

MM

MASTER DELLA SCUOLA DI GIORNALISMO "WALTER TOBAGI" DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO/IFG



DIETRO LE QUINTE DELL'ARTE

**Come nascono le mostre
che fanno numeri da record:
organizzazione, promozione
e sostenibilità**

Professione guida museale

La voce di chi lavora
per amore dell'arte

Tv fai da web

Un viaggio nei
canali online milanesi

Vivere (di)vino

Il mestiere del sommelier tra
bottiglie di pregio e blog

Intervista a Beatrice Masini

La traduttrice di Harry Potter
che ora scrive per adulti



Una città low cost per i ragazzi

Milano e i suoi ragazzi. I giovani si sentono coccolati dalla loro città? Non tanto. Le agevolazioni e le attività organizzate per gli *under trenta* non mancano ma, come spesso succede, si potrebbe fare di più, soprattutto mettendo in rete le iniziative dei diversi enti locali. Sarebbe bello se Provincia e Comune, insieme all'appena eletto consiglio regionale, si trovasse d'accordo su un piano concepito per i giovani, soprattutto per avvicinarli al patrimonio artistico e culturale della città. Creare occasioni concrete e meno di facciata, come la *Carta Giovani Euro <30* promossa dalla Provincia, operazione utile ma dall'aspetto più commerciale che istituzionale.

Manca un accordo con le sale, che permetta agli studenti di andare al cinema più spesso, visto che il prezzo dei biglietti diventa sempre più proibitivo. C'è stato un tempo in cui esistevano i cosiddetti "martedì universitari": si poteva approfittare in molti cinema di soddisfacenti riduzioni. Ora, solo poche sale continuano a mantenere questa buona abitudine. Gli sconti sui biglietti di mostre e musei arrivano di solito solo al dieci, massimo quindici per cento del prezzo completo, ancora troppo poco per i giovani milanesi. I biglietti del Teatro alla Scala, a

prezzo ridotto per i giovani fino al diciottesimo anno di età e per gli studenti entro i 26 anni, vanno via come il pane. Si dice che spariscono in meno di mezz'ora. E questo fa capire che c'è un'eccezionale domanda dei ragazzi che vogliono conoscere la magia del primo teatro del mondo. Perché il Comune non intercetta questa esigenza, magari sovvenzionando i biglietti?

Con questi costi, chi non lavora, e chi in più ha tutte le spese legate allo studio (tasse universitarie e libri, a cui si aggiungono affitto e bollette per chi è fuori sede) difficilmente può permettersi di avvicinarsi all'arte.

Una nota di merito va agli sconti per i mezzi pubblici. Dal dicembre del 2011 il Comune di Milano ha esteso l'abbonamento ATM a prezzo ridotto a tutti i giovani con meno di 26 anni, anche se lavoratori e non residenti a Milano, come gli studenti fuori sede. L'obiettivo è incentivare l'uso del trasporto pubblico: 17 euro per il mensile e 170 per l'annuale aiutano a raggiungerlo. Per spostarsi non ci sono problemi, ora bisognerebbe fare qualcosa in più per le mete. Ecco: Milano dovrebbe incrementare le occasioni culturali low cost per i suoi ragazzi. Solo una città per i giovani ha un presente. E un futuro.

Sommario

Marzo 2013



Cosa c'è dietro un'esposizione di successo? Parlano gli organizzatori. Pagina 6

8 A scuola i numeri non annoiano più
di Carlo Marsilli

10 TV - FAI - DA - WEB
di Stefania Cicco

12 Ecco Twoorty il social network made in Italy
di Gabriele Principato



4 Gioie e dolori della guida museale



14 Con Spotted e CityGlance, Cupido passa dal web



16 Casa Verdi, dove la musica non ha età



24 Come incantare i grandi scrivendo per i bambini



26 Crossfit quando l'allenamento diventa virale

18 Un americano a Milano
di Eva Alberti

20 Vivere (di)vino
di Silvia Ricciardi

22 Quando la fame non ha orario
di Enrico Tata

27 In corsa fino all'ultimo miglio
di Francesco Paolo Giordano

28 Ritagli

III Ambaradam

direttore responsabile
Venanzio Postiglione

vice direttore
Raffaella Calandra

progetto grafico
Eliano Rossi

Indirizzo e-mail
giornalismo@unimi.it

Mensile della
Scuola di giornalismo
"Walter Tobagi"
dell'Università degli Studi di Milano/Ifg

direttore della Scuola
Marino Regini

Segreteria del Master
Tel. +390250321731
lunedì - venerdì dalle 9 alle 15

E-mail: elisa.sgorbani@unimi.it

MM

(registrazione Tribunale di Milano
N° 321 del 9 - 05 - 2006)
STAMPA-Colorby
via delle Gerole, 24 - 20867
Caponago (Monza B)

Gioie e dolori della guida museale

Quando l'amore per l'arte e per la sua trasmissione diventa un mestiere

di Maria Chiara Furlò
@mariachiarafur

Non si direbbe mai che si tratta di una classicista, Chiara è così a suo agio tra le opere di Lucio Fontana e Alberto Burri che pare si sia occupata di arte contemporanea per tutta la sua giovane vita. Ha 32 anni, un master in didattica museale e un accento emiliano che porta con onore, soprattutto quando mostra ai visitatori del Cantiere del Novecento l'omaggio all'Ariosto di Franco Vaccari, fotografo modenese. Chiara fa la guida museale: «Non mi sono mai immaginata con l'ombrellino a piazza Duomo, il mio desiderio è sempre stato quello di lavorare in un museo, anche se questa non è una professione pienamente riconosciuta». In effetti, non esiste un concorso pubblico per operatori didattico-museali e nemmeno un esame d'abilitazione professionale. Quello che più gli si avvicina è l'esame che si fa in ogni provincia per prendere il tesserino da guida turistica. Un

riconoscimento che offre una possibilità in più per chi vuole lavorare con l'arte ma che secondo Chiara, che il patentino non ce l'ha, dovrebbe essere strutturato diversamente «Le domande molto spesso esulano dall'ambito artistico, più che storico dell'arte devi essere un esperto del luogo. Basta il diploma di scuola superiore e conta tantissimo la conoscenza delle lingue. In vista dell'Expo sono richiesti soprattutto il cinese e il russo». Con il patentino si può lavorare solo nella provincia che lo ha emesso, se ci si trasferisce bisogna sottoporsi ad un altro esame nel posto in cui si vuole svolgere la professione. Il bando d'esame dovrebbe essere pubblicato ogni anno, ma non sempre è così. Nella provincia di Milano l'ultimo è scaduto a gennaio 2012 e per ora



dall'assessorato al turismo non si hanno notizie. Si guadagna poco a fare questo mestiere, lo si fa più per passione che per i 20-35 euro netti che si possono portare a casa per ogni visita guidata. Sono fondamentalmente due i modi per diventare guida museale: come liberi professionisti munendosi di patentino, partita iva e magari anche un sito per farsi pubblicità, oppure lavorando attraverso un ente che gestisce i servizi di didattica all'interno di mostre e musei pubblici e privati. A Milano ci sono diverse società che lavorano in questo campo, Civita e Ad Artem sono quelle che gestiscono i contenitori maggiori come il Museo del Novecento, le Gallerie d'Italia e le mostre



Chiara, 32 anni, guida una visita al Cantiere del Novecento (Foto Furlò). In basso, un momento del laboratorio per bambini: un'operatrice didattica li coinvolge davanti a una scultura di Canova (Foto Gallerie d'Italia)

Laboratori d'arte per bambini

«Quel quadro è identico ai miei scarabocchi!» esulta Bruno, un bimbo di cinque anni, col dito puntato su un quadro di Emilio Vedova. «Proprio così Bruno, ma quelle pennellate hanno un significato, ora te lo spiego» gli risponde Lucia, la guida museale che si occupa di progettare e mettere in pratica i laboratori d'arte per bambini delle Gallerie d'Italia. Sono circa quindici bambini, hanno età diverse, dai cinque ai dodici anni, e non si erano mai visti prima. Il laboratorio progettato per loro è composto da due parti: si comincia con una visita guidata in giro per il museo, si siedono in cerchio davanti alle opere e ascoltano la guida, poi si passa all'aula didattica, dove mettono in pratica quello che hanno visto ed esprimono liberamente il loro senso artistico, il tutto in circa un'ora e mezza. Le visite guidate per bambini sono un universo a parte, chi se ne occupa passa un'autoselezione, confrontarsi con bambini di età differenti e provenienti da diversi contesti non è facile, bisogna prima di tutto volerlo fare. È importante, ma non indispensabile, avere esperienze di insegnamento, conta molto di più la creatività, la voglia di entrare in contatto con i bambini e di trasmettere loro la passione per l'arte. Lucia per esempio ha ripreso i suoi vecchi libri d'arte delle elementari: «volevo ripartire dai miei primi passi, per capire quali fossero il linguaggio e il modo migliore per lavorare con i bambini e per offrire loro più stimoli possibili».

m.c.f.

Adriana Summa, la referente per la didattica di Ad Artem, società che si è occupata di organizzare le visite guidate al Palazzo Reale per le mostre di Picasso e di Modigliani: «Durante la selezione delle guide siamo attenti a vagliare le conoscenze storico-artistiche dei candidati. Il patentino non è indispensabile, aver conseguito la laurea specialistica in Beni Culturali o Storia dell'Arte sì, ancora meglio se si possiede un master in didattica museale (come quelli che si svolgono all'Università Cattolica di Milano e a Roma 3). Fa la differenza aver collezionato esperienze di volontariato con i bambini o anche visite guidate con gli amici, ma soprattutto mostrarsi aperti al confronto con gli altri. È un lavoro in cui ci si relaziona con un pubblico molto variegato». Questa è una professione estremamente flessibile e legata alla stagionalità. Ad Artem prima della riforma Fornero assumeva i suoi dipendenti con contratti a progetto

che davano la possibilità di riconoscere meglio dal punto di vista economico l'impegno lavorativo, ora – solo per chi ha maturato una certa esperienza professionale – vengono siglati contratti part-time, mentre chi lavora con minore frequenza lo fa con ritenuta d'acconto. «Ci sono molte mamme che fanno questo mestiere, per loro il part-time è perfetto, le aiuta a conciliare lavoro e famiglia. Altri preferiscono la ritenuta d'acconto per lavorare come liberi professionisti e sfruttare anche altre occasioni lavorative». Valeria ha 30 anni e si sente una ragazza fortunata, fa il mestiere per cui ha studiato. Lavora per la mostra di Modigliani, è una delle venti guide selezionate per l'evento. Da poco ha un contratto part-time, ma fa questo lavoro da 7 anni, quando studiava ancora per la laurea triennale in Beni Culturali: «Mi piace questo mestiere perché trasmetto la mia passione per l'arte dai bimbi di 3 anni in su».



UNA MOSTRA A REGOLA D'ARTE

«Non esiste un *format* uguale tutte le volte». Organizzare una grande mostra richiede tempo, pianificazione e creatività. Ma per quanto ci si provi, «è difficile procedere per schemi: ogni esposizione ha una sua storia e una partenza originali». Francesca Biagioli, *exhibition producer* di 24Ore Cultura, ha lavorato alla realizzazione di "Picasso. Capolavori dal Museo Nazionale Picasso di Parigi" e di "Modigliani, Soutine e gli artisti maledetti". La prima è la mostra più visitata nella storia di Milano: 558 mila ingressi in 132 giorni. La seconda, che si è aperta a Palazzo Reale lo scorso 21 febbraio, sembrerebbe viaggiare nella stessa direzione: circa 17 mila visitatori in sole due settimane dall'inaugurazione.

Quale il segreto del successo? Per capirlo, occorre andare oltre i grandi numeri: si scoprirà un lungo e faticoso percorso preparatorio, studiato in ogni dettaglio. Innanzi tutto, sarà banale, c'è un'idea. Quella che funziona perché mette d'accor-

Dall'idea al biglietto, tutte le tappe di un'esposizione di successo

di Giulia Carririni
[@giuliacarririni](#)

do i gusti del pubblico, le disponibilità dei musei, la natura degli spazi espositivi. Il passo successivo è la scelta di un curatore. Non uno qualunque: «un esperto e uno studioso, dotato di tutta la scientificità, la serietà e la fama necessarie per dare vita a un prodotto di qualità», spiega Biagioli. «Marc Restellini, direttore della *Pinacothèque* di Parigi, è stato scelto per curare la mostra dedicata a Modigliani. In assoluto, è tra i maggiori conoscitori al mondo dell'artista». È il

curatore a elaborare il progetto e a buttare giù un elenco di possibili prestiti. Le lettere di richiesta devono essere spedite con almeno un anno di anticipo, «altrimenti, soprattutto all'estero, non vengono prese in considerazione». Questa è la procedura ordinaria. E forse è la fase più lunga. Non sempre, però, le cose vanno così. Come l'arte è multiforme, ugualmente la sua messa in scena può seguire i percorsi più disparati. Un esempio su tutti: Modigliani, Soutine e gli artisti maledetti, che, realizzata a quattro mani da 24Ore Cultura e da Arthemisia Group - società impegnata nella produzione di esposizioni temporanee e permanenti -, ha seguito un percorso particolare. Il progetto, così com'è, esisteva già. Prima di sbarcare a Milano, la collezione del pittore livornese e degli altri folli talenti - proprietà, per la maggior parte, del collezionista Jonas Netter - è stata ospite, da aprile a settembre 2012, della *Pinacothèque* della capitale francese. Un bella accoglienza, quella ricevuta da

«Modigliani, Soutine et l'aventure de Montparnasse», tanto da convincere i due gruppi italiani a richiederne l'allestimento in una seconda sede, in Italia: Palazzo Reale, per l'appunto. Gli accordi si sono conclusi a fine anno e a gennaio 2013 è partita la seconda fase organizzativa, per un totale di poco più di quattro mesi di lavoro. «Per avere un'idea dei tempi», chiarisce l'*exhibition producer*, «basti pensare che Picasso ha avuto una gestazione di circa tre anni».

