of Intelligence.
- Highmore Ben, *Everyday Life and Cultural Theory*, London, Routledge 2002.
- Hoftun E., Stang B., Osterholt M. A. (2007), *The Book of Games, Volume 2 Book of Games*, 2007.
- Howkins J. (2013), *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Penguin Books Limited.
- Hu Tze-Yue G. (2010), *Frames of Anime: Culture and Image-Building*, Hong Kong University Press.
- Ishii Kenichi, *Nationalism and preferences for domestic and foreign animation programmes in China*, International Communication Gazette, March 2013 vol. 75 pp. 225-245.
- Jarboe G (2011), *YouTube and Video Marketing: An Hour a Day*, John Wiley & Sons.
- Jian Wang (2011), *Soft Power in China*, Palgrave Macmillan.
- Jacobs K. (2012), *People's Pornography: Sex and Surveillance on the Chinese Internet*, Intellect Books.
- Jeffreys Elaine, *China's Governmentalities: Governing Change, Changing Government*, Routledge, 2009.
- Jin D., Chee F. (2008), *Age of New Media Empire: A Critical Interpretation of the Korean Online Game Industry*, Games and Culture, A Journal of Interactive Media, 38-58.
- Ji Xiao-Bin (1966) *Fact About China*, New England Public association.
- Jones C. (1999), *Chuck Amuck: The Life and Times of an Animated Cartoonist*, Farrar Straus Giroux.
- Keane M. (2007), *Created in China: The Great New Leap Forward*, Routledge .
- Keane M. (2006), *Once Were Peripheral: Creating Media Capacity in East Asia*, Journal of Media, Culture & Society.

- Keane M. (2013), *Creativity and Its Discontents: China's Creative Industries and Creative Industries in China: Art, Design and Media*, John Wiley & Sons, pag 135.
- Kilmer, D. (1997), *The Animated Film Collector's Guide: Worldwide Sources for Cartoons on Video*, Sydney: John Libbey & Company.
- Kitchens S. (2003), *Axis of animation, Prudence Petitpas, by way of Pyongyang*, Forbes,
- Kurlantzick, J. (2007), *Charm offensive: how China's soft power is transforming the world*, Yale University Press.
- Leaning M., *The Internet Power and Society : Rethinking the power of the internet to change lives*, P.144, Chandos Publishing (2009).
- Lee Hye-Kyung, Lim Lorraine (2014), *Cultural Policies in East Asia: Dynamics Between the State, Arts and Creative Industries*, Palgrave Macmillan.
- Lenburg J. (2006), *Who's who in Animated Cartoons: An International Guide to Film & Television's Award-winning and , Legendary Animators* , Hal Leonard Corporation.
- Lent J. A. (2001), *Illustrating Asia: Comics, Humor Magazines, and Picture Books*. Indiana University Press.
- Lent, J.A. (2001), *Animation in Asia and the Pacific*, Indiana University Press.
- Lent J. A. (2003), *Asian Animation: Artistic And Commercial Perspectives edited*, Vol. 14, No.1, Spring/summer, Asian Cinema Studies Society.
- Lent J. A., Haili Kong (2006) *One hundred years of Chinese cinema: a generational dialogue*, EastBridge.
- Lent J. A (2006), *Asian Cinema*, Volume 17, Edizione 1, Asian Cinema.
- L'Espresso (2008), *Volume 55*, Edizioni 13-17, Editrice L'Espresso.
- Livres Groupe (2010), *Série Télévisée D'Animation Belge: Spirou Et Fantasio, Yakari* (Série Télévisée, 2005), Papivole General Books LLC.
- Lupo G. (2002), *Poesia come pittura: De Libero e la cultura romana, 1930-1940*. Vita e Pensiero.
- Lu S. (2009), *Interview in <http://www.chinavid.com/interview/2009-12-8/091283670114.htm>*, retrieved on 18 February 2010.

- Mainichi Japan (2010), *China making anime push as Japan hits slump*, Mainichi Japan, 29 March 2010, <http://mdn.mainichi.jp/features/news/20100329p2g00m0et015000c.html>.
- McCarthy H. (2010), *Osamu Tezuka: il dio del manga*, traduzione di Fabio Deotto, Milano, Edizioni BD.
- McLuhan M., *Understanding Media*. (Ginkgo Press, 1964, 2003) p6.
- McKechnie Sally A., *Product placement in movies: a comparison of Chinese and American consumers attitude*, International Journal of Advertising 2003, 22 pp. 349 – 374.
- Michelon, L. (2002), *Le financement transnational du cinèma en Asie* in *Cycle superieur d'analyse comparative de aires politiques, programme Asie*, Institut D'Etudes Politique de Paris.
- MoEA (2012), *Digital Content Industry Promotion Office*, Ministry of Economic Affairs 2012, Ministry of Economic Affairs Digital Content Industry Office 2004 Digital Content Industry in Taiwan. Ministry of Economic Affairs, Taipei.
- MoEA (2013), *Digital Content Industry Promotion Office*, Ministry of Economic Affairs 2013, Ministry of Economic Affairs Digital Content Industry Office 2004 Digital Content Industry in Taiwan. Ministry of Economic Affairs, Taipei.
- Moller D. (2005), *Animation Industry Seeks Lift-off*, retrieved on www.bt-mbeijing.com on January 13, 2009.
- Montgomery L. (2010), *China's Creative Industries: Copyright, Social Network Markets and the Business of Culture in a Digital Age*, Edward Elgar Publishing.
- Mosco V. (2009), *The Political Economy of Communication*, SAGE.
- Needham J. (1962), *Science And Civilisation In China*, Volume 4-, *Physics And Physical Technology*, Cambridge University Press.
- Negro G. (2011), *The video sharing market in China: an overview*, China Media Observatory newsletter, November Issue.
- Nelmes J. (2003), *An Introduction to Film Studies*, pag. 217- 218, Routledge, 3 edition (15 May 2003).
- Netcomics (2008), *Manhwa 100: The New Era for Korean Comics*, Netcomics.

