

MA

ATTIVA

**ROMA
CREATIVA**



La Politica del talento

NICOLA ZINGARETTI
PRESIDENTE DELLA PROVINCIA DI ROMA

Il sostegno alle imprese creative, la capacità di attrarre, far crescere e valorizzare i talenti, la vivacità culturale e la presenza di centri di ricerca e di innovazione rappresentano sempre più elementi chiave nella nuova competizione globale fra le grandi aree urbane. Una sfida nella quale la qualità fa la differenza. Vince chi ha più idee. Vince chi capisce quali strade percorrere e dove arrivare. Vince chi ha un'identità forte e un chiaro progetto di sviluppo.

Oggi le imprese creative raccolgono oltre il 20% della forza economica totale dell'area metropolitana di Roma e danno lavoro a 250 mila persone. Sono linfa vitale per il nostro sistema produttivo. Vantano grandi aree di eccellenza su cui puntare: il settore dell'ICT, il cinema, l'audiovisivo, la radio e la televisione.

Le Istituzioni, in tutte le grandi città del mondo, stanno costruendo programmi per sostenere la creatività perché sono consapevoli della sua importanza per lo sviluppo. L'impegno pubblico è fondamentale per costruire un ambiente favorevole alle imprese creative e organizzare i fattori chiave del 'sistema dei talenti'. Quello che dobbiamo fare è investire nell'istruzione, nell'Università e nella ricerca, accrescere la potenzialità di attrazione della nostra area metropolitana, favorire l'internazionalizzazione, incentivare l'innovazione e garantire servizi adeguati. Ed è proprio questa la sfida che, partendo dalle nostre competenze, vogliamo contribuire a realizzare. Non da soli, ma insieme a tutte le energie migliori del nostro territorio.

Sono questi i temi sui quali stiamo già lavorando, ad esempio con il Fondo per la Creatività, con cui abbiamo promosso la nascita di imprese creative nel nostro territorio, o con i Centri per la creatività e l'innovazione, luoghi di aggregazione e ricerca che stiamo promuovendo in diverse aree della Provincia. Ma, ancora prima, il compito dell'amministrazione pubblica è quello di contribuire a costruire un network. Una rete che riunisca i diversi protagonisti del settore. Favorisca il dialogo con le Istituzioni e tra le Istituzioni. Sappia convogliare idee e risorse su un progetto condiviso di sviluppo dell'area metropolitana di Roma.

Fare rete, connettere mondi, è proprio quello che ci proponiamo con il presente volume in cui abbiamo raccolto i ritratti di alcuni dei protagonisti della creatività romana: una realtà viva e vitale sulla quale scommettere.

Per un'area metropolitana creativa

GIAN PAOLO MANZELLA
DIRETTORE DIPARTIMENTO INNOVAZIONE E IMPRESA PROVINCIA DI ROMA

In pochi anni il concetto di creatività è passato dall'essere una semplice intuizione accademica a divenire un pezzo essenziale della strategia di crescita economica delle principali aree metropolitane del mondo. Basta viaggiare su internet per capire come sia 'globale' l'attenzione al tema. Moda, design, architettura, grafica, ICT ed i molti altri settori che costituiscono le 'industrie creative' pesano, e molto, nell'economia urbana: contribuiscono alla crescita e creano occupazione. Inoltre esse hanno una funzione 'identitaria': creano un essenziale legame tra cultura e impresa, definiscono le singole realtà urbane.

Bene lo ha capito l'Unione Europea. Non solo il 2009 è stato l'Anno Europeo della Creatività e dell'Innovazione, ma a questo primo tassello ne sono seguiti altri, tutti orientati a promuovere la crescita di un settore considerato strategico ed a diffondere, nelle diverse amministrazioni europee, cultura e programmi per la creatività e l'innovazione.

È un processo in cui Roma e la sua Provincia vogliono 'stare'. Ci sono, nel nostro territorio, eccellenze che indicano che la sfida di costruire un'area metropolitana creativa tra le più importanti a livello mondiale è a portata di mano: scuole che ogni anno producono talenti che si affermano a livello internazionale; imprese innovative che conquistano nuovi mercati e stanno cambiando il profilo economico della città; Università e centri di ricerca che rappresentano un bacino di saperi unico in Italia.

Come in altre realtà si va costruendo una 'classe creativa'. E, come in altre realtà, essa deve essere interlocutore del settore pubblico: per contribuire alla crescita delle nostre imprese, sostenere la definizione della identità della nostra area metropolitana, promuoverne il brand sul piano internazionale.

