

“La animación es un motor de crecimiento de la industria audiovisual, cultural y del entretenimiento”

Dijo Rosanna Manfredi, CEO de la productora Encuadre, en las 10^º Jornadas de Cine y TV: “La Animación como herramienta creativa”, organizada junto a ExpoToons el 26 de junio



Daniel Marcet, CEO del FIAP y organizador, junto a Rosanna Manfredi, de ExpoToons, fue el encargado de la apertura. En su presentación dio un anticipo sobre el festival de animación que se llevará a cabo en octubre: “Queremos que ExpoToons sea un referente de animación en la región. Hay mucho talento en nuestro país y mucho interés del mundo en lo que se hace acá. Estamos muy entusiasmados de poder hacer ExpoToons en Argentina, el festival va a ser muy similar a los grandes festivales del mundo”.

Comentó que habrá una competencia dividida en categorías, exhibición de material, conferencias, ruedas de negocios y una feria con los protagonistas: “Lo que queremos lograr es darle un impulso a la industria, que sea un foro para hacer negocios y generar mayor capacitación. Argentina tiene mucho talento y tecnología, pero no la suficiente gente capacitada, por lo que se queda corta ante las demandas extranjeras”. Y agregó: “La animación es una industria que genera mucho trabajo e inversión extranjera”.

Luego dio una charla, **Rosanna Manfredi**, CEO de la productora Encuadre, donde hizo referencia a la industria de la animación: “La animación es un motor de crecimiento de la industria audiovisual, cultural y del entretenimiento. Uno de los pilares del crecimiento tiene que ver con la mano de obra, por eso es importante la capacitación. En Argentina tenemos ventajas competitivas enormes, estamos en un lugar de privilegio”.

Sobre el negocio de la industria de animación en el mundo indicó que el cine de animación maneja cifras superiores al cine tradicional: “El 80% de lo que se produce en Argentina no se ve acá, sino que es para afuera. Nuestro objetivo es poder transformar esto en una industria”, comentó.

Destacó que Argentina cuenta con una gran cultura y trayectoria cinematográfica frente al resto de Latinoamérica, y que hay muy buenos profesionales, aunque pocos, pero destacados: “En 2002 empezamos a exportar y llegamos a ser el país con más cantidad de productos de Animación de Latinoamérica. En 2007 se estrenaron tres largometrajes animados”.

Augusto Petrone y **Leonardo Falaschini**, de Three Melons hablaron sobre la Animación en Videojuegos. Augusto Petrone, Director Creativo, dijo que en animación entran en juego muchas variables que hacen que sea un trabajo complicado, aunque a su vez agregó: “Uno a veces le da licencias a un videojuego, porque en definitiva es un juego, en este sentido tenemos la ventaja de no tener que hacer todo perfecto”.

Explicó que cuando un juego sale a la venta surgen interpretaciones y acciones que ni el creador se había imaginado. Otras veces ocurre que el usuario no sabe que hacer cuando ingresa, donde clicar o cómo se juega: “Si eso pasa, es que hicimos mal nuestro trabajo”.

Por último comentó que en Argentina hay 10 empresas que trabajan en la industria de videojuegos y que la animación es una disciplina que está evolucionando constantemente.

A continuación **Oscar Desplast**, Presidente de la Asociación Argentina de Cine de Animación,

hizo referencia a la animación en la década del '60 y '70, y comentó que el sostén de la animación en Argentina en esa época eran los dibujos animados publicitarios.

Sobre la tarea de los animadores y dibujantes dijo: “No son creadores de personajes, sino que le dan movimiento a ese personaje, con la animación expresamos, entre otras cosas, estados de ánimo. Hay que aprender a sacarle a cada animador lo mejor de sí mismo para que luego eso se vea en la pantalla”.

A su vez comentó que el dibujo animado necesita de un estudio permanente y no que se invierta sólo para una producción en particular.