- Nye J.S. (2005), *The Rise of China's Soft Power*. Wall Street Journal Asia, December 29.
- Nye J.S. (2008), *Soft Power and Beijing Olympics*, Real Clear World, August 24.
- Nye J. S. (2009), *Soft Power: The Means To Success in World Politics*, PublicAffairs.
- Newman R. (2012), *Cinematic Game Secrets for Creative Directors and Producers: Inspired Techniques From Industry Legends*, CRC Press.
- Tina O'Hailey (2010), *Hybrid Animation: Integrating 2D and 3D Assets*, Focal Press.
- Pang Laikwan, *Intellectual Property Rights Offenses*, Duke University Press, 2012, p. 222.
- Pan Xiaoqiao (2006), *Can a Ban on Foreign Cartoons Boost the Local Animation Industry?*, Beijing.
- Parish J. R., Taylor T. A. (2009), *Career Opportunities in the Internet, Video Games and Multimedia*, Infobase Publishing.
- Patten F. (2004), *Watching Anime, Reading Manga: 25 Years of Essays and Reviews*, Stone Bridge Press.
- Peary, D. & Peary, G. (eds), 1980, *The American Animated Cartoon: A Critical Anthology*, E.P. Dutton, New York.
- Pelliteri Marco 2002, *Anatomia di Pokémon. Cultura di massa ed estetica dell'effimero fra pedagogia e globalizzazione* ('Anatomy of Pokémon: Mass Culture and Aesthetics of Ephemeral between Pedagogy and Globalization'). Roma: SEAM. Foreword by Gianna Marrone. 250 pages.
- Peruzzi G. (2010) *Vortici e colori: alle origini dell'opera di James Clerk Maxwell*, EDIZIONI DEDALO.
- Raffaelli L. (2005), *Le anime disegnate. Il pensiero nei cartoon da Disney ai giapponesi e oltre*, Roma, Minimum Fax.
- Ralph Stephenson, 1973, *The Animated Film*, Tantivy Press, International Film Guide Series
- Ray S. G. (2004), *Gender Inclusive Game Design: Expanding the Market*, Cengage Learning.
- RIC (2013), *Global And China Animation Industry Report, 2012-2015*, Research In China, Beijing.

- Rogers S. (2012), *Swipe This!: The Guide to Great Touchscreen Game Design*, John Wiley & Sons.
- Quiquemelle M. C.(1991), *The Wan Brothers and Sixty Years of Animated Film in China*, in *Perspectives on Chinese Cinema* (ed. Chris Berry), London: British Film Institute, 175-86.
- Ray S. G. (2004), *Gender Inclusive Game Design: Expanding the Market*, Cengage Learning.
- Research and Markets (2013), *Animation Industry in South Korea: Strategies, Trends & Opportunities 2013*, Dublin, Ireland pag. 43.
- Rogers S. (2012), *Swipe This!: The Guide to Great Touchscreen Game Design*, John Wiley & Sons.
- Sangiovanni A. (2012), *Le parole e le figure: storia dei media in Italia dall'età liberale alla Seconda Guerra mondiale*, Donzelli Editore.
- Schönherr J. (2012), *North Korean Cinema: A History*, McFarland.
- Shanghai Daily (2010), *Comic book culture gets a boost*, September 9, <http://news.cultural-china.com/20100909150247.html?PHPSESSID=7ba33317674e668e003f5754bfb77a39>. ultimo accesso 20 marzo 2014.
- Simion D. V. (2008), *Il Dizionario dei Cartoni Animati*, Daniel Valentin Simion.
- Strafella G. (2010), *Metafora dello Shanzhai come fenomeno linguistico, mediatico e culturale*, in *Media in Cina Oggi*. Francoangeli, Milano.
- Sungeun S. (2008), *Behind the Korean Broadcasting Boom*, NHK broadcasting studies 2008 No.6,
- Sun, W. (2010), *Mission Impossible? Soft Power, Communication Capacity, and the Globalization of Chinese Media*, *International Journal of Communication*, 4, pp. 54-72.
- Tan Guorui (2010), *Leftover lady and indoorsman*, Shi shi Publishing House.
- Vezzoli P. G. (2000), *Dizionario dei termini cinematografici: italiano-inglese*, Hoepli Editore.
- Tortora M. (2008), *Viaggi nell'animazione: interventi e testimonianze sul mondo animato da Émile Reynaud a Second life*, Tunué.

- Wang, G. (2009), *Research on Patterns of New Media's Programs and Communication Regulation* [*Xin meiti jiemu xingtai yu chuanbo guilü yanjiu*], SARFT commissioned research project, Beijing, China.
- Wilson T., Zackariasson P. (2012), *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future*, Routledge.
- Wolf Michael (1999) *The Entertainment Economy*, Random House, New York
- Wong W. S. (2002), *Hong Kong comics: a history of manhua*, Princeton Architectural Press, New York.
- Wright J.A.(2005), *Animation Writing And Development: From Script Development To Pitch*, Oxford, Focal Press .
- Ye T., Zhu Y. (2012), *Historical Dictionary of Chinese Cinema*, Scarecrow Press.
- Yihangu(이한구 2004), 한국 재벌사(Korea chaebol four), 대명출판사(Daming Publisher) , 2004.
- Yin, J. and Tan, L. (2009), *Animation and Comics Industry* [*Dongman chanye*], Chengdu: Sichuan University Press.
- Ying, X. (2003), *China's Animation Beginnings: The Roles of the Wan Brothers and Others*, *Asian Cinema* 14(1): 56-69.
- Yongjiang Shi, Zheng Liu (2010), *A study on current business performance of Chinese animation industry*, Paper: Global Economic Recovery: The Role of China and Other Emerging Economies:University of Oxford, UK.
- Yu Yong, *Reading the Twelfth Five-Year Plan: China's Communication-Driven Mode of Economic Restructuring*, *International Journal of Communication* 5 (2011), 1045-1057.
- Zhang, H. (2003), *Some Characteristics of Chinese Animation*, *Asian Cinema* 14(1): 70-79. *Cultural Policies in East Asia: Dynamics Between the State, Arts and Creative Industries*.

In Cinese

- Bluebook Animation (2011), *Chinese Animation Industry Development Report* (2012). (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.