'RomaCreativa' ci racconta alcune delle storie di questa 'classe creativa'. Storie importanti per capire quel che sta accadendo, spesso sottotraccia, nella nostra comunità. C'è di più, però, di una semplice serie di individualità. I ritratti del volume formano, a ben guardarli, una foto d'insieme.

Una foto che cattura le tante energie che ci sono in questa città: energie forti, moderne, aperte all'internazionalizzazione, portatrici di cambiamento.

C'è, quindi, un gruppo che si delinea.

Ed è importante conoscerlo per costruire, insieme, una realtà metropolitana più moderna ed aperta.

RomaCreativa il libro

DANIELA UBALDI

La Roma creativa è un magma di storie personali e di piccole e medie imprese, di luoghi che prendono vita e di idee e o occasioni che creano improvvisi addensamenti di forze e di energie. Una città invisibile nella città quotidiana che finora nessuno aveva tentato di cogliere in una foto d'insieme.

Questo territorio in continua evoluzione e trasformazione non si può descrivere in modo esatto, non si deve congelare in una fotografia definitiva. Ecco perché per raccontare la sua vitalità e il suo appeal abbiamo scelto di realizzare una galleria dei ritratti.

Dall'insieme caotico di migliaia di esperienze abbiamo fatto emergere poco più di 100 storie che fossero l'esempio di come vivono e producono impresa e cultura i creativi di Roma e provincia.

I nomi selezionati in questo libro non sono i più "affermati" o "talentuosi": sono una ristretta e parziale selezione di quelli che si sono spesi per favorire un cambiamento: costruendo network, lavorando per migliorare le condizioni dei loro simili, regalando le loro idee e le loro energie ad una crescita collettiva.

Per facilità di consultazione abbiamo racchiuso un universo di prassi, spesso multidisciplinari, in 10 sezioni che raccolgono una serie di storie. Ogni sezione è introdotta da una "analisi di scenario" firmata da un esperto del settore creativo di riferimento.

Ecco perchè questo libro - oltre a proporsi come una guida agile e trendy come se ne trovano a Londra, Barcellona e Berlino - è una sorta di meta-network, un primo tentativo di organizzare una "mappa" immateriale dei gruppi, delle energie e dei luoghi da cui parte la spinta al rinnovamento economico e culturale. Siamo consapevoli che si tratta di uno *who's who* parziale, dettato dalle conoscenze del momento, orientato a far emergere la vitalità tangibile ma "invisibile" di questa provincia. Speriamo però che RomaCreativa sia un tentativo destinato ad evolvere in una felice connessione con le mille mappe, i database, le community che nascono e continueranno a svilupparsi, in questa città.

Nuove tecnologie e creatività

ANDREA GRANELLI

Roma e Provincia hanno una significativa concentrazione di competenze e anche una importante tradizione di formazione e scoperte scientifiche che risale indietro nei tempi. Come non ricordare il *think-tank* dei gesuiti che dal Collegio Romano irradiava conoscenza in tutto il mondo, innovava nel campo della matematica e astronomia ma concepiva anche le prime “camere delle meraviglie” (Wunderkammern) dai cui sarebbero nati i musei moderni. Oppure, le grandi scuole di fisica, botanica, medicina, musica, nate a Roma.

Ancora oggi la Regione Lazio è tra le prime regioni italiane per spesa nelle tecnologie innovative e Roma è, da tempo, la capitale italiana del cinema e dell’audiovisivo, per fatturato, numero di imprese, film prodotti e spettatori. Pertanto l’area che meglio caratterizza la parte innovativa dell’economia romana è certamente quella delle tecnologie digitali nelle loro varie declinazioni: software applicativo, new media, supporto ad applicazioni satellitari.

Il settore del digitale - grazie anche alla tumultuosa rivoluzione delle sue tecnologie - sta infatti trasformandosi in maniera radicale: i contenuti tendono sempre più frequentemente a digitalizzarsi, rendendo possibili straordinarie manipolazioni e trasformazioni, oltre che la combinazione di materiali un tempo incompatibili. Infatti le nuove tecnologie:

- consentono contaminazioni fra contenuti d’archivio e nuove informazioni digitali. Prodotti come la docu-fiction sono esempi di questo filone;
- possono personalizzare i contenuti in funzione del tipo di spettatore e consentono un’interazione adattando i percorsi narrativi alle scelte (oltreché alle caratteristiche) di chi li vede;