“Hay mucho talento en nuestro país y mucho interés del mundo en lo que se hace acá”

(Daniel Marcet)

Juan Pablo Buscanini, CEO de Pampa Films, quien centró su charla en los largometrajes de animación: “El cine de animación y el arte digital democratizaron la posibilidad de plasmar las ideas en la pantalla. Mientras el mundo era analógico, la animación empezó a marchar de la mano del cine, complementándolo. La ruptura más grande entre ambas técnicas se dio con la aparición de Internet y con el desarrollo de las tecnologías. Toy Story fue la película que produjo la ruptura: se hizo enteramente en 3D. Además trajo aparejado un cambio en la forma de narrar. Lo que agregó el cine 3D es la no limitación del movimiento de cámara. Actualmente, el mundo de la animación y el cine con actores conviven, se cruzan e intercambian recursos”, opinó Buscanini.

Sobre la productora extranjera Pixar, reconocida unánimemente como líder en animación, comentó: “Su técnica es perfecta, pero sus películas se siguen viendo porque además tienen una buena historia y una trama interesante. Uno ve la película Ratatouille y puede sorprenderse por los gestos de la cara de uno de los personajes y por el decorado, pero lo fundamental es que lo que se cuenta está bien armado.”

Por último hizo referencia a la utilización y elección de la técnica: “La técnica nueva desafía a la existente, pero también la honra, como pasó con la fotografía y la pintura. Estos medios conviven



Juan Pablo Buscanini (Pampa Films)

en la actualidad, pero cuando la primera irrumpió para ocupar un nuevo espacio les costó reubicarse”. Y agregó: “Hay que domar a la técnica, pero no hay que perder el norte: se la debe utilizar para contar una historia, si se la elige mal es como elegir mal a un actor”.

Fernando Rey Goyena, Productor Ejecutivo de Bitt Animation, habló sobre la animación en publicidad: “La animación le da identificación y alternativas a la publicidad. La infinita cantidad de técnicas que hay da muchas posibilidades”.

Comentó que la animación recorrió un camino muy largo en poco tiempo, desde los '90 hasta hoy cambió, creció, evolucionó y maduró.

Sobre la calidad en animación dijo que cuando está bien hecha se pueden realizar productos de gran nivel: “Si el resultado de un comercial es reconocido, cuando otros países necesiten realizadores van a pensar en nosotros. El producto que van a encontrar en Argentina va a ser el mismo que el de otros países, pero económicamente mucho más competitivo. La producción a nivel nacional está en una posición muy positiva y eso lo tenemos que aprovechar”. Y agregó: “En publicidad el mundial se juega todos los años en Cannes, el festival más importante en publicidad, y Argentina siempre llega a la final”.

Los encargados del cierre de la Jornada fueron **Ronnie Amendolara**, Director Comercial de Illusion Studios, y **Romina Crespolini**, Productora Ejecutiva, quienes hablaron sobre las técnicas utilizadas en sus producciones y la distribución al exterior: “Dentro de la empresa trabajamos en 2D y 3D, algunos de nuestros trabajos son Valentina, con animación 2D, Boggie, el aceitoso, basado en un cuento de Roberto Fontanarrosa y La maga, una mezcla de actores con fantasía. Actualmente estamos desarrollando Gaturro, realizada íntegramente en 3D”, explicó Romina Crespolini.

El Director Comercial comentó que Valentina es una producción conocida en Argentina, por ese motivo no aspiran a estrenarla en otros países: “Generalmente el cine que se hace en 2D es para proyectarlo en forma local. Boggie, en cambio, es más atractivo para Latinoamérica y Estados Unidos ya que es un personaje popular y su autor es reconocido, seguramente podamos estrenarla en cine y dvd”. Sobre Gaturro comentó que tienen aspiraciones de estrenarla en varios países: “La película la estamos haciendo en forma conjunta con una compañía canadiense que es distribuidora en todo el mundo”.



Fernando Rey Goyena (Bitt Animation)



Rosanna Manfredi (Encuadre)



Daniel Marcet (ExpoToons)



Augusto Petrone (Three Melons)



Leonardo Falaschini (Three Melons)



Oscar Desplast (Asociación Argentina de Cine de Animación)



Romina Crespolini y Ronnie Amendolara (Illusion Studios)