- Bluebook Animation (2013), *Chinese Animation Industry Development Report* (2011), (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- BlueBook of China's Culture (2008), Beijing: Social Sciences Academic Press.
- BlueBook of China's Radio, Film and Television (2009), Beijing: Social Sciences Academic Press.
- Cao Xiaohui (曹小卉 2011), 回归理性, 打造精品 (*To Get Back to the Nous and Establish the Best*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Changchun Film Studio (2007), 电影文学 (*Letteratura dei Film*), Edizioni 7-12, 长春电影制片厂 (Changchun Film Studio), Pag. 164.
- CMRC 中研 (2012), 2012 中国动漫行业市场研究报告 (2012 Zhōngguó dòngmàn hángyè shìchǎng yán jiù bàogào, *2012 Chinese Animation Industry Market Research Report*), Central Research Century Consulting Ltd., 此报告由中研世纪咨询有限公司, Beijing.
- CNRR (Chinese Net Research Report, 中国调研报告网 2007), 中国网络动漫行业调研及发展趋势预测报告 2013), (*Chinese online animation industry research and development trend forecast report 2013*), www.BaoGaoBaoGao.com.
- Chen Jingliang, Zou Jianwen (陳景亮, 鄒建文 2005), 百年中国电影精选, (*Centennial Chinese Movie Collection*), 中國社會科學出版社.
- Chen Liu Qian (刘倩辰 2012)“漫动画”概念能否助推动漫产业 (*"L'animazione diffusa" concetto potrebbe stimolare l'industria dell'animazione*), 新华书目报 (Xinhua reported bibliography), <http://www.cdpi.cn/xzx/xingyexianzhuang/wangyoudongman/20120920/3108.html>.
- Cheng Li Xian (程丽仙 2012), 数字时代漫画新概念 漫动画有望成为新产业 (*Il nuovo concetto dell'era digitale dell' Animazione Diffusa dell'industria di animazione è destinato a diventare il nuovo*), 中国文化报 (China Culture Daily), http://culture.gmw.cn/2012-08/29/content_4924524.htm.

- China's Animation Industry (2007), in *Wenhua lanpishu 2008 (BlueBook on China's Culture 2008)*, Zhang Xieming (ed.), Social Sciences Academic Press (China), Beijing, pages 196-205.
- China Film Press (2009), 中国电影年鉴(*Cinema Yearbook 2009*), 中国电影出版社 (China Film Press), pag 191, 491-2.
- Chinanim.com (2010), Notice of SARFT about the situation of production and distribution of animation in 2009 (Guangdian zongju 2009 nian donghuapian zhizuo faxing qingkuang tongzhi): http://www.chinanim.com/index.php?N=policy_info&id=6133 , ultimo accesso 20 marzo 2014.
- Drege Jean Pierre (商务印书馆 2000) 上海商务印书馆, 1897-1949 (*Shanghai Commercial Press*), 1897-1949).
- Deng Lili (邓丽丽 2011), “十一五”期间中国动漫产业基地发展思考(*The Analysis of Development of China's Animation Industrial Base during the Phase of 11th Five-year Plan*), in BlueBook (2011),社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Du Jinjiang, Meng Yue(杜津, 疆梦月 2011), 原创中式漫画的市场拓展——天津神界漫画有限公司的原创发展之路(*The Market Development of China's Comics-The way of Original Development of Tianjin Shenjie Comics Company*), in BlueBook (2011),社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Guangdian lanpishu (2008), *Blue Book on China's Radio, Film and Television 2008*, “Yingshi donghua chanye” [Film and TV Animation Industry], Xinhua Publishing House, pages 78-85.
- Hao Xin (郝 昕 2011), 声音元素在动画片中的运用(*The Applications of Sound in Animation Series*), in BlueBook (2011),社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Huangxian Wen (黄献文 2002), 昨夜星光: 20世纪中国电影史(*Last night Starlight : 20th Century Chinese film history*)湖南人民出版社.

- Huang Ying (黄颖), 2010年中国动漫人才高等教育发展报告(*Report on Development of China's Animation Higher Education in 2010*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Hu Bofu (胡博夫 2011), 本土授权企业成长之路——广州艺洲人文化传播有限公司的三级跳(*The Development Gateway for the Local Authorized Company*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Hui Yan (2005), 中国动画电影史/百年中国电影研究书系(*Film di storia / secolo cinese Film Studies libro della serie di animazione della Cina*), 中国电影出版社.
- Jin Cheng, Wang Wei (金城, 王维 2011), 2010年中国漫画出版业发展报告(*Report on Development of China's Comics Publishing Industry in 2010*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Liao Hualiang (廖华良 2011), 新媒体动漫品牌《手机小子》运营分析(*The Operation Analysis of MOBILE PHONE BOY, the new Media Animation Brand*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Lidào Xīn (李道新 2004), 中国电影史 1937-1945, (*Storia del cinema cinese 1937-1945*), 首都师范大学出版社.
- Lijun Sun (孙立军, 2011), 中国动画史研究(*Zhongguo dong hua shi yan jiu, Research on the history of China's animation*), Shang wu yin shu guan (Commercial Press), Beijing 2011.
- Lin Xiaoxia, Pang Yamei (林晓霞 庞亚美 2011), 中韩动漫产业相关法律法规探究(*The Study of Animation Correlative Law of China and Korea*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Lin Z. H. (2002), 20世纪中国动画艺术史 (*20 ° Secolo, Storia dell'arte del Animazione Cinese*), 陕西人民美术出版社(Editrice delle Belle Arti Shaanxi popolare).

- Lín Qíxiáng, Peng Sizhōu, Xǔ Yángfān, (彭思舟, 許揚帆, 林琦翔, 2009) (*Shanzhai: Economic Revolution :Imitation is the mother of innovation*) (山寨經濟大革命: 模仿為創新之母), Xiu Wei Publishing.
- Li Zhongqiu (李中秋 2011), 动画技术的发展趋势(*The Development Tendency of Animation Techniques*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Liu Haijin(刘海金 2011), 动漫盗版侵权相关法律问题探究(*The Study of Correlative Law of Animation Piracy*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Liu Xian (刘娴 2011), 生活情感想象力——动画剧本创作谈(*Life, Emotion and Imagination—Something about Animation Screenwriting*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Lu Bin, Zheng Yuming e Niu Xingzhen (卢斌, 郑玉明, 牛兴侦 2011), 动漫蓝皮书: 统筹兼顾, 多管齐下, 实现从动画大国到动画强国的跨越 (*Make Overall Arrangements, Leave Multicelllly Together, Promote the Transformation from A big Animation Country to A Powerful Animation & Comics Country*) 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press).
- Lu Bin, Niu Xing, Zhen Zheng Yuming (卢斌, 牛兴侦, 郑玉明, 2011), 动漫蓝皮书 中国动漫产业发展报告 (2011), *BlueBook of Animation:Annual Report on Development of China's Animation Industry(2011)*, 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Lu Bin, Niu Xing, Zhen Zheng Yuming (卢斌, 牛兴侦, 郑玉明, 2013), 动漫蓝皮书 中国动漫产业发展报告 (2013), *BlueBook of Animation:Annual Report on Development of China's Animation Industry(2013)*, 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2013.
- Lu Hong(卢虹 2011), 2010 年中国动画电视片发展报告 (*Report on Development of China's Animated Television Series in 2010*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.