- possono essere riutilizzate e ricontestualizzate dagli stessi utenti, dentro nuovi format o su nuovi *device*;
- consentono la produzione di contenuti “artificiali” verosimili che rendono possibili nuove forme di simulazione (o descrizione) della realtà;
- consentono una vera e propria “immersività” dello spettatore nei contenuti rappresentati che può addirittura potenziare le sue capacità sensoriali, creando quella che viene chiamata “iper-realtà” (si pensi ad esempio alla capacità di amplificare le immagini per osservare particolari non visibili a occhio nudo o a alle visioni notturne rese possibili con occhiali agli infrarossi);
- creano un *continuum* fra i contenuti tradizionali e la luce che - da semplice strumento di illuminazione - si trasforma in sfondo o contenuto (il film proiettato), contribuendo addirittura a completare o “restaurare” particolari o colori di antichi reperti archeologici, come nel caso recente de “l’illuminazione-restauro” della colonna di Traiano o dell’Ara Pacis.

Per potere utilizzare queste nuove funzionalità occorrono innanzitutto notevoli competenze tecniche: linguaggi di programmazione, protocolli di comunicazione, algoritmi per la modellazione degli effetti di illuminazione, driver per controllare periferiche specifiche. Inoltre è necessaria una nuova sensibilità che potremmo definire umanistica che fa in modo che i contenuti arrivino alla testa e al cuore dello spettatore, dialogando sia con la dimensione cognitiva sia con quella emozionale. Infine va posseduta una dimestichezza con la dimensione spaziale e corporea. Sempre più frequentemente questi contenuti richiedono all’utente interazioni fisiche e delimitano gli spazi in cui gli spettatori si possono muovere, fondendo la realtà virtuale con quella materiale.

Queste competenze caratterizzano - di fatto - l’identikit di molte aziende innovative che operano in questo ambito soprattutto nella Provincia di Roma, grazie anche alla grande concentrazione di competenze sull’audiovisivo (resa possibile dall’esistenza di importanti realtà come **Rai, La 7, Tim, Cinecittà, Centro sperimentale di cinematografia** ecc...) e grazie alla presenza di un pubblico attento e curioso che contribuisce ad alimentare la domanda innovativa. C’è poi un flusso interminabile di turisti che richiede continuamente nuovi strumenti digitali per meglio comprendere (grazie a commenti, ricostruzioni, simulazioni) le bellezze del patrimonio artistico romano, note in tutto il mondo.

Anche la presenza della ricerca scientifica in questo ambito gioca un ruolo fondamentale. Le sedi - non solo di governo - del **Cnr** e dell’**Enea** e la presenza di molti atenei con notevoli competenze nel settore (una per tutte la Sapienza con il suo **Cattid** - centro per le applicazioni della TV e delle tecniche della formazione a distanza) garantiscono una generazione continua di competenze e idee. Anche alcuni organismi ministeriali - come ad esempio **DigitPa** - hanno al loro interno eccellenze tecnologiche e laboratori di sperimentazione per suggerire e testare soluzioni altamente innovative. Non mancano le iniziative di governance - come per esempio il **Consorzio Roma Ricerche** - che servono a rendere più efficace la cinghia di trasmissione fra i risultati prodotti dal mondo della ricerca e il loro utilizzo da parte del mondo delle imprese.

I settori portanti che alimentano - a Roma - l’innovazione delle tecnologie digitali

sono sostanzialmente quattro: il settore ICT “tradizionale”, il settore dei media, i beni culturali e turismo e l’aerospazio.

In tutti questi contesti operano aziende leader a livello nazionale e soprattutto il territorio diviene un vero e proprio laboratorio a cielo aperto per sperimentare - in vivo - nuove soluzioni tecnologiche.

Nel settore ICT più “tradizionale” - legato cioè agli algoritmi software, alle piattaforme tecnologiche, ai sistemi applicativi - operano alcuni dei più grandi player nazionali, che hanno anche reso possibile lo sviluppo di un vero e proprio ecosistema di piccole aziende tecnologiche estremamente innovative.

Nel caso dell’aerospazio, la presenza del gruppo Finmeccanica, del Distretto tecnologico dell’aerospazio e dell’Agenzia Spaziale Italiana ha consentito di creare elementi fortemente qualificanti. Si pensi ad esempio al **Galileo Test Range**, il cui obiettivo è la realizzazione, mediante infrastrutture terrestri, di un ambiente di test in grado di generare i segnali **Galileo** (generati dal sistema di navigazione satellitare europeo), simulandone anche gli effetti dovuti alla propagazione, in maniera equivalente alla trasmissione reale da parte dei satelliti in orbita. L’Italia - con questo laboratorio - è stato il primo Paese ad avviare la creazione di una struttura di sperimentazione e sviluppo delle potenzialità, delle applicazioni e dei servizi legati al futuro sistema di navigazione satellitare europeo.