Anche il caso del maestro spagnolo, in realtà, fa storia a sé. Una storia che ne spiega, in parte, il trionfo. La collezione esposta è proprietà tutta del *Musée National Picasso Paris*. Il Museo è chiuso per ristrutturazione da agosto 2009 e tale resterà fino alla prossima estate. La direttrice Anne Baldassari ha deciso di approfittarne, finanziando parte dei lavori attraverso il prestito dell'intero patrimonio museale. Dopo un lungo corteggiamento, 24Ore Cultura è così riuscito nell'impresa di portare Picasso a Milano, dove l'esposizione ha avuto come curatrice la stessa Baldassari. Con l'acquisizione delle opere, avvenga questa per via ordinaria o per strade differenti, si apre la seconda fase dell'organizzazione: l'allestimento vero e proprio. «Le sedi espositive, solitamente istituzioni pubbliche, sono scatole vuote». Riempirle significa elaborare un progetto che costruisca, per il visitatore, un'emozione: una mostra è un mondo condensato nella durata di una visita, dalla quale il pubblico deve uscire arricchito. Disposizione, illuminazione e scenografie sono così studiate minuziosamente. Nella maggior parte dei casi, le sedi prescelte hanno tutte un *facility report*, assicurano cioè uno standard di servizi e attrezzature: guardiania notturna, allarmi di sicurezza, impianti per la temperatura e l'u-



La mostra su Modigliani a Palazzo Reale fino all'8 settembre. In alto, Marc Restellini, curatore della mostra e direttore della Pinacothèque di Parigi (Foto Fabrizio Stipari). Sotto, "La Lecture" di Picasso

Focus

Il palazzo della cultura nel cuore di Milano

Palazzo Reale è lo spazio, in Italia, che ottiene i numeri più alti per mostre ed esposizioni. Coordinato con altre tre sedi - la Rotonda della Besana, il Palazzo della Ragione e il Palazzo dell'Arengario -, rappresenta il polo culturale più importante nel cuore della città. È proprietà del Comune di Milano. A causa dei tagli al mondo dell'arte e della cultura, il municipio non contribuisce finanziariamente all'organizzazione degli eventi ospitati dal Palazzo, sui cui incassi, però, percepisce una piccola percentuale. La storia dell'edificio è molto antica e risale al basso Medioevo, quando Palazzo Reale era sede del governo della città. L'attuale aspetto neoclassico è frutto della grande trasformazione operata da Giuseppe Piermarini, l'architetto prediletto dell'imperatrice Maria Teresa, sul finire del XVIII secolo. Durante la seconda guerra mondiale, parte dell'edificio è stata cancellata dai bombardamenti. La Sala delle Cariatidi, andata semidistrutta, porta ancora i segni della violenza di quei giorni.

g.c.

midità. Per guide e audioguide ci si affida invece a società esterne.

Di qui, infine, il terzo e ultimo step: la promozione. L'evento deve essere coperto a 360 gradi. Per 24Ore Cultura, parte di una *media company*, l'ufficio commerciale reperisce gli sponsor e organizza serate speciali: all'interno di Palazzo Reale è possibile, per gruppi e su prenotazione, abbinare una visita privata a una cena nella Sala delle Otto Colonne.

Arrivare a questo punto vuol dire aver fatto grandi investimenti. L'organizzazione di una mostra implica costi numerosi ed elevati. Il primo, solo eventuale, è la *fee*, il contributo talvolta richiesto dagli enti museali. Poi c'è l'assicurazione: si pensi che il valore assicurativo di tutte le opere di Picasso ammontava a circa un miliardo di euro. A questa si aggiunge il trasporto, affidato unicamente a società specializzate. Arteria e Apice sono due tra le più note. In totale, esporre i capolavori dell'autore della *Guernica* è costato oltre sei milioni di euro. Modigliani più di due, cifra della quale 24Ore Cultura e Arthemisia Group si sono fatte carico in ugual misura.

Il perché i due gruppi abbiano scelto di cooperare, lo spiega la situazione in cui versa, oggi, il mondo della cultura. Che come tutti i settori, e più di molti altri, non è esente dalla crisi. Gli spazi espositivi d'eccellenza, in Italia, sono pochi. E più che farsi guerra per accaparrarsene l'esclusiva, gli operatori preferiscono collaborare. Unire le forze significa raddoppiare lo sviluppo e la forza comunicativa di un progetto, dimezzandone, nel contempo, i costi e i rischi imprenditoriali. Anche i ricavi, certamente, vanno suddivisi: ma una società che opera nell'arte, oggi, preferisce guadagnare un po' meno a patto di sentirsi più tranquilla.

Legnetti e fili di lana per imparare la matematica, ecco i nuovi metodi di insegnamento per i bambini delle elementari



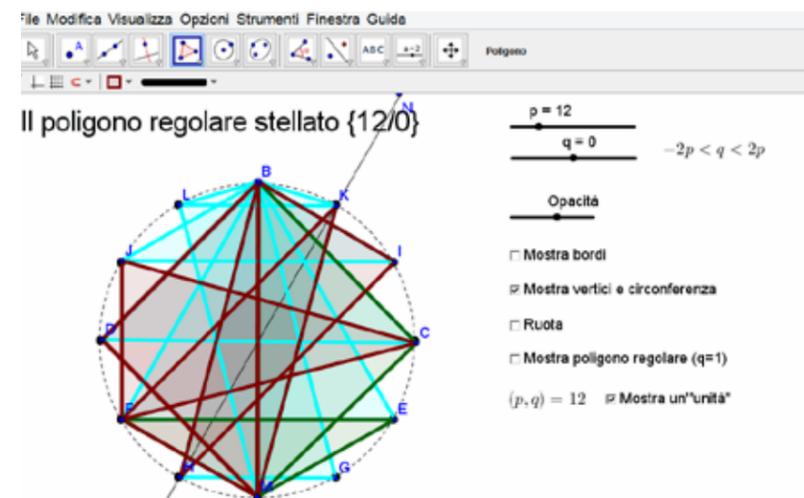
L'apprendimento cooperativo si basa sul costruttivismo sociale: si impara meglio insieme, confrontandosi (Foto Flickr)
A destra, "Piastrilliamo", una delle attività proposte da MatNet.
In basso, il poligono regolare stellato per imparare logica e geometria (Foto Marco Sgrignoli)

A scuola i numeri non annoiano più

di Carlo Marsilli
@carlo_brx

Nelle scuole elementari di Telgate, in provincia di Bergamo, una volta alla settimana i venti alunni della IV A rivoluzionano l'assetto della classe. I banchi vengono mossi, i bambini uniti in gruppi da cinque, ognuno con un ruolo diverso. L'ora è quella di matematica, ma a guardare bene sembra di assistere a un laboratorio sperimentale di *problem solving*.
Gli sguardi dei piccoli sono tutti lì, su una tavoletta di legno coronata da dieci pioli. A turno, i ragazzi provenienti da ogni parte del mondo, uniscono i legnetti con un filo di lana, ricreando le figure geometriche assegnate per il compito. Tra di loro c'è chi sprona i compagni a stare attenti, chi controlla che ognuno ricopra il proprio ruolo, chi annota tutto quello che succede. È solo una delle infinite attività possibili, ma il risultato è sempre lo stesso: le menti si uniscono, discutono, si confrontano. Non esistono il giusto e lo sbagliato, ma solo tanti modi di giungere a un unico obiettivo. Tutti

assieme. Se un insegnante si ritrovasse a passare davanti alle finestre di quell'aula, penserebbe a una sola cosa: Apprendimento Cooperativo (AC). Noto in tutto il mondo con il nome inglese di *cooperative learning*, si tratta di un insieme di principi, metodi e tecniche educative nato in Israele negli anni '70. Ne esistono varianti differenti, ufficialmente codificate in sette scuole di pensiero, ma dagli sviluppi potenzialmente infiniti. Non si tratta di lavorare soltanto in gruppo: i problemi sono pensati per non essere risolvibili da una sola persona, ma dall'unione delle diverse abilità che ognuno di noi possiede. Perché scommettere sulle potenzialità del singolo, nel mondo di oggi, non basta più.
Ad avviare il progetto di Telgate è stata Caterina Scarpaci, una vita dedicata all'insegnamento della matematica, anche oggi che è in pensione. È membro dell'associazione MatNet, fondata nel 2006 dalla docente di Metodi matematici Adriana Gnudi, il cui scopo è promuovere la sua



materia attraverso nuove forme di didattica. L'esperienza di Telgate va proprio in questa direzione: assieme alla disponibilità dei dirigenti scolastici e degli insegnanti, oltre che ai finanziamenti del Comune, Scarpaci ha raccolto molti frutti: «La matematica è sempre stata pensata in relazione alle sue applicazioni, ma è arte, filosofia, musica e letteratura» dice Caterina. «La cosa più importante che abbiamo fatto è stata prendere delle attività già esistenti e costruire con gli insegnanti un percorso didattico basato sui principi dell'Apprendimento Cooperativo».
Marco Sgrignoli, laureato in Scienze matematiche, è uno dei tutor legati a MatNet. Per due ore alla settimana affianca le maestre di Telgate nel condurre i bambini attraverso il mondo dei numeri. È lui a coinvolgerli e a elaborare le attività, in sintonia con il programma scolastico. L'obiettivo, dice, è quello «di cambiare l'impostazione dell'insegnamento. Nelle superiori puntiamo addirittura a lasciare

gli insegnanti da soli. Sta però a loro decidere come e quanto importare il *cooperative learning* nelle lezioni».
Dalle grandi università americane, il *cooperative learning* è giunto in Italia negli anni '90 tra i fogli di Mario Comoglio, professore di Didattica e Psicologia dell'istruzione alla Facoltà di Scienze dell'educazione dell'Università Pontificia Salesiana. E da quel momento, pur con qualche difficoltà, non ha più smesso di diffondersi. Anna Gandossi, maestra di matematica alle elementari di Telgate, è tra quelli che oggi ne sta sperimentando una variante: «All'inizio come docenti eravamo perplessi. Un'attività in più rischia di creare ritardi sul programma, ma in poco tempo abbiamo capito che per noi era come un aggiornamento». E per gli alunni è stata una rivoluzione: «Sono emersi bambini che prima facevano più fatica. Perché lo spirito è più collaborativo, si sentono coinvolti, ognuno ha un suo ruolo e anche quello in difficoltà viene aiutato

dagli altri». I principi dell'Apprendimento Cooperativo sono applicabili a qualsiasi materia e hanno dei risvolti che vanno ben oltre l'apprendimento e l'insegnamento.
A Milano, Maria Grazia Guida, ex assessore all'Istruzione della giunta Pisapia, nel 2012 ha disegnato un progetto di AC per la scuola elementare Emilio Radice di via Paravia. È la stessa in cui, un anno prima, la forte presenza di figli d'immigrati aveva messo in discussione l'apertura della prima classe. Il *cooperative learning* è entrato così in gioco: «L'idea di valorizzare una scuola multietnica come quella di via Paravia ci ha portato a fare scelte di politica educativa innovativa». L'idea, continua l'ex Assessore, «è quella di attuare un cambiamento culturale, in cui le differenze possano non essere più intese come penalizzazioni, ma risorse». La pensa così anche il suo successore, Francesco Cappelli, che si è detto anche «pronto a creare laboratori di ricerca dove ci si possa confrontare, adeguando al meglio le metodologie ai cambiamenti del mondo».
La funzionalità provata di questo approccio non corrisponde tuttavia alla sua diffusione. In Lombardia, come nel resto d'Italia, non si trovano dati statistici. Marco Rossi-Doria, sottosegretario del Ministero dell'Istruzione, spiega che «le variabili di queste pratiche pedagogiche sono molteplici e rimangono legate alle esigenze del luogo, difficili quindi da comparare a livello nazionale». Ma c'è forse una questione più ampia: salvo rare eccezioni, l'iniziativa sull'AC rimane in mano ai singoli e alle scuole. «Visto che in Italia non c'è una pedagogia di Stato», continua Rossi-Doria, «la promozione della didattica non è nel mandato del ministero dell'Istruzione. Il quale, nelle sue indicazioni, promuove comunque i grandi valori contenuti nell'AC».
Eppure, come spiega il professor Comoglio, c'è un aspetto che non può essere sottovalutato: «La complessità dei problemi attuali è di tale ampiezza da non poter essere affrontata da una singola intelligenza umana, poiché cresce molto di più rispetto all'individuo. È molto più funzionale affrontarla con un sistema di intelligenze integrato, che puntando a migliorare il singolo».