- Liu Pingyun , Yang Xiaojuan (刘平云, 杨小鹃 2012) , 动画角色设计(*Progettazione Character Animation*), 江西美术出版社; Esphere Media (美国艾思传媒) .
- Mai Lai Hung(麦荔红 2006), 图说中国连环画(*Illustrated Chinese comics*), 岭南美术出版社, 2006, Lingnan Arte Casa Editrice.
- Nie Xin Ru (聂欣如 2005) 动画概论(*Animated Introduction*),清华大学出版社有限公司
- Niu Xingzhen (牛兴侦 2010), 年中国动漫衍生产品市场发展报告(*Report on Development of China's Animation Consumer Product Industry in 2010*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Pan Jian (盘 剑 2011) 2010 年中国动漫展会发展报告(*Report on Development of China Animation Expo in 2010*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Peng Yafei 2011 (彭亚非), 读图时代 (*Picture-Reading*), 中国社会科学出版社, china Social Sciences Press.
- People's Daily Online (2009), “*The romance of three kingdoms*” animation broadcasting in summer. Yangtze accelerates “Chinese originalities“ (Donghua “sanguo yanyi” shujia bochu zhangsanjiao jiasu “zhongguo yuanchuan”), retrived on 18 February 2010 from: <http://media.people.com.cn/GB/9239136.html>Qian Liansheng (钱莲生 2010), 中国新闻年鉴 2009 (*China News Yearbook 2009*), 中国社会科学院新闻与传播研究所 (Chinese Academy of Social Sciences).
- Qing Xijie (2006), *An Economic Research of China's Animation Industry [Zhongguo donghuapian de chanye jingjixue yanjiu]*, Beijing: China Market Press.
- Shi Yuhong (史玉红 2011), 三维建筑动画发展现状及对策措施研究(*The Study of Development & Measure of 3D Constructure Animation*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Son Qihui (2008), “2007 nian zhongguo dongman youxi chanye de jiben taizhi” .

- Sun Baigang, Niu Xingzhen (孙百刚 牛兴侦 2011)创新发展思路, 加速动漫发展——青岛市动漫产业调研报告(*To Create New Way for Development, to Promote Development of Animation -The Survey Report of Animation Market of the City of Qingdao*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Sun Lijun, Liu Yuejun (徐 铮, 李 楠 2011), 数字互动时代的第三代电影研究与开发 (*The Research and Development of 3rd Generation Film in Digital Interactive Era*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Sun Lijun (孙立军 2011), 产学研的有机结合是推动中国动漫产业发展的原动力(*To Make Industry, Education and Study Get Together, It Could be the Impetus of China's Animation Development.* in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Tan Ling, Yin Jun (2006 谭玲, 殷俊), 动漫产业/21 世纪文化产业前沿丛书 (*Dòngmàn chǎnyè/21 shìjì wénhuà chǎnyè qiányán cóngshū, Animation industry / culture industry forefront of the 21st century books*), Sichuan University Press 2006.
- Tan Ling, Yin Juan (2009), Dongman chanye [*The Industry of Animation and Comics*], Chengdu: Sichuan University Press. Xinhua (2010), “*Cartoon industry rebuilds with dreams*”, August 15, [http:// english.cntv.cn/20100815/102412. shtml](http://english.cntv.cn/20100815/102412.shtml). Accesso 15 ottobre 2010.
- Tiāncháo dòushì (2006), 探險者的驚險生活 (*Explorers thrilling life*), Hyweb Technology Co 天朝鬥士.
- Wang Dan (王单), 困惑中的中国动漫业 (Kùnhuò zhōng de zhōngguó dòngmàn yè, *Confusion in the Chinese animation industry* 《广告大观》2005 年 第 8 期 | 王单, 中文科技期刊数据库 (Chinese Scientific Journals Database), 2005.

- Wang Delin , Zheng Fulin (王德林, 郑福林 1990), 二十世纪中华爱国名人辞典 (*Twentieth Century Dictionary of the Chinese Patriotic Celebrities*), 吉林大学出版社.
- Wang Naizhen, Zhang Zhang (王乃真, 张璋 2011), 2010 年日本动漫产业发展研究 (*The Study of Japan's Animation Industry Development in 2010*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Wang Jizhong (王冀中), 中国动漫产业发展现状分析 (*Zhōngguó dòngmàn chǎnyè fāzhǎn xiànzhuàng fēnxī, Analisi dell'Industria cinese di animazione*), 山西大学 (Shanxi University), 2009.
- Wang Yu (王宇 2011) 动漫衍生产品研发的市场定位研究 (*The Market Positioning Study of Animation Consumer Product*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Wang Xufeng (王旭烽 1997), 南方有嘉木 (*A True Southern Wood*), 臺灣商務印書館.
- Wu Chuangyu (吴创宇 2011), 动漫授权业发展浅析 (*The Analysis of Development of Animation Authorization Industry*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Wu Zhouguan(1995), 民国影坛风云录 (*Racconto del cinema della Repubblica Cinese*), Henan University Press.
- Ye Lang (叶朗 2009), 中国文化产业年度发展报告 (*Report annuale sulla industria culturale cinese*), 金城出版社, Jincheng Press 北京大学文化产业研究院.
- Ying Shan Hong (应山红 2002), 雁阵惊寒: 湖南衡阳"文革"史事 (*Goose cold shock : Hunan Hengyang "Cultural Revolution" Historical Events*) 出版者不详.
- Xinhua (2010), "Cartoon industry re-builds with dreams", August 15, <http://english.cntv.cn/20100815/102412.shtml>. Accessed on October 15, 2010.
- Yán huì, suǒ yà bīn(颜慧, 索亚斌 2005), 中国动画电影史 (*China's animation film history*), 中国电影出版社.