Nel mondo della comunicazione, la straordinaria evoluzione del settore ha creato nuovi media (si pensi ai terminali mobili, ai totem cittadini, alle TV a circuito chiuso per i mezzi pubblici, ai car navigator...) e ha fuso contenuti e format un tempo nettamente separati (documentaristica, fiction, pubblicità, giochi...)

creando nuovi prodotti e nuove aziende che li concepiscono, li realizzano e li portano sul mercato.

Infine, sul versante dei Beni Culturali e del Turismo, la città è uno dei luoghi più conosciuti al mondo e con uno dei cuori più antichi. La dimensione archeologica così diffusa è una sfida straordinaria per le tecnologie. Gli edifici artistici possono anche essere semplicemente “commentati”, ma le tracce archeologiche vanno anche “ricostruite” e contestualizzate, e Roma - da questo punto di vista - è unica al mondo per diffusione e ricchezza di tali reperti. Oltretutto la presenza in città - oltre alla Sovrintendenza del Comune - sia del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, sia della Pontificia Commissione per i Beni Culturali della Chiesa crea una straordinaria e unica occasione di committenza per la realizzazione di sistemi di avanguardia. Ma le tecnologie digitali a Roma non si utilizzano solo per rileggere e (ri)dare vita agli antichi fasti. Iniziative recenti come *Digital Life* - organizzato dalla **Fondazione Romaeuropa** nel nuovo spazio de La Pelanda - hanno messo in mostra i nuovi prodotti culturali, come gli ambienti immersivi 3D da esplorare con i cinque sensi: vere e proprie “magie tecnologiche” e visioni da sogno concepite e realizzate da artisti “bricoleur tecnologici” internazionali del calibro di *Ryuichi Sakamoto, Shiro Takatani e Jeffrey Shaw*.

Oppure ancora il progetto **Shockart** - nato nel 1999, diventato anche spazio digitale (www.shockart.net) affermatosi come uno dei più importanti punti di riferimento culturale per la valorizzazione e la divulgazione dell’arte digitale e della web art.

Questo è lo spaccato di una provincia - quella di Roma - che ben lungi dal riposare sugli allori di un glorioso passato, affronta il futuro nei suoi aspetti più innovativi e intriganti.



ANDREA Granelli

Andrea Granelli, classe 1960, si laurea con lode in informatica e completa gli studi con un diploma post-universitario in psichiatria. Dopo cinque anni presso il *Dipartimento di Scienze e Tecnologie Biomediche* dell'Università di Milano, dove si occupa di sviluppo di software di base e scientifico, entra nel gruppo *Montedison*, prima come responsabile della pianificazione informatica, poi dell'ICT della holding che raggruppa i servizi finanziari del Gruppo. Nel 1989 entra in *McKinsey & Company* e nel 1995 in *Video On Line* come 'braccio destro' del fondatore, Nicola Grauso. Arriva in *Telecom Italia* nel '96 come direttore marketing e vendite, successivamente è responsabile della *Direzione Internet* di *Telecom Italia* e poi diviene amministratore delegato di *tin.it spa*. Nell'aprile 2000 è responsabile di *Venture capital e innovazione* per il Gruppo e, successivamente,

AD di *TILab*, l'azienda che gestisce le attività di *R&D* di Telecom, che conta oltre 1.200 risorse qualificate ed è coinvolta in tutte le aree strategiche del Gruppo quali: internet, telefonia mobile, banda larga e TV interattiva. Come professionista ha partecipato allo start-up di molte iniziative. Attualmente è presidente e fondatore, insieme a Stefano Santini, di *Kanso*, società di consulenza che si occupa di innovazione. Fa parte della *Fondazione Cotec*, per la cooperazione tecnologica, e del Comitato di Valutazione del CNR. Per molti anni, inoltre, è stato direttore scientifico di *Domus Academy*. Ha pubblicato numerosi saggi sull'argomento delle tecnologie digitali e dell'innovazione. Per ultima, insieme a *Monica Scanu* "(re)design del territorio. Design e nuove tecnologie per lo sviluppo economico dei beni culturali", pubblicato da Fondazione Valore Italia.