TV FAI-DA-WEB

Il laboratorio milanese
delle trasmissioni on line
tra citizen journalism e sostenibilità

di Stefania Cicco
@stefaniacicco

Un'idea, una telecamera, un computer e una connessione a banda larga. Tutto rigorosamente *low cost*. Al resto ci pensano piattaforme come *Ustream* e *Youtube* che trasmettono in rete contenuti audio e video. E il gioco è fatto.

Negli ultimissimi anni il numero delle micro web tv nate «dal basso» è aumentato vertiginosamente: oggi se ne contano quasi 600 in tutta Italia, per lo più lontane dai grandi centri metropolitani e senza finanziamenti alle spalle. Le micro web tv accendono i riflettori su ciò che accade sotto casa, si autosostengono (spesso a fatica) e confidano nel digitale come mezzo per dar voce a chi nei media tradizionali non ce l'ha. Studenti, giornalisti, ingegneri, pensionati, casalinghe: sono loro i protagonisti della nuova televisione 3.0. Addio alla vecchia antenna, all'Auditel e al telecomando: la tv del domani si crea con poco (anche a costo zero) e si vede su un sito Internet, in ufficio dal pc, in tram dall'iPad o con gli amici di Facebook.

La Lombardia si è rivelata un fecondo laboratorio di progetti a cavallo tra internet e televisione. *Altratv*, primo osservatorio sulle web tv italiane, nel

rapporto *Netizen 2012* ha censito ben 85 casi di *citizen journalism* solo nella regione lombarda, che si aggiudica così il secondo posto nella classifica nazionale (dietro al Lazio che ne ha 102). Ma se si contano i canali delle istituzioni pubbliche e delle università, si arriva ben oltre il centinaio. A Milano oggi ci sono 46 canali attivi, mentre le provincie più «webbizzate» risultano Varese, con circa 15 canali, e Vigevano, nel Pavese.

Esperienze «bottom-up», tutte con storie da raccontare, una più singolare dell'altra. Come quella di Piero, pensionato di Saronno, che un giorno, non soddisfatto della rappresentazione fornita dai media ufficiali della sua città, ha deciso di creare insieme ad altri amici pensionati, nel

« Il vero limite delle tv online è ancora quello della sostenibilità »

salotto di casa, la sede della sua web tv, *pierodasaronno.it*. O come quelle di tanti altri pensionati sparsi sul territorio che hanno messo su vere e proprie web tv di condominio, con tanto di telecamere installate per monitorare il traffico della città e video conferenze per scambiarsi ricette.

E se in provincia troviamo micro web tv prevalentemente dedicate alla cronaca locale e al territorio (eventi culturali, sportivi, ma anche inchieste e denunce), a Milano spopolano i canali tematici. Nel capoluogo meneghino, dietro la telecamera ci sono per lo più giovani appassionati e ipertecnologici: all'informazione locale è preferita la comunicazione scientifica, l'innovazione e la tecnologia. Ci sono le web tv che si occupano di musica (come *k1tv.tk* o *musiclinker.it*) e di danza (*danzatv.com*), quelle che raccontano l'arte e la cultura (*ultrafragola.tv*, *esemplaretv.tv* e *studio28.tv*), che indagano questioni scientifiche (*videoscienza.it*, *scire.it* e *trivù.it*), che propongono occasioni immobiliari (*metropolisqi.tv*, quotidiano *immobiliare.it*) o che offrono consigli di lettura (*bookswetv.tv*). Più recentemente alla lista si sono aggiunti canali che si occupano di immigra-

zione e delle diverse culture che convivono a Milano. La redazione di *nuovicittadini.tv*, per esempio, fondata nel 2008 da *Augustin Mujyaru-gamba*, ingegnere ruhandese, mette in rete servizi su «immigrati di successo», gente che è arrivata in Italia dall'Africa o da altri Paesi e ha creato imprese, arte, cultura.

Sul multiculturalismo è incentrata anche *LookOut Tv*, forse uno dei casi più fortunati e di successo di tutto il panorama meneghino e nazionale. Nata nel 2010 come canale dal basso, su idea di Claudio Martelli, ex Guardasigilli e autore nel 1990 della prima legge italiana sull'immigrazione, oggi ha ottenuto importanti finanziamenti da parte di tre sponsor (Fondazione Vodafone, Fondazione Cariplo e Fondazione Roma), trasformandosi in una vera e propria *startup* di successo.

Gli otto redattori, tutti di nazionalità diversa, raccontano l'Italia vista dai nuovi cittadini immigrati, provando ad abbattere gli stereotipi dei media tradizionali. Ma si tratta di un'eccezione. «Il vero limite delle tv online», spiega Veronica Fermani, ricercatrice responsabile del rapporto *Netizen*, «è ancora quello della sostenibilità.» Per ottenere degli sponsor ci sono due strade: introdurre pubblicità (per



farlo serve un alto numero di contatti o una nicchia di utenti qualificati) oppure cercare di ottenere finanziamenti, pubblici o privati. Ma la formula più ricorrente rimane il video su commessa o la ricerca di fondi ministeriali ed europei. Il passo da web tv a startup non è, dunque, affatto scontato. «Soprattutto perché le tariffe pubblicitarie del web, che spesso sono la fonte principale di

questi canali», prosegue Fermani, «non sono paragonabili a quelle della tv classica.» Ne sa qualcosa Marco Di Gregorio, giornalista, direttore di *C6Tv* e già fondatore nel 1995 di *Sei Milano*, prima emittente televisiva basata sul videogiornalismo e sulla partecipazione da parte del pubblico alla creazione di contenuti. In base alla sua esperienza, Di Gregorio non ha dubbi: «Nessuna web tv fondata su un concetto di giornalismo tradizionale (editore, direttore, redazione) è in grado di sostenersi autonomamente, a meno che non si basi sul lavoro di volontari.»

C6 Tv nasce nel 2007, su investimento privato dell'attuale direttore, con l'idea di «raccontare la città di Milano attraverso gli occhi di chi la vive.» La redazione, formata da giovani video-inviati coordinati da un team di giornalisti professionisti,

realizzava ogni giorno prodotti video, quotidianamente ripresi dai principali siti italiani di informazione e da tg regionali e nazionali, rendendo così possibile un'espansione del progetto in altre città italiane. Le circa 20.000 visualizzazioni giornaliere degli inizi, però, oggi si sono ridotte a un migliaio, la redazione si è pian piano svuotata e i ricavi provenienti da YouTube, già molto bassi in partenza, sono diminuiti di oltre un terzo. I collaboratori superstiti di *C6TV* oggi confezionano prodotti editoriali on-demand per società esterne, piccole produzioni per «arrotondare un po', non certo per avere un vero e proprio stipendio», spiega il direttore, con 5 anni alle spalle nelle redazioni dei tg di Mediaset. «La chiave per la sostenibilità delle web tv deve ancora essere inventata, ad oggi il citizen journalism è destinato a rimanere una forma di attivismo.» Il primo passo fondamentale, suggerisce il giornalista, per tramutare queste esperienze «amatoriali» in una professione, potrebbe essere rafforzare il legame con la propria comunità, con le imprese sul territorio, con la Pubblica Amministrazione e le istituzioni locali.

FOCUS

Le web tv nelle amministrazioni

Il fenomeno delle web tv nella Pubblica Amministrazione è poco conosciuto. In Lombardia il canale della Camera di commercio di Milano (www.impreselive.tv) prevede quotidianamente un'ora e mezza di programmazione su eventi, iniziative, *news* e *reportage*. Il canale è visibile anche sul quotidiano *Il Giorno*, all'interno dell'inserto mensile «*Il Foglio di via Mervigli*». Il Pirellone, sotto il logo di *Play Lombardia* punta su canali tematici di natura turistica (www.turismo.regione.lombardia.it), mentre il portale www.provincia.milano.it dedica una sezione al servizio «*webTv - Multimedia*», attivo dal settembre 2001. Con una web-cam nella sala consiglio a Palazzo Marino, si possono seguire in diretta le sedute del consiglio comunale milanese su www.comune.milano.it. Nella sezione dedicata all'archivio delle sedute consiliari, ad ogni filmato è allegata anche la relativa documentazione con i verbali, le delibere, le mozioni e gli ordini del giorno.

S.C.

Ecco Twoorty il social network made in Italy

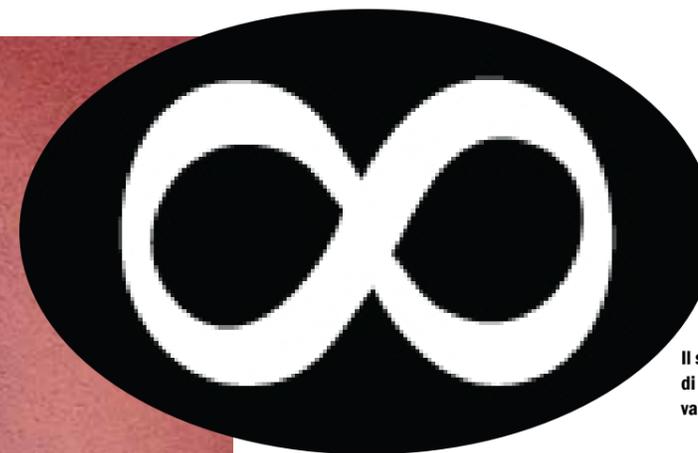
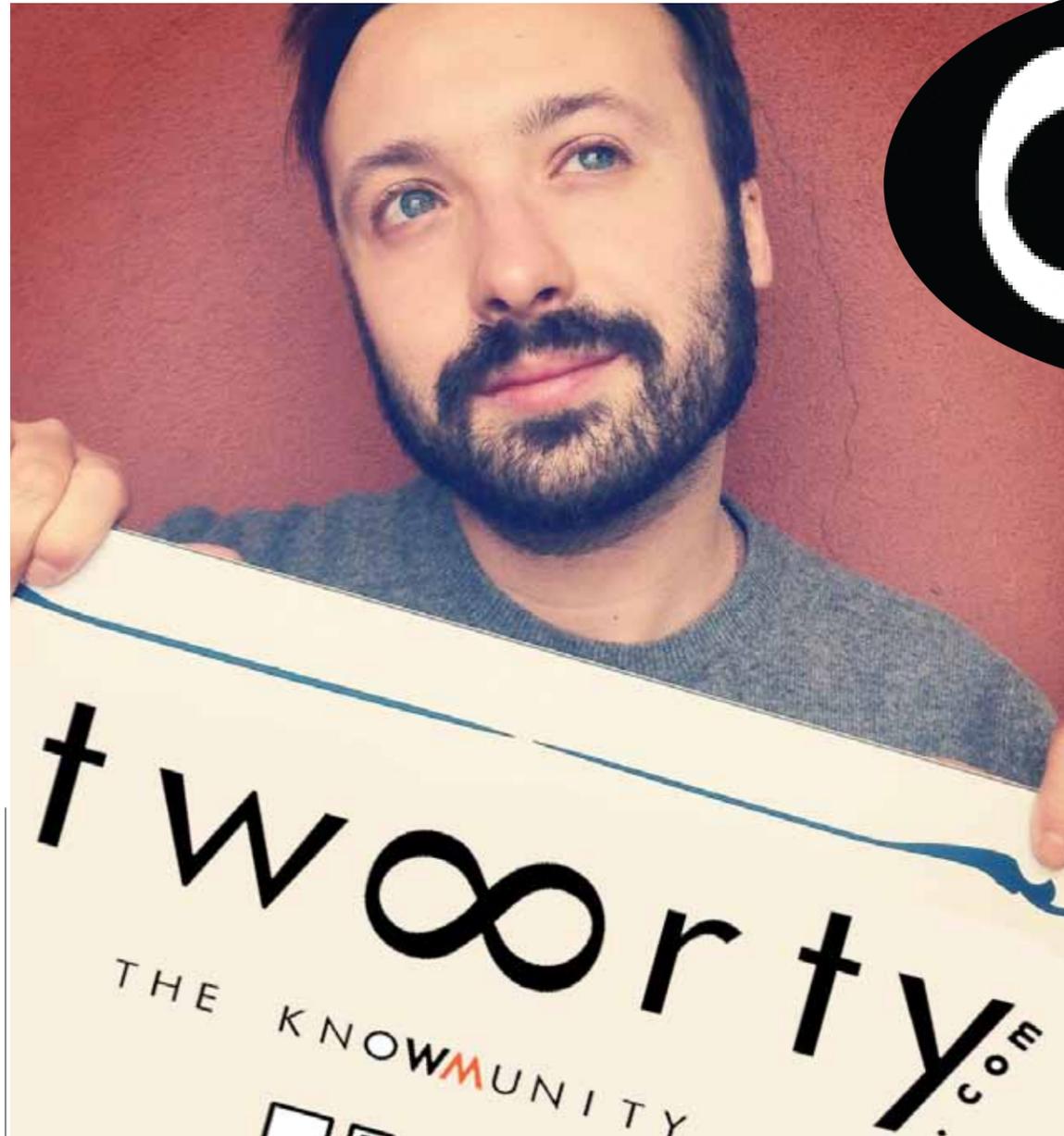
La prima *Knowmunity*
in cui ci si conosce sulla Rete
in base agli interessi in comune