- Xu Zheng, Li Nan (孙立军, 刘跃军 2011), 2010 年中国动画电影产业发展报告 (*Report on Development of China's Animation Film Industry in 2010*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Zhang Beili, Wan Fangyu (张蓓荔, 万方昱 2011), 中国动漫品牌构建和营销策略研究(*The Study of Establishment & Marketing Strategy of China's Animation Brand.*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Zhang Daming , Li Baoyan(张大明, 李葆琰1984) 中国现代文学思潮流派讨论集 (*Chinese modern literary trends set genre discussion*), 人民文学出版社.
- Zhang Jianming , Qida Zhi, (张建明, 齐大之 2006), 话说京商 (*Saying Kyosho*), CICAP.
- Zhang Yuanmin (1999), *上海电影志/上海市专志系列丛刊* (Shanghai film collezioni), Shanghai Academy of Social Sciences Press.
- Zhang Zhaole, Zhou Ruilan (张昭乐, 周瑞兰 2011), 2010 年中国新媒体动漫产业发展报告(*Report on Development of China's New Media Animation Industry in 2010*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Zhao li (赵 琨2011) 我国动漫产业校企联动人才培养模式探析(*The Analysis of Mode of Talent Cultivation of Cooperation between Academy and Corporation*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Zeng Weijing (卢虹2011), 创新引领——打造卡酷动漫原创品牌(*The Innovation of KAKU, China's Original Animation Brand*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.
- Zhao Yong (赵 勇 2011), 中国动漫展会发展浅析(*The Analysis of China's Animation Expo Development*), in BlueBook (2011), 社会科学文献出版社 (Social Sciences Academic Press), Beijing 2011.

Zheng Liangze (郑良泽 2012) 我国文化产业发展阶段划分初探(*Lo sviluppo dell'industria culturale fasi preliminari della Cina*).辽宁行政学院学报(Journal of Liaoning Administration College).

Zhongguo manhua (2010), <http://www.chiculture.net/20504/html/d01/20504d01.html>. Accesso 25 novembre 2010.

Zhu Guorong (朱国荣2005), 中国美术之最(*Most of Chinese Art*), 上海书店出版社.

Sitografia

Studi cinesi

<http://www.xing-xing.com/zuopinzhanshi/sanweidonghua/>

siti ufficiali animazione

http://www.cnaci.com.cn/html/list_827.html sito ufficiale dell'animazione in Cina

<http://www.arting365.com/> sito speciale su tutti I tipi di animazione

Siti importanti

Sito per vedere animazioni cinesi

<http://www.bukade.com/cartoon/kuailixingmao/>

<http://www.comicyu.com/> sito dei fan comics

Fake animation <http://games.sina.com.cn/zt/lapin1/#>

http://cartoon.southcn.com/a/2012-01/11/content_36293919_2.htm

<http://www.awn.com> animation world news

http://china.org.cn/arts/2012-01/23/content_24472294_3.htm general china

<http://www.awn.com> animation world news

http://china.org.cn/arts/2012-01/23/content_24472294_3.htm general china news

djadchina.wordpress.com/2012/01/30/animation-in-china/

<http://newscontent.cctv.com/news.jsp?fileId=129298>

<http://www.cartoonbrew.com/>

<http://www.pelleas.net/aniTOP/index.php> generale

<http://www.xing-xing.com/zuopinzhanshi/sanweidonghua/>

siti ufficiali animazione

http://www.cnaci.com.cn/html/list_827.html sito ufficiale dell'animazione in Cina

<http://www.arting365.com/> sito speciale su tutti I tipi di animazione

Trademark office of The state Administration for Industry & commerce of the People's Of republic of China <http://www.saic.gov.cn/sbjEnglish/>

Siti importanti

Sotto l'impulso fiorentino - cinese animazione industria panoramica di sviluppo,

<http://media.people.com.cn/GB/22114/45733/118743/7001179.html>

Sito per vedere animazioni cinesi

<http://www.bukade.com/cartoon/kuailixingmao/>

Altri siti rilevanti

Sito Ufficiale Auldey: <http://www.auldeytoys.com/>

animation world news: <http://www.awn.com>

http://china.org.cn/arts/2012-01/23/content_24472294_3.htm general china news

Sito ufficiale Fjagia :<http://www.fjagia.org/>

http://comic.k618.cn/zbtz/dzh/201310/t20131010_3999895.htm

Sito ufficiale di Beva: <http://g.beva.com/>

Sito ufficiale di iQing bambini: <http://child.iqiyi.com/>

Sito ufficiale <http://www.funshion.com/cartoon/>

Sito ufficiale <http://cartoon.pptv.com/>

China internet news: <http://www.chinainternetwatch.com/category/social-media/online-video/>

Sito ufficiale Youku animation: <http://comic.youku.com/>

LETV animation : <http://www.chinainternetwatch.com/2189/youku-tencent-letv-top3-network-video/#ixzz2jfRfez2C>

CCTV 14: <http://cctv.cntv.cn/cctvshaoer/index.shtml>

Entgroup <http://m.entgroup.cn/596088>

SARFT dedicata al supporto:

<http://www.sarft.gov.cn/articles/2009/08/25/20090825144206561023.html>

Filmografia

Questa lista comprende una serie di film di animazione e serie animate prodotte in Cina dal 1922 al 2014 (la parte in lingua cinese proviene dalla sito ufficiale della Shanghai Animation Film Studio).