FRANCESCA LONGARDI

Cattleya

CASA DI PRODUZIONI CINEMATOGRAFICHE
E TELEVISIVE CHE CERCA STORIE E SCOPRE
GIOVANI TALENTI

“In **Cattleya** abbiamo una predilezione per il cinema narrativo e cercare storie è alla base del nostro lavoro. Una storia può arrivarci da mille canali diversi. Un articolo di giornale (*Amore, bugie e calcetto*), fotocopie in una copisteria (*Tre metri sopra il cielo*), un romanzo (*Non ti muovere, Romanzo criminale, Io non ho paura*), un’idea originale di uno sceneggiatore (*Diverso da chi, Lezioni di cioccolato*), un’idea originale di un regista (*Bianco e nero, Caterina va in città*) e un film straniero (*L’uomo perfetto, Benvenuti al sud*). Tutti i nostri film hanno avuto un percorso diverso. Per portare il film dall’idea originale al copione definitivo c’è un lungo lavoro, che si chiama sviluppo. Ognuno dei nostri progetti passa dal soggetto, al trattamento, per poi arrivare alla sceneggiatura. In ogni singola fase si elaborano varie stesure dove il progetto prende forma fino ad arrivare all’ultima versione del copione, che poi viene rielaborata durante le riprese per prendere la sua forma definitiva in montaggio. Seguiamo tutte queste fasi confrontandoci sia con gli sceneggiatori, sia con il regista affinché l’idea alla base del progetto cresca e si sviluppi al massimo delle sue potenzialità”.

È con queste parole che **Francesca Longardi**, produttore delegato e responsabile dello sviluppo dei progetti cinematografici, racconta *Cattleya*, casa di produzione cinematografica fondata nel 1997 da **Riccardo Tozzi** allora capo delle produzioni di Mediaset. Dopo la produzione di due film di successo, “*Matrimoni*” di Cristina Comencini e “*Un Tè con Mussolini*” di Franco Zeffirelli, nel 1999 arrivano due nuovi soci, **Giovanni Stabilini**, ex direttore generale di Mediaset



e **Marco Chimenz**, ex vice presidente Medusa, responsabile dell'ufficio Medusa e Mediaset di Los Angeles, con l'obiettivo di espandere la produzione cinematografica e di intraprendere attività produttive per la televisione, espansione che riceve ulteriore impulso, nel 2000, con l'ingresso in *Cattleya* di due soci minoritari: il gruppo editoriale *De Agostini* e il fondo di investimento *San Paolo IMI Private Equity*. Attualmente, *Cattleya* è impegnata nel rafforzamento del settore

della produzione per il piccolo schermo, gestito e coordinato da **Maurizio Tini**, con alle spalle una grande esperienza di produttore televisivo indipendente. "Lavoriamo con autori e sceneggiatori affermati ma facciamo anche un profondo lavoro di *scouting* che ci permette di scoprire giovani talenti.

Il nostro è un business fatto principalmente di rapporti umani, in cui il confronto continuo è determinante per la nascita e l'evolversi delle idee e delle storie". Al momento sono partite le riprese della seconda serie di "Romanzo Criminale", prodotta da *Sky* e *Cattleya*: "Roma è la grande protagonista della serie. Senza la presenza della città *Romanzo Criminale* non avrebbe avuto quella verità che è alla base del suo successo. La serie attualmente è in fase di riprese e la sua messa in onda è prevista per il prossimo autunno".

WWW.CATTELEYA.IT





UN FIL ROUGE DI COMUNICAZIONE
E MULTIMEDIALITÀ CHE TRA ROMA
E MILANO COMBINA FORMAZIONE E
ATTIVITÀ PROFESSIONALE

“La mia esperienza professionale prende senso e vita a Milano dall’incontro straordinario con il designer *Angiolo Giuseppe Fronzoni* con il quale ho avuto un’esperienza formativa di tre anni nel suo ‘studio/bottega’. Diventata sua assistente e, dunque, depositaria della sua fiducia, sono tornata a Roma dove sono diventata un po’ il ponte per altri che hanno vissuto l’esperienza ‘fronzoniana’ e che, per vari motivi, sono tornati verso sud. Il mio studio, quindi, ha rappresentato una sorta di succursale di quello milanese, esprimendo un approccio professionale di tipo razionalistico e minimalista. Anche per questi motivi la rete che si è costruita intorno al mio lavoro va oltre i confini della città di Roma e si collega fortemente a Milano e a tante altre città italiane. Così, a volte, succede che a Roma sono visibili, contemporaneamente, più lavori realizzati dalla mia agenzia: comunicazioni e allestimenti di mostre, annunci di eventi culturali del Comune o della Provincia, presentazioni di libri o cataloghi. In qualche modo, quindi, lo spirito progettuale che mi caratterizza si diffonde nel territorio legando ‘magicamente’ luoghi, persone e idee in un unico grande linguaggio visivo”. Si racconta così **Francesca Pavese**, Design Creative Director per l’agenzia di comunicazione **The Washing Machine**.