di Gabriele Principato
@gabripri

«Questo è un modo nuovo di concepire i contatti sui social network. Se su Facebook possiamo essere amici senza avere nulla in comune, su *Twoorty*, è il contrario: se ci piacciono le stesse cose, pur essendo emeriti sconosciuti, ci appaiono in bacheca i reciproci contenuti e possiamo iniziare a interagire. Viceversa, tutto ciò che considereremmo spam viene filtrato. Per questo possiamo definirlo una "knowmunity"». A spiegarlo è Alice Cimini co-fondatrice di questo progetto, tutto *made in Italy*, insieme a Carlo Crudele. Una vera scommessa perché creare la *startup* di un social network, in Italia, è tutt'altro che un gioco. Oltre ad un'idea originale, ci vogliono fondi da investire e molta pazienza. Perché arrivino i risultati infatti ci vuole tempo. Se nel mondo sono circa un miliardo gli utenti che usano i social network, come afferma nel suo rapporto annuale l'*International Telecommunication Union* (Itu), queste piattaforme sul web sono migliaia ed emergere e conquistare utenti è una vera impresa. La loro genesi si compone principalmente di tre fasi: la protezione giuridica dell'idea, il finanziamento e la promozione. I social network sono tutelati

li attraverso la normativa sul diritto d'autore (legge n. 633 del 1941) per quanto riguarda il listato del codice, ossia il software, mentre le altre parti, come il nome, l'aspetto, il logo, sono protette da marchio o brevetto. Indispensabile per proporre il progetto ai possibili finanziatori, privati e pubblici, è un business plan che permetta di comprendere l'entità dei fondi necessari per realizzare l'idea e di quelli che serviranno nelle successive fasi di sviluppo. «Una possibilità per trovare i capitali necessari a partire - spiega Giovanni, ingegnere milanese che lavora su un nuovo social network - è il *crowdfunding*, un processo di finanziamento dal basso che mobilita persone e risorse. Un sistema dalle potenzialità interessanti, ancora poco sfruttato nel nostro Paese». In Italia ci sono una ventina di piattaforme che

“ Creare la *startup* di un social network non è un gioco ”



Il simbolo dell'infinito nel logo di Twoorty rimanda all'immenso valore della conoscenza

Carlo Crudele, vignettista ufficiale di Sky.it e traduttore di romanzi ha fondato Twoorty insieme ad Alice Cimini (Foto Twoorty)

permettono di dare visibilità ai progetti rendendo possibile la sottoscrizione popolare. Alcune sono attive, come *Eppela*, *Starteed*, *Boomstarter*, altre sono in fase di lancio. Di richieste per social network se ne trova più d'una consultando i siti. Ma nessuna pare aver ancora raggiunto le donazioni necessarie. Una realtà ancora molto lontana da quella che ha permesso ai creatori del social network Diaspora di raccogliere, tramite la piattaforma newyorkese *Kickstarter*, oltre 200 mila dollari, partendo da una richiesta iniziale di appena 10 mila.

Come nel caso di *Twoorty*, agli ideatori, spesso, non resta che scommet-

tere in proprio e cercare investitori che credano nelle potenzialità del progetto e siano disposti a scommettere piccole o grandi cifre, sperando un giorno di vederle tornare moltiplicate. La *startup* è partita nel novembre del 2011 con l'investimento di 30 mila euro da parte dei suoi creatori. Questa "knowmunity" è una piattaforma digitale in cui sono le passioni condivise a creare le relazioni, dove gli utenti si incontrano e si conoscono per comunione di interessi, siano essi singole persone, liberi professionisti o attività commerciali. «Oggi conta 3500 utenti privati e circa 700 aziende e attività commerciali, un numero non elevato in termini assoluti, - spiega

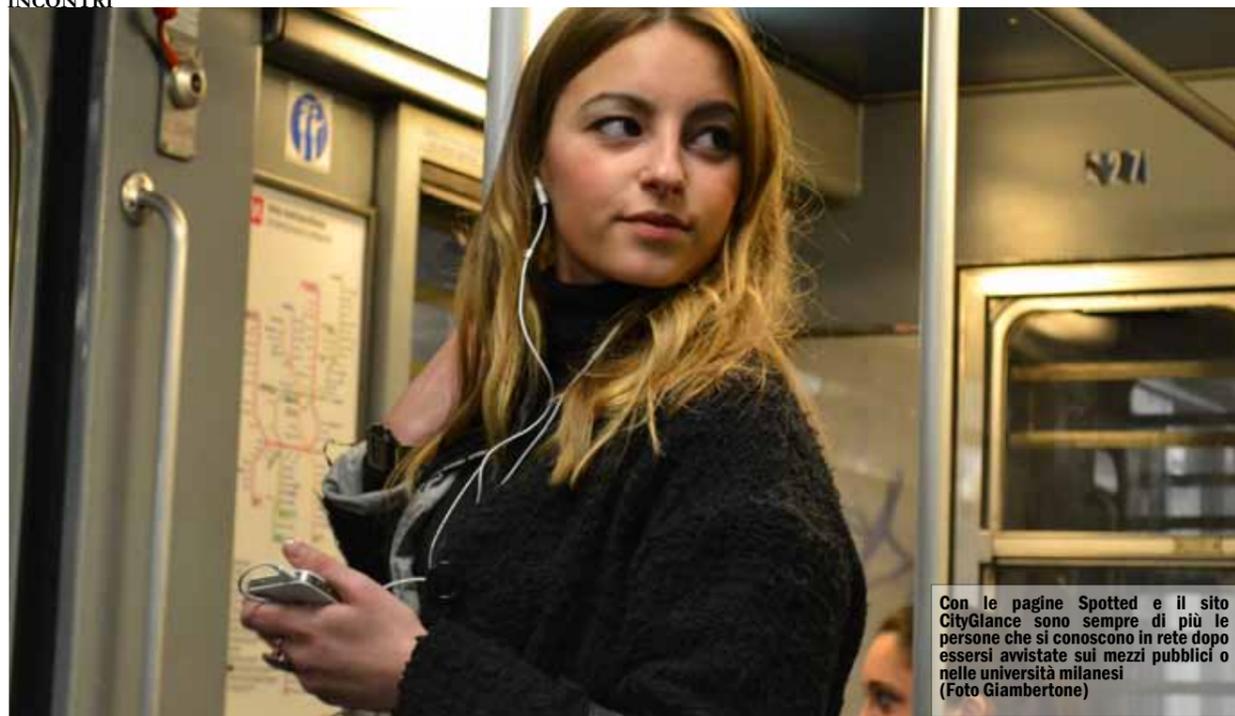
Alice Cimini - ma interessante se si considera che chi usa questa piattaforma lo fa consapevolmente, per ricevere un'informazione mirata». Gli unici contenuti che raggiungono gli iscritti, infatti, sono quelli che collimano con i loro interessi dichiarati al momento della registrazione. Inoltre, man mano che comunicano con gli altri utenti, un innovativo sistema di ricerca semantica, sviluppato con un algoritmo proprietario, riconosce gli argomenti dei contenuti pubblicati e affina la visualizzazione rendendola sempre più mirata e precisa».

A permettere lo sviluppo di *Twoorty*, a cui adesso lavorano, fra Salerno e Milano, 10 persone tra tecnici e

programmatore, tutti sotto i fatidici "anta", è stato un business angel che ha creduto nelle potenzialità dell'idea. Un finanziatore privato che ha investito nel progetto, permettendo alla startup di sviluppare release sempre più articolate, i cui costi in continua evoluzione, hanno superato di gran lunga il piccolo investimento iniziale. Essere il 100% virali, veicolando lo 0% di spam. Questo è l'obiettivo di *Twoorty*.

Su questo concetto si basano le possibilità di business della "knowmunity". Un blogger per esempio, può promuovere i propri lavori, ampliando la platea dei suoi lettori, raggiungendo solo persone interessate agli argomenti che tratta. Aziende e attività commerciali possono comunicare con potenziali clienti attraverso volantini digitali senza essere percepite come invasive e poco opportune, dato che a riceverli è solo chi è interessato.

La promozione di *Twoorty* si basa sul passaparola degli utenti e la pubblicità online. «Questi sono i modi giusti per promuovere un social network - spiega Lucia Bergamini, che si occupa di *social media marketing*, migliori della costosa pubblicità *off-line* su giornali, televisioni e cartellonistica. Piattaforme pubblicitarie di colossi come *Google* e *Facebook*, consentono di pagare la visibilità "a clic", offrendo la certezza della misurabilità dei risultati oltre al raggiungimento di un pubblico mirato». Il limite spesso è non riuscire a generare interesse e interazione sul sito, non attivando così il circolo virtuoso di passaparola e coinvolgimento che porta all'aumento degli iscritti.



Con le pagine Spotted e il sito CityGlance sono sempre di più le persone che si conoscono in rete dopo essersi avvistate sui mezzi pubblici o nelle università milanesi (Foto Giambertone)

Con Spotted e CityGlance Cupido passa dal web

I social network che trasformano gli incontri casuali in storie d'amore

di Francesco Giambertone
@fragiambe

«Scienze politiche, classe A-K. Tu, ragazzo con gli occhiali di carnagione scura, in prima fila con quel berretto bizzarro, vedo che a lezione non segui, perciò, perché non vieni dietro e ti fai palpeggiare un po'?».
«Via Celoria. Al ragazzo molto alto che fa chimica: vorrei raggiungere lo stadio d'equilibrio insieme a te!».
«Bocconi. Alla ragazza alta, magra, capelli scuri ricci, occhi azzurri e con un sorriso splendido, sappi che quando vuoi la porta di casa mia per te è aperta».
Questi messaggi non arrivano da un sito di incontri per single, ma da pagine gestite da universitari su Facebook. E' l'ultimo fenomeno esplosivo nelle università italiane: si chiama *Spotted*, in inglese "avvistato". E' nato a Londra due anni fa e a Milano - prima tra le grandi città italiane - ha preso piede solo da

qualche settimana. Cresce sul più famoso dei social network, dove le pagine con questo nome si moltiplicano e raccolgono i *like* di un numero sempre maggiore di studenti. Sono loro ad aver creato in tutte le facoltà una "pagina *Spotted*", cioè una bacheca virtuale che raccoglie e diffonde annunci di vario genere. Soprattutto sentimentali. Con uno scopo preciso: mettere in contatto persone che si sono avvistate e piaciute tra i corridoi e le aule degli atenei.
Sommando Università Statale, Cattolica, Bocconi, Bicocca, Politecnico e Iulm, in totale sono circa 50mila gli studenti presenti e attivi sulle pagine *Spotted*. Che funzionano come megafoni anonimi per chi, elettrizzato da un colpo di fulmine, vuole dichiararsi. Il meccanismo è semplice: l'interessato (più spesso l'interessa-

ta) scrive un messaggio privato agli amministratori della pagina - studenti pettegoli noti a nessuno, ma informati degli affari di tutti. Loro pubblicano l'appello sulla pagina senza svelare il nome dell'autore: «Mediazione Linguistica, mensa. Ragazza occhi azzurri, capelli ricci e fascetta rossa: è stato innamoramento istantaneo». Siccome il bacino di lettori di queste pagine va da 5 a 20mila ragazzi sempre connessi, spesso bastano pochi minuti perché un amico del ricercato ne sveli l'identità, con una tag nei commenti al post. Così alla persona avvistata si associano un nome e un cognome. Tutto quel che succede dopo, passa nelle mani dei due protagonisti della possibile storia: *Spotted-Cupido* ha compiuto la sua missione. I primi a portare a Milano l'idea di *Spotted* (nome tratto da *Gossip Girl*,

la serie americana in cui una ragazza "avvista" e racconta in un blog le vicende pruriginose di un gruppo di rampolli newyorkesi) sono stati



ragazzi della Bocconi, che hanno fondato la pagina l'8 gennaio scorso. I gossip-guys bocconiani raccontano, in un'intervista via Facebook, di ricevere più di 200 messaggi al giorno, e sempre di più. «Quanti siamo? Preferiamo non rispondere. Cerchiamo di mantenere l'anonimato più totale sulla nostra identità». Così il loro compito, a metà tra un divertimento e un servizio sociale che può trasformarsi in organizzazione di eventi - come *flash mob* o feste in discoteca - continua indisturbato. Le dichiarazioni però non sono tutte autentiche: «Ci scrivono persone che vogliono fare scherzi ad amici o amiche, qualche messaggio particolare - dal ritrovamento di oggetti smarriti alla richiesta di spostare una macchina - e alcuni addirittura che cercano accordi commerciali». Nella marea di commenti, battute, insulti e richieste che animano la pagina, «ogni tanto - spiegano - veniamo contattati da quelli che sono stati "ricercati", e in quel caso chiediamo alla persona che ci ha inviato il messaggio originale cosa voglia fare». Ciò che succederà tra i due non è più competenza di *Spotted*, che ha già scoccato la sua freccia. Alcuni utenti, alla fine, ringraziano: «*Spotted*, mi hai privato della dignità, ma mi hai dotato di un appuntamento in cui non avrei mai sperato. Infinitamente riconoscente!». Questo modello di abbozzamento online a partire da un incontro reale è replicabile anche fuori dalle università. Stanno già nascendo altre forme di *Spotted*, come quelle dedicate a intere città-

dine, a scuole superiori o a biblioteche. E non mancano le parodie come "*Spotted: Hogwarts*", che inventa strani avvistamenti nella scuola di Harry Potter. Ma l'habitat naturale di questo genere di appuntamenti sembrano essere i mezzi pubblici. A

