



Cerimonia di chiusura 2023

# La comunicazione del Ca' Foscari Short Film Festival: una finestra sul mondo

Federica Ferrarin

Referente Settore Relazioni con i Media, Ufficio Comunicazione e Promozione di Ateneo

Ca' Foscari Short Film Festival è una nuova forma di festival, concepita come flusso naturale di energie e fucina di talenti. Obiettivo è che diventi il luogo ideale per coniugare ricerca, tecnica, arte, metodologie di rappresentazione, commutandole in esperienze personali e rappresentando un banco di prova per futuri percorsi di specializzazione in ambito cinematografico.

Con queste parole nel 2011 l'allora rettore Carlo Carraro battezzava la nascita di un esperimento nuovo per il nostro ateneo, il Ca' Foscari Short Film Festival appunto, che si sarebbe affacciato nel panorama forse già un po' affollato dei festival di cinema nel mondo, ma che avrebbe avuto come nota distintiva il coinvolgimento a tutti i livelli degli studenti e della loro energia, primo esempio di questo tipo tra gli atenei italiani.

Il Ca' Foscari Short, dopo attenta selezione, si proponeva di ospitare il meglio dei cortometraggi realizzati dagli studenti di scuole di cinema e università di tutto il mondo, accompagnato da programmi speciali, concorsi collaterali e ospiti d'eccezione. Nel corso di questi anni è cresciuto, tenendo fede alle promesse iniziali, delineando una sua propria specificità che a poco a poco ha ritagliato un suo spazio, guadagnando in *reputation* e apprezzamento, anche a livello internazionale.

Ha visto ospiti come Dario Argento, Valerio Mastrandrea, Valerio Scarpati, Kabir Bed, Luca Bigazzi, Peter Lord, Barry Purves, Patrice Leconte, Lorenzo Mattotti, Pino Donaggio, solo per nominarne alcuni.

Ma al centro c'è sempre stato il vero motore del festival: la componente studentesca che entrava in ogni sua fase di realizzazione - logistica, sottotitolatura, giuria per le menzioni

speciali, workshop, realizzazioni video, programmazione, supporto stampa, grafica - coinvolgendola attivamente. Come si disse agli esordi, dovevano essere non solo spettatori, ma attori, nell'ottica di acquisire professionalità e strumenti utili per il futuro.

L'altra caratteristica che il Festival ha sempre avuto e che ha sviluppato in maniera sempre più accentuata con il passare del tempo è stata l'aspetto internazionale, rivolgendosi alle scuole di cinema di tutto il mondo e accogliendo nelle proprie selezioni corti in tutte le lingue e provenienti dagli angoli più lontani della terra.

Con questi due elementi caratterizzanti, ci trovavamo di fronte, come ufficio comunicazione di ateneo, ad una sfida nuova che ci chiamava a comunicare un contenuto diverso dal solito che richiedeva nuove modalità.

Per cominciare, c'era la necessità di compenetrare esigenze di comunicazione istituzionale, più rigida e codificata, con una comunicazione più spigliata e veloce, che richiedeva un linguaggio attuale, immediato, con comunicati stampa più lunghi e dettagliati, un ampio apparato iconografico e di clip, tempi diversi, *highlights* e focus diversi. In questo è stato sicuramente d'aiuto l'apporto di un ufficio stampa esterno specializzato in comunicazione per il cinema che in questi anni ha affiancato il nostro lavoro.

Ma il grande valore aggiunto, che abbiamo sempre sottolineato nei nostri comunicati stampa e nelle nostre comunicazioni in generale, è stata la partecipazione degli studenti ai lavori del Festival. Ed è stato anche l'aspetto che più spesso le testate e i servizi TV, oltre che i siti di cinema, sottolineavano. Un festival 'fatto dagli studenti e per gli studenti' era la frase che più spesso si ripeteva nelle nostre comunicazioni. Aveva un forte valore emozionale il fatto che centinaia di studenti, e sono arrivati anche a 200, partecipassero in maniera attiva ai vari lavori del Festival che dunque mostrava la sua forte valenza didattica: questo si rivelava essere un punto di forza per un'università. Un aspetto che in ogni

comunicazione veniva ribadito fino a farne una sorta di bandiera comunicativa del festival.