Docente di comunicazione visiva presso la *Facoltà di Design del Politecnico e dell’Accademia di Comunicazione di Milano*, *Francesca Pavese* mantiene un *fil rouge* fra il sistema milanese e la città capitolina, cercando di combinare la formazione e l’attività professionale: “ho mandato giovani romani a studiare da *A G*

Francesca Pavese

THE WASHING MACHINE



Fronzoni e ho 'rubato' giovanissimi studenti al Politecnico portandoli nella capitale e inserendoli nel tessuto produttivo della nostra città. Il mio studio è sempre stato molto vivace nelle sue dimensioni sia fisiche sia economiche: abbiamo cominciato in due poi siamo passati a tre, cinque, quindici. Abbiamo costruito alleanze con agenzie di comunicazione, con studi d'architettura e di prodotti multimediali ampliando così l'offerta, la potenzialità di ricerca e il volume degli affari. Abbiamo creato legami con scuole tedesche per aumentare la possibilità di scambi formativi". Oggi, infatti, la sua agenzia vanta un'alleanza con lo studio di architettura di *Andrea Mandara* (con il quale ha vinto la gara per l'allestimento del Museo di Classe a Ravenna) e con la *Pixelage*, agenzia leader per la progettazione e la realizzazione di prodotti multimediali. "Il segreto del mio lavoro - dice - è il lavoro stesso. *Fronzoni* diceva che bisogna lavorare tutti i giorni, 24 ore al giorno. Ogni giorno di non lavoro avrebbe pesato irreparabilmente sulla nostra capacità creativa. Allenare continuamente l'attitudine creativa che c'è in ognuno di noi e che rappresenta una forza vitale incondizionata, ci rende capaci di cambiare il mondo, di progettarlo e di renderlo migliore. Altri segreti sono la ricerca continua, la lettura del quotidiano che ci circonda, la voglia di vedere le cose sempre da un altro punto di vista. Infine la gioia di accogliere le nuove sfide creative come se fossero sempre le più importanti della nostra vita".

WWW.THEWASHINGMACHINEDESIGN.IT





LOREDANA PARRELLA

Cie Twain

LA COMPAGNIA D'AUTORE DI LADISPOLI DAL
RESPIRO INTERNAZIONALE CON OLTRE 10
PRODUZIONI ALL'ATTIVO IN SOLI TRE ANNI

Cie Twain è una compagnia di teatro e danza contemporanea nata nel 2006 dall'incontro tra la coreografa italiana **Loredana Parrella** e il designer belga **Roel Van Berckelaer**. "Prima di fondare la *Cie Twain* - racconta *Loredana Parrella* - ho sentito l'esigenza di creare uno spazio nel quale la compagnia potesse avere la possibilità di ampliare e approfondire il proprio lavoro di ricerca. E così è stato. Lo **Spazio CTw** è oggi una struttura di 280 mq completamente ristrutturata per la danza, il teatro e la musica". Si tratta, infatti, di un vero e proprio cantiere che dal 2007 ha ricevuto contributi dalle amministrazioni locali (Provincia di Roma e Regione Lazio) per diversi progetti come: *Attività Artistiche in Residenza*; *OFFICINA*, il progetto per la diffusione e la sensibilizzazione alle arti sceniche nel territorio di cui è sede e che realizza in collaborazione con "tst-triangolo scaleno teatro"; *caMpus: musica, movimento, messa in scena*, progetto vincitore all'interno del "Piano Locale Giovani", di cui è attualmente sede. "L'impegno costante del nostro lavoro sta nella volontà di creare ponti tra i differenti livelli della società, e lo facciamo coinvolgendo le scuole, le istituzioni e i singoli cittadini nel divulgare e portare sotto gli occhi dell'opinione pubblica le diverse problematiche sociali. Riteniamo inoltre importante relazionarsi costantemente in un'ottica di dialogo e di scambio costruttivo. Scopo di tali progetti è proprio quello di aprire lo *Spazio Ctw* anche ai non addetti ai lavori. All'interno del nostro staff, infatti, ci sono molti giovani che lavorano accanto a figure professionali di rilievo europeo e che