Berlino un'idea simile arrivò 5 anni fa. A Milano, invece, è appena nata una pagina *Spotted* per i passeggeri di Atm. E da due mesi esiste un sito apposta per ritrovare le persone adocchiate su autobus, tram e metropolitana. Si chiama *CityGlance*, lo hanno inventato Carlo Banfi ed Enrico Vecchio, studenti di informatica, con Dino

«*Spotted*, mi hai dotato di un appuntamento in cui non avrei mai sperato»

Ricceri, team manager. Tutti sotto i trent'anni, hanno creato un software per "rimorchiare" in metropolitana, che dopo due mesi di vita ha già allargato i suoi orizzonti. Vuole diventare «il sito di riferimento a livello mondiale per i mezzi pubblici», grazie al concorso per start up promosso da *Mind the Bridge* (associazione che recluta giovani talenti), e che dopo 3 mesi di «incubazione e mentoring» potrebbe farli volare a San Francisco a caccia di investitori. E pensare che l'approdo nella *Silicon Valley*, se tutto andrà bene, sarà nato «per gioco. Tutte le mattine - spiega Carlo, 24 anni - in metro verso

l'università, Enrico vedeva questa ragazza che gli piaceva. Ce ne ha parlato, noi lo prendevamo in giro. Ma poi abbiamo pensato: perché non creare un sistema per far ritrovare le persone in metro?». A tutti è capitato di notare qualcuno sui mezzi pubblici, «però lì sul momento, perché sei timido o sei di fretta, non fai nessun passo. *CityGlance* è nato così, come un social per conoscere gente vista sui mezzi». Nessuna bacheca virtuale o amministratori di pagine, però; soltanto un algoritmo che incrocia i dati degli iscritti con i parametri di ricerca inseriti da chi li ha notati. Ci si iscrive tramite Facebook, poi si compilano alcuni campi (genere, caratteristiche fisiche, età approssimativa e soprattutto percorsi abituali e orari) e si è schedati dentro *CityGlance*. La ricerca di altre persone, però, può nascere solo «da un contatto reale. Hai visto una ragazza bionda sulla ventina tra Loreto e Sesto Marelli, alle 8 di ieri mattina, con un Nokia in mano: con queste informazioni il sito contatterà le persone corrispondenti alla descrizione». Al massimo tre utenti, i cui profili restano privati finché non accettano la richiesta di contatto. Mentre i tre sviluppatori arricchiscono il software di nuove utilità e progettano di portarlo a Parigi, Berlino, Londra, Tokyo, New York e Mosca, quella dell'incontro è diventata solo una delle tante funzionalità di *CityGlance*. Ma quella curiosità mista a timidezza, che spinge i milanesi - per ora 1.500 - a iscriversi, è ancora la dimensione centrale. Certo, per avere successo nella ricerca ci vuole fortuna, e nemmeno Enrico ha trovato la ragazza che gli ha dato l'idea per il sito: «Però ci sono già delle storie di successo, che presto raccoglieremo in un blog per raccontare come *CityGlance* ha fatto nascere qualcosa: che sia un'amici-zia o, perché no, un amore».



«È qui da più di un secolo, un punto fermo della città. Ma lei non immagina quanti milanesi non sappiano nemmeno che esista. C'è chi mi chiede se sono sicura che Verdi e la Strepioni siano sepolti qui e non al Monumentale». Non c'è rabbia nelle parole di Biancamaria Longoni, assistente alla direzione, ma incredulità mentre parla di Casa Verdi, ultima grande opera del compositore di Busseto.

Un "luogo dell'anima", fortemente voluto da Giuseppe Verdi poco prima di morire. Un posto in cui potesse trovare un po' di riposo chi aveva fatto della musica il proprio lavoro e la propria ragione di vita. «Delle mie opere, quella che mi piace di più è la Casa che ho fatto costruire a Milano per accogliervi i vecchi artisti di canto non favoriti dalla fortuna, o che non possedettero da giovani la virtù del risparmio. Poveri e cari compagni della mia vita!» scriveva Verdi all'amico scultore Giulio Monteverde.

E dal 1902 a oggi, più di mille tra musicisti, compositori, cantanti, insegnanti di musica, hanno trovato ospitalità in questa casa di riposo unica al mondo, a metà strada tra un hotel di lusso di fine '800 e un museo. «Questo è proprio il pianoforte di Verdi, quello che aveva a Genova, a villa Doria, e dove ha composto gran

Casa Verdi dove la musica non ha età

Musicisti, cantanti, direttori d'orchestra e ballerini si raccontano sulle note del loro passato

di Maria Elena Zanini
@Mezanini

Da sinistra a destra: una veduta del palazzo, i ricordi sulla parete di uno degli ospiti di casa Verdi e due musiciste.

La Sala Toscanini in occasione dell'ultimo mercatino di Natale (Foto Diego Rinaldi) Giuseppe Verdi, il compositore nato a Roncole di Busseto che ha dato il nome alla casa di riposo. Sotto, il pianoforte del musicista italiano

parte delle sue opere. Non lo accordiamo e non lo suoniamo mai».

Sono altri gli strumenti che gli ospiti hanno a disposizione e che possono sempre suonare nelle 5 sale da musica attrezzate per loro.

«Ha visto l'organo nel Salone d'Onore? Io suono quello e il pianoforte: tengo concerti per chi viene in visita. L'ultima è stata per quelli dell'Alfa Romeo. Ho scelto Mozart, una sonata». Paola Principe, capelli bianchissimi e mani ferme, ha 84 anni, ed è ospite di Casa Verdi da 15, quando ha perso la madre e ha dovuto scegliere «o pagavo l'affitto o mangiavo. Una mia ex collega mi ha parlato di Casa Verdi, ho fatto la domanda ed eccomi qui». La signora Paola è un dei 55 ospiti che vivono attualmente nella Casa. Aveva tutti i requisiti per entrare: più di 65 anni d'età e una carriera nella musica. Lei ha dedicato tutta la sua vita al pianoforte. Si è diplomata al Conservatorio, ha fatto l'esame di abilitazione per l'insegnamento nelle scuole «a quarant'anni, un po' tardi, lo so, ma ho avuto problemi di salute» e ha sempre insegnato. Anche adesso. «Ogni ospite può avere quanti studenti vuole» conferma Biancamaria Longoni. Paola ne ha sette, di tutte le età. «Ho conosciuto la mia prima studentessa per caso. Ero a Casa Verdi da poco. Stavo rientran-



do da una passeggiata e ho chiesto a una ragazza di aiutarmi ad arrivare al portone. Qualche chiacchiera e scopro che stava cercando un insegnante di pianoforte. Ne aveva una proprio sotto il braccio».

Lei, assieme ad altri 20, vive nella nuova ala di Casa Verdi costruita negli anni Novanta, una RSA (residenza sanitaria assistenziale) per gli ospiti non autosufficienti che hanno bisogno di costanti cure mediche. «Riusciamo a fare tutto senza aiuti statali, nemmeno da parte del comune», commenta Biancamaria Longoni. La Casa chiede agli ospiti l'80% della loro pensione, ma le spese sono alte, soprattutto per chi necessita di cure, ma «dove non arrivano gli ospiti, arriva Verdi: la fondazione, sostenuta da privati, integra la cifra necessaria. In questo modo abbiamo la possibilità di accompagnare gli anziani fino alla fine della loro vita. Quando vengono svolti i funerali, nella cappella all'interno della struttura, nessuno canta o suona in segno di rispetto. Sono giorni difficili e commoventi per tutti».

La parola d'ordine in Casa Verdi è «fare»: atelier dei fiori, di maglieria, di pittura, fisioterapia, cineforum, sono alcune delle attività che gli ospiti possono scegliere. C'è anche un giornale trimestrale "La Voce di Casa Verdi", di cui Paola Principe è una

delle firme più attive.

Proprio sulle pagine di gennaio 2013 si è raccontato Vincenzo Reina, tenore. La camera è tappezzata di sue fotografie in abiti di scena, la più grande però è quella di "Duca", il suo cane pastore. «Come il Duca di Mantova del Rigoletto. L'opera con cui ho debuttato a 26 anni al Teatro Massimo di Palermo».

Piccolo di statura e con la corporatura un po' robusta dei cantanti d'opera, non è difficile immaginarselo nelle vesti di Otello o di Andrea Chénier mentre racconta la sua carriera.

«Avevo una grande carriera davanti a me. Ho cantato in famosi teatri italiani: il Petruzzelli, il San Carlo, ma la mia rovina è stata una lite con Giachino Lanza Tomasi, allora direttore artistico dell'Opera di Roma». Una discussione, uno schiaffo di troppo. Resta il fatto che Vincenzo Reina da allora smette di cantare nei teatri italiani. «Cos'ho fatto allora? Ho deciso di cantare all'estero, spesso nei teatri dell'Est. Per 10 anni ho fatto tournée in Cecoslovacchia, Bulgaria, Austria, Germania. Mi chiamavano, stavo lì un paio di mesi e cantavo anche 3 o 4 opere. Un sistema diverso da quello italiano». E poi? «Volevo tornare. Così ho fatto domanda nei Conservatori per insegnare canto. Vent'anni di insegnamento, poi la pensione, il con-



tratto d'affitto della casa che scade, ed eccomi qui a Casa Verdi». Da due anni Reina è ospite della casa, ma non si è mai integrato. La nostalgia della vita passata sempre in movimento, la voce «che non è più quella di una volta» gli impediscono di vivere serenamente. «Mi sento prigioniero, come nel quarto atto dell'Aida "La fatal pietra sovra di me si chiuse... ecco la tomba mia. Del dì la luce più non vedrò"».

Tutt'altro modo di vivere la vecchiaia quello di Giancarlo Viganoni che attacca bottone seduto sulle poltroncine rosse del salotto e comincia a raccontare: «Lo sa che sono un ex ballerino? Ho 90 anni e ho ballato alla Fenice e per le più grandi riviste fino agli anni '70: Wanda Osiris, Macario, Totò, Mina, Tognazzi». Una vitalità incredibile e un fisico di tutto rispetto che mostra con orgoglio nelle decine di fotografie in camera sua: «Questo sono io con Nureyev. In questa sono con Mina. Questo lo riconosce? - è Renato Zero - sa quanto ho litigato con lui? E guardi che carriera ha fatto. Qui sono a una cena con Beppe Grillo e Maradona, si figurì!».

Viganoni conquista subito e incuriosisce. «Posso farle qualche domanda?» «Mi piacerebbe, ma non posso! Alle cinque ho la partita a carte e non la salto mai!»