Gli studenti erano presenti in vari settori. C'era il gruppo della logistica, quello dei sottotitoli, quello dell'ufficio stampa nazionale ed internazionale, il team dei social, quello del fundraising, quello che curava il catalogo, ognuno poteva cimentarsi in quello che più lo attraeva e spesso le TV ci chiedevano immagini del festival, ma anche e soprattutto degli studenti o delle studentesse al lavoro.

Alla comunicazione esterna attraverso l'ufficio stampa, si affiancava l'utilizzo di tutti i canali dell'ateneo per la diffusione: dal sito web con news sul magazine di ateneo *Cafoscarinews*, alla newsletter collegata inviata a oltre 30.000 contatti, dall'inserimento dei vari appuntamenti nell'agenda di ateneo ai post dei profili social istituzionali che si coordinavano con i profili specifici del Festival, dal settore video che seguiva l'inaugurazione, la chiusura del Festival, la conferenza stampa e che oltre a documentare queste fasi confezionava clip con interviste alla Direttrice da fornire come materiale alle tv, alla radio di ateneo che spesso ha collaborato.

Portando avanti il lavoro di comunicazione del festival, ci siamo resi conto che esso fungeva spesso anche da lente per l'attualità, attirando l'attenzione dei media. Le tematiche che uscivano dai corti spesso delineavano e riflettevano temi caldi: la guerra, le tematiche di genere, il rapporto figli-genitori, l'immigrazione. E molte volte, pur non avendo definito il tema a priori, ci trovavamo ad averlo comunque, sorgendo spontaneamente dalle riflessioni che tutte le scuole di cinema avevano fatto a partire dalla realtà che li circondava.

Per quanto riguarda la vocazione internazionale del Ca' Foscari Short Film Festival, bisogna dire che questa ha subito un'ulteriore accelerazione quando il festival ha cominciato a portare nel mondo i propri cortometraggi: nel 2019 la prima presentazione a Baku in Azerbaigian, nel 2022 si è svolto il tour di distribuzione in Giappone,

partendo da Tokyo, dei corti del Concorso Internazionale, ma lo Short è stato anche a Pechino con la direttrice Maria Roberta Novielli nell'ambito del Beijing Culture Forum per raccontare l'esperienza di come nasce un festival ed infine a Barcellona nell'ambito dell'U22 Youth Film Festival.

Parallelamente si rafforzava la comunicazione verso l'estero con un ufficio stampa internazionale, con comunicati in lingua inglese e studenti e collaborazioni dedicate, che si traducevano poi in conseguenti uscite sui media di cinema non solo italiani.

Si può affermare che dell'aspetto marcatamente internazionale del Festival abbia potuto beneficiare di riflesso anche la *reputation* di Ca' Foscari, che poteva citare nelle sue comunicazioni, relazioni con scuole di cinema di tutto il mondo e apertura ad un panorama di media internazionali.

Il Festival aveva anche un'altra chance da potersi spendere in ambito comunicativo: il fatto di esser nato a Venezia, sede di uno dei Festival del cinema più prestigiosi al mondo. Questo gli ha permesso di essere spesso presente attraverso anteprime, dibattiti, anticipazione

dei programmi delle varie edizioni, nel luogo dove tutto il gotha del cinema si riuniva, tessendo così relazioni per il futuro e ideando progetti.

Un ulteriore aspetto di comunicazione da evidenziare è che il Festival si è distinto per la scelta del *visual*, proponendo di anno in anno, gli iconici manifesti di Igor, Manuele Fior, Lorenzo Mattotti, Giorgio Carpinteri, dando un'impronta molto originale e di impatto a locandine e materiali che si distinguevano tra tutti gli altri per le firme prestigiose che li avevano creati e rilanciavano un'immagine di un festival innovativo e di carattere.

Il Ca' Foscari Short Film Festival, sotto la direzione artistica di Maria Roberta Novielli, si è inserito nel corso di questi 15 anni in un panorama di eventi culturali organizzati a Venezia con cui non era facile competere. Si è affermato come un interessante appuntamento di formazione e promozione di giovani e promettenti talenti oltre che come momento di formazione per tanti studenti. Il Festival capitalizza l'eccellenza e la solida esperienza che l'ateneo di Ca' Foscari ha sempre dimostrato nei settori della ricerca e dello studio, in particolare in ambito artistico, letterario, audiovisivo e delle lingue e culture straniere.