

**Il fenomeno**

# Mattoncini superstar i Lego battono Clooney

Il film 3D in America incassa tre volte più di quello col divo  
E la **Warner Bros** già annuncia l'episodio numero due

**Polemica**

La destra repubblicana attacca:

il cattivo della storia assomiglia a Romney

**Politically correct**

La concentrazione del potere spiegata ai più piccoli

**Francesca Scorcucchi**

**C**he i mattoncini Lego avessero successo fra i più piccoli è certezza consolidata da 56 anni a questa parte (era il 1958 quando la casa danese mise sul mercato i piccoli pezzi di plastica ad incastro). Che anche un film in 3D, girato animando i pupazzetti e i mattoncini Lego potesse avere lo stesso successo era molto meno scontato. Eppure così è stato. Nel fine settimana del debutto negli Stati Uniti di «The **Lego movie**» (in Italia arriverà domani) i botteghini hanno incassato 69 milioni di dollari, facendo a pezzi un film atteso come «Monuments Men» di e con George Clooney, che ha portato a casa solo 22 milioni di dollari. Un successo talmente imponente da aver già fatto decidere alla **Warner Bros.** di continuare la collaborazione con la Lego per un sequel.

Il film, scritto e diretto a due mani da Phil Lord e Chris Miller, racconta la storia di Emmet, un comunissimo omino Lego che viene erroneamente identificato come un personaggio straordinario, in grado di salvare il mondo da un'imminente apocalisse: dovrà partire con una compagnia di ribelli (della quale fa parte anche l'affa-

scinante •Wylstyle, della quale lui si innamora ma il cui cuore è già impegnato con, niente di meno, che Batman), nel tentativo di bloccare un malvagio tiranno. Un viaggio drammaticamente e comicamente impreparato. Il film, naturalmente pensato per i più piccini, non nasconde battute e ironie rivolte ai grandi e ha un messaggio per tutti: «Se non rompi qualche regola non cresci davvero», spiega Elisabeth Bank che nella versione inglese da voce a •Wylstyle.

«È una storia che racconta il conformismo del mondo», spiega il regista Phil Lord, «e la necessità di uscire da questo conformismo e da una società globalizzata e in mano a grandi gruppi di potere. Va bene, i bambini magari non coglieranno questo aspetto, ma i genitori sì, e si divertiranno. Poi in fondo, da qualche parte bisogna iniziare a insegnare ai più piccoli che la concentrazione del potere in mano a pochi è un male, no?».

Il dibattito politico, infatti, non si è fatto attendere. Il cattivo, President Business, assomiglia molto a Mitt Romney, l'ex contendente repubblicano alla Casa Bianca nelle ultime elezioni presidenziali e, Fox, l'emittente che rappresenta la destra americana non ha mancato di fare polemica: «Perché sono sempre i leader delle corporazioni a essere presi di mira? Loro che assumono gente, permettono di pagare gli affitti, i mutui, la scuola per i figli?».

«**Lego Movie**», intanto, segna il primo

grande successo di **Warner Bros** nel campo dell'animazione. A premiare, spiegano i registi, è stata soprattutto la scelta di usare meno tecnologia digitale possibile: «Quasi tutte le scene sono state girate con veri mattoncini Lego animati con la tecnica della stop-motion, siamo ricorsi al digitale solo quando non era possibile farne a meno e abbiamo cercato di farlo in maniera che fosse quasi impossibile capire quando si tratta di veri mattoncini e quando invece sono riproduzioni al computer».

Un milione e mezzo sono i pezzetti Lego usati nella sola scena finale del film, dove si vede il modellino di un'intera città costruita con i mattoncini colorati, e solo per costruire il logo del film (il titolo in tre dimensioni) sono occorsi poco meno di 55.000 mattoncini e 2 settimane di lavoro da parte di quattro Lego Master Builders. Mentre 10 di questi ingegneri dei mattoncini e 2000 ore di lavoro (ovvero 5 settimane di impiego full time) sono occorsi per costruire la totalità delle scene presenti nel film: «La limitazione dei movimenti dei modellini è quello che ha reso questo film diverso dagli altri lavori d'animazione e interessante da produrre», concludono i filmmaker, «farlo funzionare con questa limitazione era il nostro scopo, solo così, mantenendo le rigidità dei modellini e dei personaggi, potevamo fare un vero "**Lego movie**"».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il cartoon**

«L'arte della felicità» sfonda all'estero

L'animazione per adulti italiana piace al mercato internazionale: «L'arte della felicità», cartoon «filosofico» di Alessandro Rak, al mercato del festival di Berlino è stato

venduto a Madman per la distribuzione in Australia e a HBO per il Sudamerica. Prodotto dalla factory napoletana Mad di Luciano Stella, con Aletheia Communication e Rai Cinema,

distribuito in Italia lo scorso novembre dall'Istituto Luce con una lunga tenuta in sala, il cartoon è ambientato in una Napoli piovosa e anticonvenzionale.





**I numeri** Un milione e mezzo sono i mattoncini usati nella sola scena finale di «[The Lego movie](#)», 55.000 per il solo logo del film