UN AMERICANO A MILANO

Per lavoro o per amore,
la vita degli yankee
sotto la madonnina

di Eva Alberti
@Eva_Alberti

«Mantenete un livello alto di vigilanza e prendete le misure appropriate per aumentare la vostra sicurezza personale». Non fosse stato per la polemica dell'8 febbraio, dopo il monito del Consolato agli americani in città, poi definito «di prassi», forse in pochi si sarebbero ricordati degli yankee sotto la Madonnina. Non che la comunità sia trascurata da Palazzo Marino, tutt'altro: l'assessore Boeri era accanto al console Kyle R. Scott il 9 marzo, durante la proiezione in lingua del film *Lincoln*. Solo, in genere, sono così discreti che il milanese medio si dimentica di loro. Eppure gli anglofoni in città sono circa 35mila. Quanti di loro siano statunitensi non è dato saperlo, il Consolato non lo divulga e comunque non tutti si registrano all'arrivo. Una certezza però c'è: diminuiscono. A Opera, alla Scuola Americana di Milano, solo il 15 per cento degli iscritti ha stelle e strisce sul passaporto e ormai gli italiani sono la maggioranza: e dire che quando era stata fondata, nel '62, da un gruppo di genitori espatriati, garantiva un'istruzione americana doc, solo ai loro figli. «Negli ultimi cinque anni i dipendenti delle grandi aziende vengono mandati sempre meno in Europa per via della crisi», spiega Claudia Flisi, giornalista ed ex presidente dei *Democrats Abroad* (pratica-

mente una filiale del partito di Obama all'estero). Claudia, capelli a caschetto ed energia da vendere, è americana, ma ormai ha lasciato anche Milano per vivere a Busto Arsizio col marito italiano, conosciuto durante un anno di università passato a Bologna. Prima è stato lui a trasferirsi in America per una decina d'anni; poi si sono spostati in Italia per lavoro. Storia analoga, di interesse e passione, ha portato a Milano anche Elizabeth Hertzberg. Studentessa, 23 anni, è arrivata questo settembre dal Conservatorio di San Francisco per imparare la nostra lirica da un pianista della Scala. Essendo una lezione privata, però, per soddisfare il visto Elizabeth deve frequentare anche lezioni di Italiano e di conseguenza darne di inglese per mantenersi. Ovviamente, come la sua amica Belinda, ha un ragazzo italiano che vive a Milano. «Quasi sempre c'è l'elemento dell'amore» spiega Philip Grew, docente di inglese e informatica all'Università Statale «da una vita». «Più del 50 per cento dei nostri connazionali qua ha il compagno o la compagna italiana» precisa. Anche lui parla «italiano» ed è perfettamente integrato, ma non è così per tutti gli americani. Eric Sylvers, corrispondente da Milano per il *New York Times*, conferma che a questi «naturalizzati» corrispondono tanti

«expats», «espatriati», che conoscono poco la lingua e preferiscono servirsi di dottori, scuole, baby-sitter e ristoranti in lingua Inglese (spesso individuati ancor prima di atterrare sull'apposita rivista anglofona *Easymilano*). Questi americani si frequentano tra loro, spesso tramite associazioni come il Benvenuto Club. In generale non prevedono di restare a lungo, 2 o 3 anni al massimo: sono loro gli yankee che vanno scarseggiando per via della crisi. Le multinazionali, infatti, devono inviare a Milano i manager con famiglia al seguito, e oltre all'aumento, spesano loro alloggio e scuole internazionali per la prole. L'immigrazione per la moda, invece, soprattutto di modelli, non ha conosciuto crisi. Un'altra categoria di americani a rischio sono gli studenti. Di solito conducono una vita «da Erasmus», imparando poco la lingua ma apprezzando le bellezze della Penisola. A Milano preferiscono le città d'arte e in generale il loro numero cala per via dell'euro forte che «non rende conveniente come una volta venire in Europa», spiega Claude H. Ostfeld. Lui, imprenditore americano, ha invece trovato la sua piccola America in Italia: oggi ha una società che offre soluzioni per l'interconnessione dei computer, importando prodotti nel nostro Paese.

La città gioca d'azzardo

3.9 miliardi di euro spesi nei primi mesi del 2012. Comune e associazioni contro la ludopatia

di Silvia Morosi
@MorosiSilvia

«I soldi del portafoglio, un prestito da un amico, poi sono arrivato a giocare la tredicesima». P., 47 anni, sposato con due bambini, racconta così la sua storia. Iniziata qualche anno fa quasi per gioco, scommettendo con gli amici fino ad arrivare a scommettere parte dello stipendio al videopoker. In un bar vicino all'ufficio, per non dare troppo nell'occhio. Quello che potrebbe sembrare un divertimento qualunque è ormai una vera e propria dipendenza che coinvolge migliaia di persone, riconosciuta come tale nel Decreto Balduzzi del novembre 2012. Sono 159 le persone che a Milano dal 2012 a gennaio 2013 si sono rivolte ai tre servizi della Azienda Sanitaria Locale presenti nel territorio che prendono in carico pazienti con problemi di dipendenza patologica da gioco. Secondo i dati raccolti dal Dipartimento Dipendenze della Asl di via Gola, il 19 % dei pazienti è donna, il 93 % è italiano, e tra le altre nazionalità la più rappresentata è quella nord africana. L'età media dei pazienti è 50 anni, con un minimo di 19 ed un massimo di 84. Il 60% ha un lavoro, il 20% è pensionato, il 10% disoccupato. Tra i lavoratori il 70% è dipendente, il 20% libero professionista e il 10% precario. La metà dei pazienti ha una situazione sentimentale stabile, e solamente il 18 % è separato, divorziato o vedovo. Più del 50% ha una

licenza di scuola media inferiore, il 27% di scuola media superiore, solo l'1% ha un diploma universitario. La dipendenza più frequente è quella legata alle slot machine (79%), a cui seguono scommesse e gratta e vinci e il casinò. La durata del periodo di gioco patologico è molto variabile, e una precisa quantificazione del danno economico è difficile: mediamente i pazienti guadagnano 1.281 euro al mese e ne spendono al gioco il 91%; quando arrivano ai servizi per le dipendenze hanno accumulato debiti da 20.000 a 60.000 euro. A Milano nei primi otto mesi del 2012 la raccolta da slot machine e altri giochi ha superato i 3,9 miliardi di euro, a fronte dei 9,4 miliardi di tutta la Lombardia, con un incasso da parte dell'Erario di oltre un miliardo, secondo i dati forniti dai Monopoli di stato e dall'agenzia Agipro. Una fotografia di una industria, quella del gioco, che non conosce crisi. Come denuncia anche Federconsumatori, a un aggravarsi della crisi economica, reale o percepita, corrispondono un decremento dei consumi e un aumento del denaro speso per giocare. «Un divertimento come un altro, con un budget ragionevole. Non aspetto certo il colpo della vita» racconta M., avvicinandosi alle 8.20 di mattina alla slot machine con il resto delle monete del pacchetto di sigarette acquistato. Un gesto mecca-

nico, quasi ipnotico, le dita sui tasti e una parola prima di iniziare: «Dai questa è la volta buona». Una storia come tante altre, a testimoniare come un innocuo passatempo può trasformarsi in un'ossessione. «La convinzione di poter smettere quando si vuole è la droga peggiore. Ero incantato dal suono delle monetine che cadevano» racconta R., la cui famiglia è stata sconvolta da questo dramma, ma è riuscita a uscirne. Sono però tanti quelli che, messi di fronte alla realtà, negano di avere un problema e lo banalizzano, inventandosi delle scuse per non accettare quella che a tutti gli effetti è una malattia. Molte città stanno lottando contro questa piaga sociale. E anche Milano si è attivata, firmando con un centinaio di comuni italiani il *Manifesto dei sindaci per la legalità contro il gioco d'azzardo* e con una delibera sulla chiusura anticipata degli esercizi, bocciata a sorpresa dal Tar che l'ha giudicata «illegittima». Il comitato di cittadini Jenner-Farini si è anche inventato un attestato per premiare i «Bar senza slot» dove «anche il caffè è più buono», per contrastare la dipendenza dal gioco d'azzardo nel quartiere. «Abbiamo cominciato con la consegna del primo attestato» spiega Luca Tafuni portavoce del Comitato, aggiungendo «pensiamo di andare avanti con questo piccolo gesto che però ha un grande obiettivo».



VIVERE (DI)VINO

Il mestiere del sommelier, tra bottiglie pregiate, tradizione e l'innovazione dei blog

di Silvia Ricciardi

@Silviacciardi



Tra web e motorini che sfrecciano nel cuore di Milano, campare di vino diventa anche una questione di creatività e nuove tecnologie. Ma un denominatore comune tra vecchio e nuovo resta. «Dietro a una buona bottiglia ci sono storie, persone, progetti, sogni, fatiche, la capacità di tradurre nel prodotto vino la verità e l'unicità di un territorio». Franco Ziliani, giornalista e *wineblogger*, è entrato nel mondo enologico trent'anni fa, per amore. Perché è solo quando nasce una passione autentica per il vino che si trova il sentiero per accedere all'Olimpo dei professionisti del bere.

Gli amanti del bicchiere —o meglio, del calice-mezzo vuoto sono moltissimi a Milano, e si aggirano per enoteche e winebar, serate di degustazione e corsi per assaggiatori. Ma la scelta di legare il proprio mestiere al vino ha qualcosa di più radicale, di romantico.

In principio era il *sommelier*, figura che associamo istantaneamente a

ristoranti stellati e a un *savoir-boire d'élite*, ma delle cui consulenze si avvalgono ormai anche locali più popolari, che possono sostenere i costi di un esperto dell'*ars bibendi* saltuariamente. E oltre ai professionisti della *sommellerie* sono sempre più numerosi i milanesi che scelgono di approfondire la conoscenza delle uve che sorseggiano.

Hosam Eldin Abou Eleyoun è delegato dell'AIS (Associazione Italiana Sommelier), fondata nel 1965 nel capoluogo lombardo. L'ambasciatore del vino ci racconta che solo il 20 per cento di chi frequenta i suoi prestigiosi corsi al Westin Palace Hotel ha una professione legata al mondo enologico. Dei 1500 soci di AIS Milano gran parte è composta da avvocati, medici, impiegati, «che insieme a noi -sorride- divulgano il verbo del dio Bacco». Vogliono imparare a bere bene, a riconoscere la qualità anche nelle innumerevoli offerte italiane che non superano la soglia dei 10 euro.

«Un mito da sfatare è che il buon vino sia necessariamente costoso. Il vino può essere di qualità e molto accessibile economicamente». E aggiunge: «Prendiamo ad esempio la Lombardia. Valtellina, Franciacorta, Oltrepò Pavese e Mantovano esprimono produzioni molto apprezzabili, in crescita nonostante i tempi di crisi».

Il trend mostra inoltre che al vino ci si avvicina sempre prima. Tra i trenta e quarant'anni sono in molti a voler andare oltre l'happy hour. Nella schiera degli enoentusiasti di ultima generazione ci sono il cameriere e il *maitre* che ambiscono a un avanzamento di carriera, ma anche chi, da neofita assoluto, comincia per gioco con un corso di primo livello e finisce per completare il terzo livello e prendere il diploma di *Sommelier*. «Si tratta di un percorso di circa tre anni, per un investimento di 2000 euro. Ci sono diversi step da raggiungere, necessari per creare la memoria gusto-olfattiva imprescindibile per la

professione perché —spiega— un buon *sommelier* ha l'abilità di ricordare sapori, odori e luoghi».

Tra chi ha esordito per passione nel mondo enologico, trovando poi la via per farne un lavoro, Massimo Marchesi, una laurea in Scienze Politiche e un diploma da *sommelier* in tasca, insieme a Gabriele Giovanelli ha creato Milanovino.it, un servizio di distribuzione di vini che si rivolge direttamente ai privati, orgogliosamente serviti in 3 ore. Hanno esordito nel 2008, cercando nuovi spazi di commercializzazione per le cantine medio-piccole. Inizialmente diffidenti ad aprirsi a un nuovo mercato, quello dell'*e-commerce*, i produttori meno noti iniziano ora a realizzarne i vantaggi.

E a detta di molti professionisti del settore il futuro, anche del mondo enologico, passerà per forme di distribuzione che puntano ampiamente sulla disintermediazione tra chi il vino lo fa e chi lo beve.

«All'inizio ci prendevano in giro, e quando chiedevamo ai produttori le campionature per fare la nostra selezione, valutando il rapporto qua-

lità-prezzo delle bottiglie, dovevamo pagarle. Ora la situazione si è ribaltata. Nel nostro magazzino abbiamo cento etichette, per un totale di oltre cinquanta produttori che si affidano a noi per diffondere i propri vini». Il servizio è molto sostenibile. I ragazzi di Milanovino scorrazzano con motorini che possono portare fino a settantadue bottiglie per viaggio, e con il crescere dell'attività si sono rivolti a una società esterna, Milanbike, un innovativo servizio di consegna a domi-



Dan Lerner, wineblogger e divulgatore della cultura enologica a Milano. A sinistra, tracce di degustazione all'Enoluogo di v.le Doria (Foto M. Torcoli)

lino in bicicletta. Sulla stessa lunghezza d'onda navigano il web i giovani di Tannico, *start up* che ha compiuto un mese di vita, capitanata da Riccardo Zilli, urbanista prestato al mondo del web. «In Paesi dove si produce meno vino l'*e-commerce* funziona molto bene, ma soprattutto negli Stati Uniti e in Francia. La nostra idea è non solo

di vendere, ma anche di raccontare la storia di una bottiglia, promuovendo la cantina e offrendo al consumatore la possibilità di bere bene e prodotti sempre nuovi, seguendo la stagionalità dei vini». Il progetto, corredato da un'App che già supera i 1500 utilizzatori, si sviluppa fisicamente al Talent Garden, uno dei migliori poli per le *start up* nel panorama italiano. Così, con l'emergere di nuove forme di commercializzazione e comunicazione, anche il mondo enologico

si plasma ai tempi della crisi. Dan Lerner, che da qualche decennio lavora nel mondo del vino per passione, è l'esempio di chi, con grande competenza, ha saputo innovare la propria professione adattandola alle nuove tecnologie. Oltre al commercio «old-style» Lerner è un *wineblogger* e

opinion leader affermato, capace di usare strumenti come Twitter e Facebook a vantaggio della propria esperienza. «Che ci siano sempre più appassionati che scrivono e dibattono delle loro esperienze enoiche è un bene». E, parafrasando Humprey Bogart ne *L'ultima minaccia*, aggiunge «È la rete, bellezza!».

