

**INIZIATIVE** OLTRE 60 EVENTI ANIMERANNO ROMA

# Arriva a ottobre "Videocittà"

**O**ltre sessanta eventi in quasi cinquanta location, dal centro storico alle sale cinematografiche fuori dal Grande Raccordo Anulare, per dare un'immagine di Roma come luogo unico e internazionale di creatività artistica, artigianale e tecnologica. È l'obiettivo di "Videocittà", la rassegna ideata da Francesco Rutelli, presidente di Anica, che si svolgerà dal 19 al 28 ottobre, in concomitanza con la Festa del Cinema di Roma. La manifesta-

zione è diretta da Tommaso Radaelli e ha il supporto di Mibac, Mise, Roma capitale, Regione Lazio e Camera di Commercio. Tra i progetti più attesi il Videomapping, che trasformerà il centro storico in un museo di arte digitale a cielo aperto. Dalla Basilica di Sant'Agostino al Pantheon, dal Tempio di Adriano alla facciata del Palazzo della Civiltà italiana, che si trasformerà nel più importante mapping architettonico mai realizzato. "L'audiovisivo cambia ogni giorno, così come cambia la nostra percezione delle immagini

in movimento che entrano nella nostra vita - ha spiegato Rutelli - entreranno nella città di Roma con decine di avvenimenti affascinanti e coinvolgenti e nuovi perché vogliamo che i nostri giovani continuino ad essere leader a livello mondiale nella creatività e anche nella creazione di posti di lavoro". È per questo 1.300 studenti dell'Istituto Cinetv Roberto Rossellini si trasferiranno nei luoghi dell'evento applicando l'opportunità dell'alternanza scuola-lavoro. Rutelli ha quindi sottolineato che "Videocittà" è una rassegna "con-

creta e diffusa" che consentirà alla Capitale "di uscire da quell'idea di Roma vista come 'Hollywood sul Tevere'". Tra le iniziative più emblematiche quella che verrà presentata in Senato: "The living room candidate", una raccolta inedita in Europa di oltre 300 spot pubblicitari prodotti da tutti i candidati alle elezioni presidenziali Usa dal 1952 ad oggi. La moda esprimerà se stessa e la sua vicinanza al grande schermo e all'arte con progetti presentati da Gucci, Bulgari e Fendi che animerà il Colosseo quadrato, suo quartier

generale, con un videomapping monumentale. "Unconventional cinema" e' invece il nome del terzo filone di Videocittà' tutto dedicato al grande pubblico e al suo coinvolgimento in diversi momenti partecipativi. C'è per esempio il concorso internazionale per cortometraggi "The 48 hour film project", ma c'è anche una caccia al tesoro virtuale tra le proiezioni in programma nelle sale cinematografiche. Videocittà si concluderà con un drive-in al Colosseo. "Sarà sorprendente" ha detto Rutelli, che però non ha rivelato il titolo del film.