insieme stanno dando vita a un processo creativo e formativo di notevole importanza. In questi quattro anni abbiamo realizzato molti progetti alcuni con il sostegno dalle istituzioni e molti altri con la mia volontà e quella dei miei giovanissimi collaboratori. Il mio progetto consiste nell'indagine sulle potenzialità di sviluppo del teatro e della danza attraverso: corsi di formazione e perfezionamento professionale per giovani danzatori dai 15 ai 25 anni; laboratori sulla produzione artistica; residenze artistiche e concorsi per giovani artisti emergenti. Lavoro sulla formazione dei giovani talenti, seguendo un mio personale programma di ricerca e credendo fermamente che le abilità creative possono essere sviluppate soprattutto attraverso l'educazione alla cultura. Per il momento non riesco a immaginare una Roma del futuro. Vedo molte nubi all'orizzonte ma nello stesso tempo confido nel lavoro che sto portando avanti. Spero che in futuro l'individuo si possa adoperare autonomamente per ritrovare il senso del proprio impegno e delle proprie azioni. Ciò che anima la mia 'battaglia' sociale e artistica è la convinzione che solo la diffusione e la trasmissione della cultura e delle arti possano portare a una reale rivalutazione dei territori".

WWW.CIETWAIN.COM





FESTIVAL DEL FUMETTO INDIPENDENTE

Crack!

ESISTE UNA SOLA POSSIBILITÀ DI
PARTECIPARE A UN FESTIVAL DI FUMETTO
IN MODALITÀ “DO IT YOURSELF”

Si chiama **Crack! Fumetti Dirompenti**, il Festival indipendente di fumetto e arte disegnata e stampata, ospitato e prodotto interamente dal **Forte Prenestino** di Roma e che quest'anno è alla sua sesta edizione. Lo descrive **Valerio Bindi**, uno degli organizzatori della *kermesse* dall'anima totalmente orientata al *networking*. “*Crack!* non è una vetrina o una estensione del mercato dell'arte, per conoscerlo va vissuto”. E a viverlo sono, infatti, autori, editori, collettivi e centri di produzione culturale che si scambiano metodi, narrazioni e immagini. “*Crack!* accoglie ogni anno dalle 8.000 alle 10.000 persone che attraversano il Forte e i suoi sotterranei alla ricerca di uno sguardo sulla contemporaneità. In termini economici vuol dire che possiamo produrre il Festival senza finanziamenti di alcun tipo, contando direttamente sul contributo volontario dei visitatori e sull'impegno della produzione stessa. Produciamo immagini e immaginari, libri, meeting, incontri tra gli artisti, sostenendo economicamente le spese di viaggio per quelli meno protetti dalle politiche culturali dei loro paesi di provenienza, o semplicemente comprando direttamente un certo numero di prodotti ad ogni partecipante, favorendo così nuove produzioni future e creando un piccolo patrimonio di scambio per l'*infoshop* del Forte”. Ma soprattutto, sottolinea: “un Festival così si mantiene su una rete di accoglienza e di lavoro che viene offerta ogni volta senza alcun compenso. *Crack!* è anche una occasione di autoformazione per gli artisti e per i giovani operatori culturali. C'è infine un campo di servizio civile volontario internazionale che mette in



contatto giovani di diverse provenienze con la più stravagante folla di artisti in circolazione". *Crack!* ha, inoltre, creato un piccolo marchio editoriale che si chiama **Fortepressa** che ha già all'attivo una decina di titoli, tutte produzioni multilingua, che attraversano l'Europa e le produzioni artistiche ai suoi confini. Un progetto interamente in regime di *creative commons*. "È il caso del nuovo fumetto svedese, portoghese, balcanico, che abbiamo prodotto in italiano e inglese, contribuendo così a diffonderli nel mondo". Si è scelto di realizzare il Festival in periferia perché "è questo il progetto che vorremmo riconoscere anche fuori dalla città: la capacità di creare nuovi centri culturali forti e interrelati tra loro fuori dalle rotte di una ottocentesca centralità urbana. Non ci interessano musei-edificio o musei 'delle grandi firme, ma spazi espositivi a rete, musei vivi dispersi per una città accogliente, multicentrica, multiculturale, capace di produrre idee e immagini del presente. Il modello *Crack!* sta cominciando a creare nuove esperienze che nascono con la stessa apertura e condivisione: il "Festival Deragliamenti" di Urbino, il "Novo Doba" di Belgrado, sono le più giovani creature che nascono da *Crack!* ma siamo sicuri che il meglio debba ancora arrivare. Mentre intorno il sistema capitale, come una vecchia macchina a vapore, sbuffa, cigola e scricchiola forte".

