

Trento film festival Atto finale del workshop promosso da scuola Zelig e Format. Oggi la presentazione

«Raccontare l'avventura», idee alla prova

Al Trento film festival consueto appuntamento con la fase conclusiva del workshop *Raccontare l'avventura*, promosso dalla scuola Zelig di Bolzano, da Format di Trento e dallo stesso festival. Alle 15, nella sala conferenze della fondazione Cassa di risparmio di Trento e Rovereto, avrà luogo l'atteso pitching forum pubblico, ovvero l'occasione di confronto tra i filmmaker e aspiranti tali che nel corso degli ultimi tre mesi hanno sviluppato un progetto di documentario, e un panel di esponenti del mercato della produzione e della distribuzione, tra cui Gioia Avvantaggiato della Ga&a group e Lorenzo Hendel di Doc3, chiamati a giudicare l'effettiva «vendibilità» delle proposte. Giunto alla sua quinta edizione, il workshop sulla scrittura, sullo sviluppo e sulla presentazione e promozione di un progetto per un film documentario, culmine-

rà dunque oggi nella presentazione ai decision maker del mercato dei lavori *La carovana Cinebus attraversa le Alpi* di Tommaso Basevi, *Stile libero* di Fabio Gianotti e Silvia Bongiovanni, *Sogno ad alta quota* di Gloria Aura Bortolini, *Il colore dell'amicizia* di Fabrizio Contino Gravantes, *Ani ma niebuc* di Andrea Lanzi, *I diamanti di Shalom* di Alessia Zaccari, *Il papà albergatore* di Fabiana Ghiringhella, *Adolf Vallazza* di Carmela Marsibilio, *On the run* di Elena Negrioli e *Camminare all'indietro* di Laura Di Pasquale.

I coordinatori e conduttori del workshop sono fin dalla sua nascita gli autori e produttori Edoardo Fracchia e Stefano Tealdi della Stefilm di Torino. Con quest'ultimo abbiamo fatto il punto della situazione sul laboratorio in particolare e sul mercato del documentario in generale.

Qual è il fine di «Raccontare

l'avventura»?

«Il workshop come questo sono nati anni fa con l'intento di riuscire a fornire un metodo di lavoro a filmmaker e documentaristi che difficilmente trovano in Italia occasioni di formazione».

E funziona?

«Devo dire di sì. Ogni anno riceviamo proposte di qualità sempre più elevata: questo significa che si

stanno diffondendo una consapevolezza e una conoscenza del genere documentario più mature, nonostante in Italia non esista un mercato (e quindi una diffusione e una visibilità, ndr) come negli altri Paesi europei».

Quali sono le tematiche che gli autori sono più interessati a esplorare?

«Non esistono tematiche o vere e proprie tendenze: i progetti spaziano tra argomenti molto diversi tra

loro, ma persiste l'idea del documentario come mezzo di impegno sociale. Il documentario soddisfa molto i giovani che hanno voglia di impegnarsi a livello politico-sociale».

Quanti progetti trovano realmente un produttore e diventano dei documentari?

«Non è facile fornire dei numeri. Alcuni progetti vengono realizzati anche se autoprodotti, altri vengono abbandonati, pochi trovano un percorso all'interno del mercato. Questo rende i filmmaker più consapevoli delle proprie capacità, della validità o dei limiti dei loro progetti. Li costringe a fare i conti con il mercato e con il pubblico, cercando di non fare cose che soddisfino solo il pubblico come la trash tv, di non essere autoreferenziali, ma di riuscire a creare quello che vogliono tenendo conto del mercato».

C. G.

Stefano Tealdi

«Volevamo fornire un metodo ai filmmaker. Ha funzionato: la qualità cresce di anno in anno»