Focus

LA MODA DEI VINI NATURALI

Chi non ne ha sentito parlare è astemio. Sono i cosiddetti «vini naturali», che hanno aperto un dibattito tra i guelfi e ghibellini del mondo del vino italiano e incuriosito gli amanti del succo d'uva fermentato. È una tipologia di vini che nascono da agricoltura biologica e biodinamica, ovvero che escludono gli interventi chimici in vigna. Privilegiano prodotti a lievitazione spontanea, cioè lieviti non selezionati in laboratorio, e non usano additivi enologici. Sono prodotti per puristi, ma non solo. In molte enoteche milanesi li servono da anni. Ai corsi AIS iniziano a degustarli per farli capire al consumatore. Ma a dimostrazione del grande interesse che ruota attorno a questi vini scende in campo Vinitaly. La fiera punta di diamante del commercio enologico, che si terrà a Verona tra il 7 e il 10 aprile, ha riservato ai vini naturali un intero padiglione espositivo. Si tratta di ViViT, Vigne, Vignaioli e Terroir, dove i vignaioli artigiani esporranno i loro prodotti. E se gli esperti si dicono favorevoli a questa nuova frontiera del produrre, fondata su una grande attenzione per il territorio, gli integralismi vanno sempre scongiurati.

S.R.

QUANDO LA FAME NON HA ORARIO

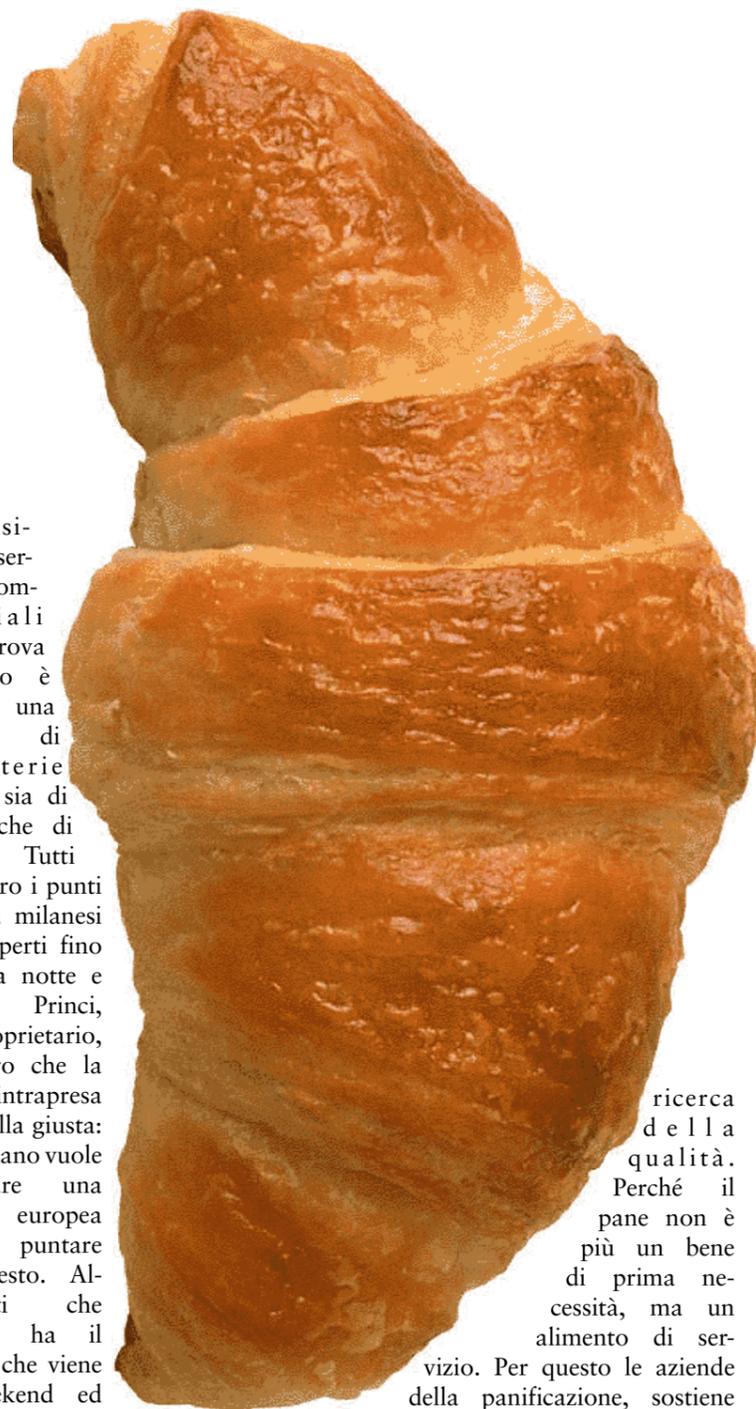
Un viaggio notturno in un mestiere antico che sta cambiando e deve fare i conti con la crisi

di Enrico Tata
@EnricoTata

Milano, due di notte di un sabato qualsiasi. Simone, 22 anni, ha appena finito la sua serata, tra balli e alcool, in un famoso locale nella zona nord di Milano. Vorrebbe un dolce oppure un pezzo caldo di pizza appena sfornata, possibilmente non il solito kebab o il solito «panino guasto», come lo chiama lui. Accanto al locale c'è un forno, uno di quelli artigianali in cui il pane si fa per davvero e dove si lavora tutta la notte. Le luci sono accese, l'odore è quello tipico e insuperabile del pane appena sfornato, «un profumo che ti fa sballare». Da una finestra laterale che solo pochi riescono a scovare, fuoriescono pezzi di pizza appena sfornata al costo di un euro o poco meno. Tutto in nero, un modo per il panettiere per arrotondare i guadagni.

La recente liberalizzazione degli orari dei negozi, voluta dal Governo Monti nel decreto Salva Italia, incentiva le aperture notturne. A Milano un supermercato ha deciso, con un certo successo, di tenere aperto anche di notte, ma gli esempi in questo senso rimangono pochissimi, anche nel settore della panificazione, un settore in cui si lavora nelle ore buie e che quindi si presterebbe a regolari aperture notturne. Tra i 1600 forni artigianali di Milano e provincia uno dei

pochissimi esercizi commerciali che prova a farlo è Princi, una catena di panetterie aperta sia di notte che di giorno. Tutti e quattro i punti vendita milanesi sono aperti fino a tarda notte e Rocco Princi, il proprietario, è sicuro che la strada intrapresa sia quella giusta: «se Milano vuole diventare una città europea deve puntare su questo. Altrimenti che piacere ha il turista che viene il weekend ed esce la sera se trova i negozi chiusi?». Secondo una ricerca Swg, basata sulle opinioni dei consumatori e dei panificatori in merito «all'arte bianca», il nuovo imperativo deve essere la



ricerca della qualità. Perché il pane non è più un bene di prima necessità, ma un alimento di servizio. Per questo le aziende della panificazione, sostiene la ricerca, devono andare verso la specializzazione e la differenziazione. Secondo i consumatori il rilancio dell'arte bianca dovrebbe passare verso una trasformazione del panifi-



A Sesto San Giovanni il fornaio è un lavoro anche per giovani (Foto Tata). Nella provincia di Milano il pane costa più del doppio rispetto a Napoli

cio in piccole boutique del gusto, un ampliamento della gamma dei prodotti offerti, naturalità degli ingredienti, possibilità di mangiare all'interno della panetteria, la riscoperta delle antiche tradizioni, nuovi canali di vendita anche online, luoghi dove si possa trovare pane fresco 24 ore su 24. Ma qualche cliente potenziale si tiene alla larga dalle vetrine eleganti e luccicanti di Princi: «Certe persone qua non ci entrano, non è un posto per tutti, è troppo fighetto per noi, non è autentico e non ci piace» sussurra il capobanda di un gruppo di ragazzi. Il problema clientela è certamente un problema delle aperture notturne e, a volte, può essere un vero e proprio limite. Navigli, un luogo cult della movida milanese. Il ritrovo del fine serata è una briocheria, l'unica esistente. Dopo aver saziato la fame, la folla si riversa inevitabilmente sul marciapiede subito davanti al locale. Spesso c'è qualcuno che ha ecceduto con l'alcol, a volte semplicemente si sommano le voci, tant'è che facilmente si supera il limite di 55 decibel imposto dal comune di Milano per il «rumore antropico», vale a dire proprio il suono delle persone all'esterno dei locali. La saracinesca della briocheria si apre e si chiude intrappolando i clienti all'interno, l'orario di chiusura è variabile e dipende

molto dalle proteste dei cittadini e dai controlli della polizia. Dalle finestre di sopra spesso provengono urla e rumori inquietanti che dimostrano che i residenti non gradiscono molto l'idea che si passi la notte sotto la loro abitazione. Proprio questo mese i proprietari dei locali dei Navigli hanno ricevuto nuovi controlli da parte della procura, sollecitata dai cittadini «tormentati» dal troppo rumore notturno. Alfredo Zini, vice presidente vicario di Epam (Associazione pubblici esercizi di Confcommercio Milano) ha commentato che «nostante la liberalizzazione delle aperture, la libertà di impresa viene costantemente limitata. E non si capisce come si faccia a indagare il titolare di un locale per qualcosa che succede al di fuori del locale». È vero che è un mestiere che cambierà e sta già cambiando per le nuove esigenze del mercato, ma quello del panettiere è un mestiere ancora richiestissimo, anzi, secondo ConfArtigianato è il più richiesto nel mondo del lavoro insieme a quello degli installatori di infissi. È un lavoro che però, come conferma Mario Partigiani di Assopanificatori, nessun giovane vuole intraprendere: «C'è scarsa reperibilità di manodopera perché i giovani non vogliono intraprendere questo mestiere per via dei sacrifici

che richiede: è un lavoro che si fa di notte, bisogna alzarsi molto presto, mentre i giovani preferiscono andare a ballare e fare tardi per divertirsi». C'è poi un dato da segnalare e con il quale i panificatori milanesi devono fare i conti: come riporta un'indagine di Altro Consumo sul 2012, Milano è la prima città in assoluto per costo al chilo del pane, una media di 3,94 euro al chilo contro i 2,66 euro di Roma e 1,70 euro di Napoli, che è la città italiana dove il pane costa meno. A Sesto San Giovanni quattro ragazzi, tra i ventiquattro e i venticinque anni, hanno deciso di provarci e hanno rilevato un forno. Aprono anche di notte nel weekend perché dicono che «senza aperture notturne non si riuscirebbe a pagare quattro stipendi, quindi è una scelta quasi obbligata». Una scelta che sta funzionando perché, «il forno è sempre pieno di notte ed è diventato, in pochissimo tempo, un luogo di ritrovo notturno, soprattutto per i ragazzi che escono dal One Way, una discoteca qua vicino. Abbiamo puntato su un'offerta di qualità che i ragazzi hanno apprezzato subito. Un'alternativa notturna ai soliti panini e kebab». Quasi tutte le notti però devono far fronte ai controlli della polizia che quasi sempre riescono a convincere a non farli chiudere.

COME INCANTARE I GRANDI SCRIVENDO PER BAMBINI

Beatrice Masini racconta il suo esordio nella narrativa per adulti

di Lucia Maffei
@maffei_lucia



Beatrice Masini nel suo ufficio di via Rizzoli a Milano (Foto Maffei). A destra la copertina del suo ultimo libro. In basso, un'illustrazione tratta dal libro "Sogni di Bambine" di Nicoletta Ceccoli, con testi di Beatrice Masini

L'ufficio di Beatrice Masini al quinto piano di via Rizzoli è meno ingombro di libri di quanto si potrebbe pensare. Ce ne sono sugli scaffali, insieme a un cagnolino di peluche giallo. Ma sulle pareti c'è posto per tanti fogli stampati: copertine, fotografie e la poesia di Giovanni Giudici *Ai pompieri di New York*, scritta per i vigili del fuoco morti nel crollo delle Torri Gemelle. Attaccata al muro c'è anche l'immagine in tutù di Emma, la figlia minore della scrittrice, editor e traduttrice che siede alla scrivania.

