

COMUNICATO STAMPA

500 ragazzi ad Ostuni per i dieci anni di Marinando

Saranno oltre 500 i ragazzi che festeggeranno, dal 12 al 19 settembre ad Ostuni, il 10° compleanno della “Settimana Azzurra di Marinando”. Dieci anni caratterizzati da incontri, escursioni, conferenze, gran divertimento, attese, soddisfazione per aver vinto un premio, delusione per non esserselo aggiudicato, confronto di idee tra ragazzi provenienti da realtà geografiche diverse. Tutto questo sono le “Settimane Azzurre” di Marinando, la campagna di sensibilizzazione scolastica, sul mare e le sue tradizioni, la pesca e l’alimentazione, dedicata alle scuole medie inferiori, promossa dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali – Dipartimento delle Politiche di Mercato – Direzione Generale per la Pesca e l’Acquacoltura.

Un momento importante ed indimenticabile per i giovani rappresentanti di sei regioni italiane (Abruzzo, Lazio, Liguria, Marche, Sicilia e Veneto), finalisti del Festival “Il pescatore in teatro” e del “Video festival di Marinando”.

Gli studenti si contenderanno la Coppa del Presidente della Repubblica per il miglior video ed il miglior testo teatrale. Per chi non dovesse vincere l’ambito trofeo ci sarà la possibilità di aggiudicarsi uno degli altri premi in palio che sono: Premio per la migliore scenografia e costumi, Premio speciale della giuria giovani, e Premio speciale della stampa.

Gli scrittori in erba si sono cimentati nella stesura di una sceneggiatura, nella creazione di personaggi, costumi e scenografie da rappresentare in teatro. Le storie legate alla tradizione del mare, alla vita dei pescatori, alle problematiche connesse al rapporto, molte volte contraddittorio, tra l’uomo ed il mare. Sono alcuni dei temi scelti dai giovani alunni per l’elaborazione del testo.

Inventare una storia, studiarne l’ambientazione, la regia, i tagli e le inquadrature sono stati, invece, i compiti degli aspiranti pubblicitari, per la realizzazione di uno spot che facesse rivivere i sapori ed il profumo del mare.

Una Commissione, composta da tecnici, ha selezionato, tra i circa mille elaborati pervenuti, i migliori 100 testi teatrali e 40 video; una Giuria ufficiale, dopo ulteriori valutazioni, ha decretato le 10 elaborazioni e i 5 video vincitori.



Ideazione e organizzazione della campagna: Union Contact S.r.l. Via Messina, 15 00198 Roma