Data di pubblicazione e titolo originale in cinese

1922. 舒振东华文打字机

1924. 狗请客

1924. 過年

1926. 大闹画室

1931. 纸人捣乱记

1931. 同胞速醒

1932. 精诚团结

1933. 狗侦探

1934. 血钱

1935. 骆驼献舞

1936. 民族痛史

1936. 新潮

1938. 抗日歌辑

1938. 抗日歌辑

1941. 铁扇公主

1950. 谢谢小花猫

1952. 夸口的青蛙 (黑白片)

1952. 小猫钓鱼 (黑白片)

1954. 好朋友 (黑白片)

1955. 东郭先生和狼 (皮影)

1955. 会摇尾巴的狼 (皮影)

1955. 神笔马良 (木偶)

1955. 乌鸦为什么是黑的

1955. 野外的遭遇

1956. 机智的山羊

1956. 胖嫂回娘家

1956. 三个邻居

1956. 骄傲的将军

1956. 我知道

1957. 拔萝卜

1957. 双胞胎

1957. 一个新足球

1958. 打猎记

1958. 火焰山

1958. 老婆婆的枣树

1958. 美丽的小金鱼

1958. 墙上的画

1958. 三毛流浪记

1958. 四只小野鸭

1958. 为了孩子们

1958. 小朋友们

1958. 找小哥哥

1958. 过猴山

Data di pubblicazione e titolo in inglese (tradotto)

1922. Shuzhen Dong , la macchina da scrivere cinese

1924. Gli ospiti invitati dal cane

1924. Anno nuovo

1926. Tumulto nello studio

1931. La ribellione dell'uomo di carta

1931. Compatrioti svegliatevi

1932. Solidarietà

1933. Cane Detective

1934. Solfi di Sangue

1935. Il Cammello che danza

1936. Storia di dolore Nazionale

1936. Alla moda

1938. Canzone Anti-giapponese

1938. Canzone Anti-giapponese

1941. La principessa con il ventaglio di Ferro

1950. Grazie Kitty

1952. Il vanto della rana (bianco e nero)

1952. Il gatto a pesca (bianco e nero)

1954. Un buon amico (bianco e nero)

1955. Oriente Guo e Lupo (ombre)

1955. La coda del lupo (shadow)

1955. Il pennello magico (fantoccio)

1955. Perché i corvi sono neri

1955. Incontro selvaggio

1956. Wit la capra

1956. A casa della signora grassa

1956. I tre vicini

1956. Il generale orgoglioso

1956. Sapere

1957. Ravanelli

1957. Gemelli

1957. Un nuovo calcio

1958. Ricordo della caccia

1958. Huoyanshan

1958. Nonna giuggiola

1958. Il bellissimo pesce rosso

1958. Parete pitturata

1958. San mao

1958. I quattro Teal

1958. Per i bambini

1958. Bambini

1958. Trovare il fratellino

1958. Guo la scimmia della montagna

- 1958.木头姑娘
1958.谁唱得最好 (木偶)
1958.小鲤鱼跳龙门
1958.猪八戒吃瓜 (剪纸)
- 1959.雕龙记 (木偶)
1959.济公斗蟋蟀
1959.萝卜回来了
1959.一幅僮锦 (水墨)
1959.渔童 (剪纸)
1959.布谷鸟叫迟了
1959.砍柴姑娘
- 1960.牧童与公主
1960.聪明的鸭子
1960.大奖章
1960.山羊和狼
1960.水墨动画
1960.怕羞的黄莺 (水墨)
1960.小燕子 (水墨)
1960.小蝌蚪找妈妈 (水墨)
- 1961.一棵大白菜
1961.人参娃娃(剪纸)
1961.谁的本领大
1961.大闹天宫系列
- 1962.等明天 (剪纸)
1962.没头脑和不高兴
1962.小溪流 (水墨)
- 1963.长发妹
1963.黄金梦
1963.金色的海螺
1963.牧笛 (水墨)
1963.孔雀公主系列
- 1964.半夜鸡叫
1964.路边新事 (木偶)
1964.冰上遇险
- 1964.差不多 (剪纸)
1964.红军桥
1964.湖上歌舞
- 1965.红领巾
1965.草原英雄小妹妹
1965.小哥儿俩 (木偶)
- 1973.小号手
1973.东海小哨兵
- 1976.长在屋里的竹笋
- 1977.两只小孔雀
1977.芦荡小英雄
1977.山羊回了
- 1978.歌声飞出五指山
1958. Ragazza di legno
1958. Chi è il miglior cantante (fantoccio)
1958. Piccola carpa
1958. Porcellino mangiare l'anguria (paper cut)
1959. Diao Kee (fantoccio)
1959. Combattimenti tra i monaci e il grillo
1959. Ravanello torna indietro
1959. Un Kam Tong (inchiostro)
1959. Yutong (paper cut)
1959. L'uccello chiamato in ritardo
1959. La ragazza di legno
1960. Il pastore della principessa
1960. L'anatra intelligente
1960. Medaglione
1960. La capra e il lupo
1960. Animazione Ink
1960. Oriole timido (inchiostro)
1960. Rondine (inchiostro)
1960. Il girino alla ricerca della mamma (inchiostro)
1961. Un cavolo
1961. Bambola Diginseng (paper cut)
1961. La capacità del grande Who
1961. Il re scimmia
1962. Domani (paper cut)
1962. Pieno di insetti
1962. I piccoli torrenti (inchiostro)
1963. Lungo-mei
1963. Sogni d'oro
1963. Conchiglia d'oro
1963. Moody (inchiostro)
1963. La principessa pavone (Serie)
1964. Banyejijiao
1964. La strada nuova (fantoccio)
1964. Angoscia di ghiaccio
1964. Quasi (paper cut)
1964. Ponte rosso
1964. Danza sul lago
1965. Giovani pionieri
1965. La prateria delle piccole sorelle
1965. Due piccoli fratelli (fantoccio)
1973. Il trombettista
1973. La sentinella del mar cinese
1976. Germogli lunghi in casa
1977. I due piccoli pavoni
1977. Ludang l'eroe
1977. Dietro la capra
1978. Le dita volanti