[HTTP://CRACK.FORTEPRENESTINO.NET](http://crack.forteprenestino.net)

HATE LOVE

3rd ponti comix anthology



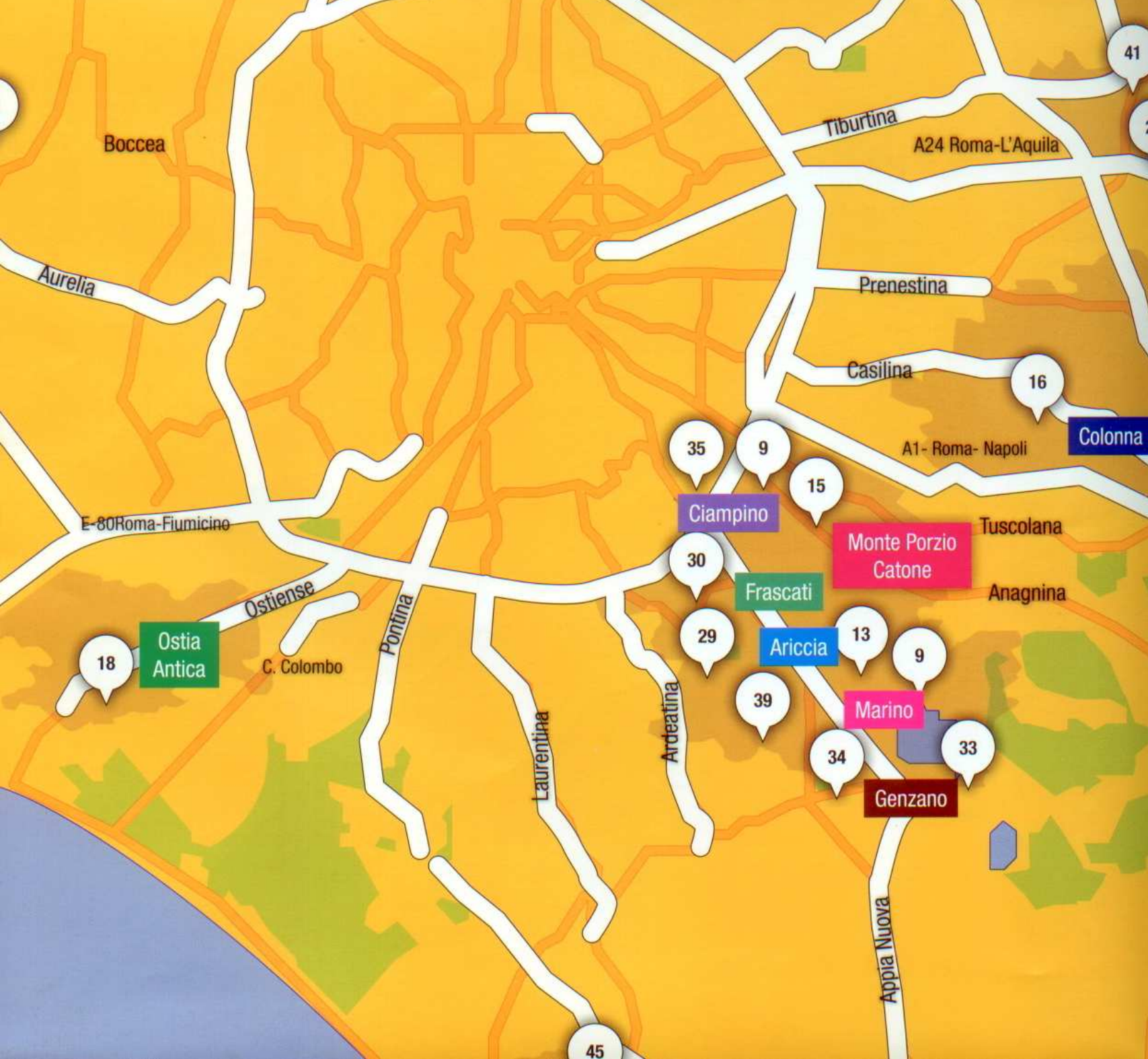
LA MARRA

100 LUOGHI DA VIVERE
NELL'AREA METROPOLITANA
E NELLA PROVINCIA

ROMA
CREATIVA



PROVINCIA
DI ROMA



Boccea

Tiburtina

A24 Roma-L'Aquila

Aurelia

Prenestina

Casilina

16

A1- Roma- Napoli

Colonna

E-80 Roma-Fiumicino

35

9

15

Ciampino

Tuscolana

Monte Porzio
Catone

Anagnina

Ostiense

30

Frascati

29

Ariccia

13

9

18

Ostia Antica

C. Colombo

Pontina

Laurentina

Ardeatina

39

Marino

34

33

Genzano

Appia Nuova

45



RO
CRETE