1978. 奇怪的病号
1978. 西瓜炮-A-B
1978. 小白鸽
1978. 象不象
1978. 狐狸打猎人 (剪纸)
1978. 画廊一夜
1979. 哪吒闹海(25周年纪念公映版)
1979. 哪吒闹海
1979. 阿凡提系列
1979. 天才杂技演员
1979. 刺猬背西瓜 (剪纸)
1979. 好猫咪咪
1979. 奇怪的球赛
1979. 熊猫百货商店 (剪纸)
1979. 愚人买鞋 (木偶)
1979. 喵喵是谁叫的(木偶)
1980. 八百鞭子 (剪纸)
1980. 黑公鸡
1980. 娇娇的奇遇
1980. 老狼请客
1980. 三个和尚
1980. 三只狼(折纸)
1980. 我的朋友小海豚
1980. 小兔淘淘的故事. 补票
1980. 小兔淘淘的故事. 不怕冷的大衣
1980. 小兔淘淘的故事. 回声
1980. 小兔淘淘的故事. 雪孩子
1980. 小鸭呷呷(折纸)
1980. 张飞审瓜 (皮影)
1980. 小马虎
1980. 园园和机器
1981. 真假李逵
1981. 咕咚来了 (剪纸)
1981. 丁丁战猴王
1981. 猴子捞月 (剪纸)
1981. 九色鹿
1981. 龙牙星 (木偶)
1981. 南郭先生 (水墨)
1981. 人参果
1981. 善良的夏吾冬
1981. 摔香炉
1981. 抬驴 (纸偶)
1981. 崂山道士 (木偶)
1982. 假如我是武松 (木偶)
1982. 曹冲称象 (木偶)
1982. 孔雀的焰火
1982. 狼来了(木偶)
1982. 老虎学艺
1982. 鹿铃 (水墨)
1982. 盲女与狐狸
1982. 淘气的金丝猴 (剪纸)
1982. 小红脸和小蓝脸
1982. 小熊猫学木匠 (纸偶)
1978. Strani e malati
1978. L'anguria e il cannone
1978. Piccioni
1978. Come e non come
1978. Caccia alla volpe (paper cut)
1978. Notte nella galleria
1979. Conquistare
1979. Conquistare
1979. Avanti
1979. Acrobati di talento
1979. L'anguria hedgehog (paper cut)
1979. Buon gatto Mimi
1979. Strano gioco
1979. Il panda nei grandi magazzini (paper cut)
1979. Scarpe (fantoccio)
1979. Woo meow (fantoccio)
1980. Frusta all'ottocento (paper cut)
1980. Gallo nero
1980. Aspettato l'avventura
1980. Lupo treat
1980. I Tre monaci
1980. Tre lupi (origami)
1980. I miei amici delfini
1980. Tao Tao coniglio. Il biglietto sostitutivo
1980. Tao Tao coniglio. Non è un cappotto
1980. Tao Tao coniglio. L'eco.
1980. Tao Tao coniglio. La neve e i bambini
1980. L'anatra Xia Xia (origami)
1980. Zhang il melone (Shadow)
1980. Piccola e trascurata
1980. Yuanyuan e i macchinari
1981. Il buono Li Kui
1981. Paffutello (paper cut)
1981. La guerra di Tintin la scimmia
1981. La scimmia a pesca (paper cut)
1981. Jiu Selu
1981. Aralia la stella (fantoccio)
1981. Sud Guo (inchiostro)
1981. Ginseng e frutta
1981. Tipi d'estate, d'autunno e d'inverno
1981. L'incensiere
1981. L'ascensore (paper cut)
1981. Laoshandaoshi (fantoccio)
1982. Se fossi Wu (fantoccio)
1982. Cao Chong e la storia dell'elefante (fantoccio)
1982. Fuochi d'artificio e il pavone
1982. Lupo (fantoccio)
1982. Le arti della tigre
1982. Il cervo e la campana (inchiostro)
1982. La ragazza cieca e la volpe
1982. La scimmia dispettosa (paper cut)
1982. Piccola faccia rossa e piccola faccia blu
1982. Il panda falegname (paper cut)
1982. Il paese dell'uomini di carta

1982. 纸人国
1982. 蛐蛐
1983. 长了腿的芒果
1983. 钱...
1983. 过桥 (木偶)
1983. 猴子钓鱼 (剪纸)
1983. 蝴蝶泉
1983. 狐狸送葡萄
1983. 老鼠嫁女 (纸偶)
1983. 老猪选猫
1983. 天书奇谭
1983. 小八戒 (剪纸)
1983. 小松鼠理发师
1983. 捉迷藏
1983. 鹬蚌相争 (水墨)
1984. 除夕的故事 (剪纸)
1984. 火童 (剪纸)
1984. 贾二卖杏 (南京电影制片厂出品)
1984. 快乐的数字
1984. 三毛流浪记
1984. 三十六个字
1984. 石狮子
1984. 西岳奇童 (木偶)
1984. 小明星
1984. 黑猫警长系列
1984. 马蜂窝
1984. 小狐狸
1985. 大扫除
1985. 巫婆、鳄鱼和小姑娘
1985. 园园的奇怪旅行
1985. 夹子救鹿
1985. 草人 (剪纸)
1985. 大花和小花 (布艺)
1985. 海力布
1985. 金猴降妖
1985. 没牙的老虎
1985. 抢枕头
1985. 女娲补天
1985. 水鹿 (剪纸)
1985. 网 (水墨)
1986. 超级肥皂
1986. 新装的门铃
1996. 舒克和贝塔系列
1986. 葫芦兄弟系列
1986. 邋遢大王奇遇记系列
1986. 小裁缝
1987. 飞翔的小鸽子
1987. 妈妈请休息
1987. 长大尾巴的兔子
1987. 狐狸送葡萄
1987. 蚂蚁和大象 (水墨)
1987. 选美记 (水墨)
1987. 有求必应
1982. Il grillo
1983. Gambe lunghe e magre
1983. Soldi
1983. Il ponte (fantoccio)
1983. La scimmia a pesca (paper cut)
1983. La farfalla d'estate
1983. La volpe non arriva all'uva
1983. La donna sposata (paper cut)
1983. Laozhu e I gatti
1983. Leggende
1983. Il piccolo maialino (paper cut)
1983. Scoiattoli e il barbiere
1983. Nascondino
1983. Beccaccino e la vongola (inchiostro)
1984. La storia di capodanno (paper cut)
1984. Tong e il fuoco (paper cut)
1984. Jia e le due albicocche (Nanjing Film Studio)
1984. Le figure ellegre
1984. San mao
1984. Trentasei parole
1984. Leoni di pietra
1984. Xiyue Qi Tong (fantoccio)
1984. Stellina
1984. Il sergente nero
1984. Il nido di vespe
1984. Le piccole volpi
1985. La pulizia
1985. Streghe, coccodrilli e la ragazza
1985. Lo strano viaggio Yuan Yuan
1985. Salva il cervo
1985. Spaventapasseri (paper cut)
1985. I grandi fiori (stoffa)
1985. Haili
1985. La scimmia scimmia Xiangyao
1985. La tigre sdentata
1985. Afferrare i cuscini
1985. NvWa BuTian
1985. Sambar (paper cut)
1985. La rete(inchiostro)
1986. Super sapone
1986. Il nuovo campanello
1996. Shook e beta
1986. I fratelli Calabash
1986. Trek il re dello sporco
1986. La piccola sarta cinese
1987. I piccioni
1987. La mamma in riposo
1987. La coda del coniglio
1987. La volpe e l'uva
1987. Le formiche e gli elefanti (inchiostro)
1987. La mente (inchiostro)
1987. Reattivo

- 1988.八仙与跳蚤
1988.毕加索与公牛 (八一电影制片厂出品)
1988.不射之射 (木偶)
1988.独木桥
1988.孤独的小猪
1988.金币国游记
1988.老鼠嫁女
1988.泼水节的传说 (长春电影制片厂)
1988.山水情 (水墨)
1988.小鹅与红房子 (木偶)
1988.螳螂扑蝉 (剪纸)
1988.邦锦美朵
- 1989.小小画家
1989.笨狗熊 (水墨)
1989.西游记-三件宝贝
1989.森林里的金月亮
- 1990.哀溺 (水墨)
1990.冬天里的小田鼠 (布艺)
1990.鹿和牛(木偶)
1990.骑牛难下
1990.小钉子
1990.种树
- 1991.冬冬和瓜瓜
1991.快乐的买买提 1990.老虎装牙 (水墨)
1991.眉间尺 (木偶)
1992.怪老头系列剧
1992.莲花公主 (水墨)
1992.春天里的小田鼠
1992.猫与鼠
1992.漠风
1992.桥下拾履
1993.警犬救护队 01-04
1993.小和尚一游方僧 1993.鹿女 (水墨)
1993.小黄鼬的故事
1993.葫芦小金刚系列
1993.隐身探长-梦幻花
- 1994.胡僧
- 1995.十二生肖系列
- 1999.宝莲灯
- 2004.蝴蝶梦-梁山伯与祝英台 (上美与台湾中影合作)
- 2001.麦兜故事
2001.聖石傳說
- 2003.老夫子
- 2004.麥兜菠蘿油王子
2004.梁山伯與祝英台
2005.龍刀奇緣
2005.魔豆傳奇
1988. Gli otto immortali e le pulci
1988. Picasso e il toro
1988. Non spara il colpo (fantoccio)
1988. Ponte e plancia
1988. Il maiale solitario
1988. Viaggi nel paese dell'oro
1988. Il topo si sposa
1988. La legenda di Songkran (Changchun Film Studio)
1988. L'amore per la natura (inchiostro)
1988. Gosling e la casa rossa (fantoccio)
1988. La mantide contro la cicala (paper cut)
1988. Jin Bang
1989. Il piccolo pittore
1989. L'orso stupido (inchiostro)
1989. Viaggio in Occidente - I tre bambini
1989. Foresta Jin
1990. Annegamento (inchiostro)
1990. Il piccolo inverno
1990. Cervi e bovini (fantoccio)
1990. E' difficile cavalcare un toro
1990. Piccolo chiodo
1990. Alberi
1991. Hasty e Guagua
1991. Felice Mamat (inchiostro)
1991. Meijianchi (fantoccio)
1992. La strana serie
1992. La principessa del loto (inchiostro)
1992. La primavera della piccola arvicola
1992. Gatto e topo
1992. Vento del deserto
1992. Ponte
1993. I cani, squadra di soccorso
1993. Il giovane monaco e il cervo (inchiostro)
1993. La storia della piccola donnola
1993. La piccola zucca
1993. Stealth Detective - Sogno di fiori
1994. Hu Seng
1995. Zodiaco
1999. Lotus Lantern
2004. Sogno delle farfalle
2001. Una vita come McDull
2001. La leggenda della pietra sacra
2003. Il vecchio maestro
2004. McDull, principe della Bun
2004. Amanti delle farfalle
2005. La lama del drago
2005. Pandalian

2005. 小兵張嘎
2005. 夢裡人
2005. 魔比斯環
2006. 精靈世紀
2006. 帽兒山的鬼子兵
2006. 西嶽奇童
2006. 天眼
2006. 黃飛鴻勇闖天下
2006. 憨八龜的故事
2006. 三毛流浪記
2007. 孫悟空大戰二郎神
2007. 秦時明月
2007. 閃閃的紅星 孩子的天空
2008. 風雲決
2008. 圍棋少年
2011. 熊貓總動員
2011. 魁拔
2012. 金箍棒傳奇
2012. 賽爾號大電影 2 之雷伊與邁爾斯
2013. 開心超人
2013. 綠林大冒險
2013. 洛克王國 2 聖龍的心願
2013. 賽爾號大電影 2 之雷伊與邁爾斯
2014. 辛巴達歷險記 2
2014. 龍之谷：破曉奇兵
2014. 豬豬俠之勇闖巨人島
2014. 潛艇總動員 4：章魚奇遇記
2014. 魔幻仙踪
2014. 洛克王國 3：聖龍的守護
2014. 賽爾號大電影 4：聖魔之戰
2014. 十二生肖城市英雄
2005. Il piccolo soldato
2005. Sogno uomo
2005. Attraverso la striscia di Moebius
2006. Century Sonny
2006. Montagna Guizi Bing
2006. Xiyue Qi Tong
2006. L'occhio magico
2006. C'era un mondo ribelle
2006. La storia delle sciocche otto tartarughe
2006. San mao
2007. Scimmia Erlang
2007. Bambino nel cielo Qinshiming
2007. Stella rossa frizzante
2008. Rider la tempesta
2008. Andare con il giocatore
2011. Storia del panda
2011. Quebec
2012. Bar, il leggendario re scimmia
2012. Purcell Rey
2013. Superman felice
2013. L'avventure nella foresta 2
2013. Locke 2
2013. Purcell 2
2014. Le avventure di Sinbad
2014. Dragon Nest: L'alba del guerriero
2014. Il maiale gigante
2014. La storia dei sottomarini 4:
2014. Il mago di Oz
2014. Locke 3: I guardiani Sheng
2014. Purcell 4: La battaglia di Trinity
2014. La città degli eroi del zodiaco