Oltre ad essere responsabile della narrativa straniera per Rizzoli, responsabile editoriale della narrativa per ragazzi di Rcs Libri e autrice di oltre cento libri per bambini, Beatrice Masini, 50 anni, milanese, maglione nero e spilla di brillanti a forma di insetto portata a lato, ha scritto e pubblicato a gennaio il suo primo romanzo per adulti, *Tentativi di botanica degli affetti*. Una storia nata in un primo momento come un libro per ragazzi, poi trasformatasi in qualcosa di diverso. L'autrice racconta di aver cominciato a



scrivere una parte del racconto che le era apparsa subito chiara, il rapporto tra due giovani amiche, ma che piano piano si è resa conto che quello non era «il cuore» del romanzo. «Il romanzo si è preso il suo tempo per sedimentare. Non c'è stato un vero e proprio passaggio tra la scrittura per bambini e quella per adulti, dato che non sono cose diverse. Direi piuttosto che viaggiano in parallelo».

Ambientato nell'Ottocento, *Tentativi di botanica degli affetti* racconta la storia di Bianca, diciottenne assunta da un ricco poeta perché ritragga ad acquerello tutte le piante del suo giardino. Come spiega la stessa autrice, è una figura non priva di rapporti con le protagoniste delle storie che ha scritto finora: «Bianca è una "bambina grande", dotata di una personalità e di un'ingenuità positiva capace di tenere insieme tutto il

romanzo». Il riferimento è a come le bambine di Beatrice Masini siano spesso *Belle astute e coraggiose*, titolo della serie di racconti da lei firmata e inaugurata dall'avventura di Agata, principessa che scappa dal suo castello alla ricerca di uno specchio che possa ridare il sorriso alla sua mamma. L'autrice da piccola era un tipo intraprendente? «Ero timida, ma impulsiva. In quei racconti ci sono le bambine che avrei voluto essere, e che mi sono divertita a collocare in luoghi e tempi diversi. Oggi la timidezza l'ho persa per strada, ma la riservatezza l'ho mantenuta».

A scuola dalle Orsoline Beatrice Masini aveva già chiari i suoi interessi: «Mi piacevano il latino e il greco, ero veloce a fare i compiti. Nel tempo che mi restava scrivevo poesie e un diario. Il primo racconto in forma compiuta si intitolava, con grande originalità, *Primo amore*». Nel tempo libero studiava danza classica. «Non ero bravissima, ma neanche una bestia. Mi sono divertita perché sapevo che il balletto non era la mia vita». La passione per il balletto affiora in opere come *Olga in punta di piedi* e

nella serie *Scarpette Rosa*, ma anche la laurea in lettere antiche ha il suo riflesso nella carriera da scrittrice. In *Signore e signorine. Corale Greca*, Beatrice Masini racconta ai bambini dai 9 anni in su le protagoniste delle tragedie del mondo classico, Penelope, Medea, Alceste e le altre. «Scrivere quel libro è stata l'occasione per rileggere tante cose. È stato bello trovare la voce

«La scrittura per bambini e quella per adulti viaggiano in parallelo»

per ciascuna delle protagoniste. In particolare per Nausica, quando parla con la nutrice».

Gli interessi culturali non la abbandonano quando comincia a lavorare a *Il Giornale* di Indro Montanelli, e nemmeno quando passa a *La Voce*, dove si occupa delle

pagine milanesi e degli spettacoli, con una preferenza per le cronache teatrali della Scala. Oggi è una lettrice assidua, come i suoi figli, del resto: Tommaso (21 anni) ama le *graphic novel* e i gialli, mentre a Emma (13 anni) piacciono Jacqueline Wilson e Mafalda. Lei preferisce la letteratura in lingua straniera e le scrittrici: Patricia McLachlan, Edith Wharton, Jane Austen e Antonia Byatt, senza dimenticare David Almond, Bianca Pitzorno e Isabella Bossi Fedrigotti. Anche *Harry Potter*, la saga dell'inglese Joanne Kathleen Rowling, l'ha conosciuto prima da lettrice che da traduttrice: «Ho cominciato a lavorarci a partire dal terzo episodio, è stato un gran divertimento. Il mio metodo? Quando traduco, prima leggo con il gusto di leggere, poi torno indietro piano piano. Quando scrivo invece lavoro in modo disorganico, ho dei punti fermi e poi il vuoto davanti». Dieci anni di lavoro ha richiesto colmare il «vuoto» nella scrittura di *Tentativi di botanica degli affetti*, che si svolge tra la città e la campagna milanese. E lei, l'autrice, che ha tra l'altro tradotto (e amato) il classico per ragazzi *Il giardino segreto* di F. H. Burnett, come se la cava con il giardinaggio? «È una passione teorica. A casa ho due balconi con vasi di primule, ma nella casa sul lago dove andiamo nel fine settimana c'è qualche "tentativo di giardino": tutte piante che sanno cavarsela, e che resistono là come se fossero barricate».

CROSSFIT, L'ALLENAMENTO DIVENTA VIRALE



Cos'è e come funziona la novità che rivoluziona il modo di concepire la palestra

di Andrea Zitelli
@AndreaZitelli

Una sessione di allenamento di Crossfit al Bicocca Reebok

(Foto Bicocca Reebok Crossfit)

«**O**ur warm-up, is your workout» («Il nostro riscaldamento è il vostro allenamento»). Motto che riassume lo spirito di uno degli sport che sta conoscendo un grande successo in Italia e nel resto del mondo: il crossfit. Parola composta da «cross» che sta per «incrocio» e «fit» per *fitness*. Metodo di allenamento creato in America negli anni Settanta basato infatti sulla combinazione di quattro elementi: velocità, forza, agilità e potenza. Chi deciderà di praticarlo si troverà davanti a un lavoro fisico, estremamente faticoso, della durata massima di venti minuti, che unisce diverse discipline come il sollevamento pesi, la ginnastica e l'atletica.

Ruolo chiave nella viralità di questa pratica sportiva è stato giocato da internet. Video su Youtube, articoli in rete, hanno creato un vero e proprio passa parola intercontinentale. Online avviene la preselezione ai *Crossfit Games* - i campionati mondiali di questa disciplina - dove i partecipanti di tutto il mondo possono competere, inviando un video della loro prestazione, per

sfidare gli atleti migliori. In Italia, rispetto ai dati dell'iscrizione alle palestre tradizionali che secondo le stime del settore, segnano, nel 2012, un calo del 40% - anche per via della crisi economica - e a una popolazione che vede quattro italiani su dieci avere una vita sedentaria, l'attenzione e il pubblico per il Crossfit sono in controtendenza. Il perché lo spiega Francesco Ajello, coach presso la palestra M1, uno dei centri specializzati di Milano: «L'obiettivo è creare un corpo che si modificherà in base alle proprie esigenze. Al contrario della palestra normale che ha invece come fine primo quello estetico». Questo perché, continua Ajello, «vengono utilizzati movimenti funzionali e multi articolari, con continue variazioni, ricreando una molteplicità di stimoli che si ritrovano poi nei movimenti quotidiani». Il riscontro nella vita di tutti i giorni, sia per un diociotenne che per un quarantenne, indifferente se uomo o donna, sarà sia nella azioni più semplici come salire le scale sia in quelle più intense come correre.

Non si tratta di un'attività sportiva preclusa ad un'élite di atleti, ma anzi è aperta a chiunque abbia la volontà di praticarla. La conferma arriva anche da Marco Masoero, allenatore al box Reebok Crossfit Bicocca: «La modulazione è la base di questa metodologia allenante, con il risultato che persone di sesso, età, stato di *fitness* completamente differenti potranno allenarsi insieme». Nei centri crossfit «la classe», ossia le persone che eseguono in contemporanea il «Wod» - *workout of the day* («lavoro del giorno») - è composta al massimo da dieci persone. Tetto numerico che compatta il gruppo, animato da una identica passione. Molte palestre tradizionali, visto il successo, stanno tentando di cavalcare l'onda, improvvisando corsi di Crossfit. «La fretta di riprendere la moda del momento - sottolinea però Masoero - causa un'approssimazione nella qualità offerta al cliente». I grandi centri di *fitness*, infatti, lavorano più che altro sui numeri e, come conferma Francesco Ajello, il risultato «è un servizio scadente con istruttori improvvisati».

IN CORSA FINO ALL'ULTIMO MIGLIO

La città si prepara alla Milano City Marathon del 7 aprile. *Pink Power* e *Mental Training* i protagonisti di quest'edizione

di Francesco Paolo Giordano
@fpaologordano



La partenza della Milano City Marathon 2012. In basso, Emma Quaglia, seconda lo scorso anno (Foto G. M. d'Alberto)

Correre è un gioco, correre una maratona è una sfida. Milano si prepara alla sua maratona, in programma il 7 aprile e lo fa promuovendo il *Pink Power* e il *Mental Training*.

Organizzata da Rcs Sport, la maratona milanese, giunta alla tredicesima edizione, attirerà atleti da tutto il mondo, che siano *runners* professionisti o semplici amatori. Dopo quella di Roma, la Milano City Marathon è la più importante d'Italia: lo scorso anno è stata raggiunta la cifra record di 13.587 iscritti, provenienti da 85 paesi diversi. Un successo raggiunto anche grazie all'introduzione, a partire dal 2010, della staffetta, che permette di formare una squadra di quattro corridori che si dividono equamente la distanza del percorso.

Il *Pink Power* è un'iniziativa diretta a richiamare le donne al mondo della corsa: tre sedute di allenamento in compagnia dell'ex maratoneta Lucilla Andreucci, vincitrice della prima edizione della maratona milanese. È lei a parlarcene: «Noi vogliamo che le donne superino le proprie inibizioni e si affaccino al mondo della corsa. Lo scorso



anno, nella maratona di Milano, solo il 20 per cento degli iscritti era di sesso femminile. Questo per via di un problema culturale: le donne non si sentono a proprio agio nel correre da sole. Così l'idea di correre tutti insieme, insieme ad altre donne, può essere un modo per invogliarle a partecipare». È questo il messaggio del *Pink Power*: tutti possono correre, venite a provare. «Le nostre non sono vere e proprie sedute di allenamento, non sono preparatorie alla maratona. Infatti, tra le donne che vengono a correre c'è anche chi non ha mai provato. Più che tabelle di allenamento forniamo consigli: facciamo appassionare le donne alla corsa e speriamo che il movimento possa allargarsi».

Cosa ti insegna la maratona? La Andreucci risponde: «Il senso del lavoro e del sacrificio in nome di un traguardo. E questo ti resta dentro. Per correre 20-30 km al giorno, 300 km a settimana, come facevo io nella mia carriera agonistica, occorre avere tantissima energia, mentale ancor prima che fisica. Ci sono momenti in cui pensi di non farcela più. A quel punto ti

ripeti: ancora un metro, pensi al traguardo che pian piano si avvicina. La forza mentale è fondamentale».

In merito all'aspetto mentale della corsa, la *Milano City Marathon* ha promosso, in collaborazione con l'Ordine degli psicologi della Lombardia, il *Mental Training*, lo sviluppo di abilità mentali, utili per la prestazione. Ce ne parla Andrea Colombo, ex atleta professionista e oggi psicologo dello sport: «Il nostro programma prevede un ciclo di cinque incontri, sia teorici sia sul campo. Gli incontri teorici sono strutturati in due parti: l'insegnamento di tematiche inerenti alla psicologia dello sport, in particolare come funziona la mente, e le pratiche di tipo esperienziale. Queste ultime vengono svolte con le tecniche di visualizzazione, che sono tecniche ipnotiche: con la fantasia, si ricreano situazioni di stress per allenare il nostro cervello a rispondere nel migliore dei modi. Gli allenamenti sul campo sono sessioni di allenamento di 10 km che gli atleti fanno digiuni, senza cena della sera prima e senza colazione. Questo per ricreare la situazione di crisi della maratona, che abitualmente arriva dopo il trentesimo chilometro. Insegniamo alla gente come affrontare questo tipo di disagio mediante la tecnica del dialogo interno, che fa concentrare l'atleta su elementi fisici come il respiro e la allontana da pensieri negativi».



Una danza irresistibile Harlem Shake il nuovo ballo virale

Come per il Gangnam Style, lo ballano i conduttori in tv, gli universitari nei loro dormitori, i dipendenti negli uffici. Poi vigili del fuoco, militari, studenti. Migliaia di utenti da una parte all'altra del globo. Il suo nome è Harlem Shake e dura solo 30 secondi. Baauer è l'autore del tormentone del momento, ha 23 anni ed è un deejay e produttore americano, ha 250 mila persone che lavorano per la sua causa. Gratis. Loro sono quelli che lo hanno reso tale inondando YouTube di video amatoriali con quella colonna sonora. Dietro al fenomeno non c'è una strategia di marketing. Baauer una clip ufficiale neanche l'ha girata. Tutto è nato per caso.

(Corriere.it, 11 - 3 - 2013)



Cina Un video hard per i panda

Ke Lin, una femmina di panda gigante che vive nel centro di ricerca Chengdu, nella provincia cinese di Sichuan, guarda il video dell'accoppiamento di due suoi simili. L'animale aveva più volte rifiutato il partner Yong Yong, tanto da preoccupare i responsabili del centro. Lo staff ha così deciso di mostrare a Ke Lin un video per insegnarle come funziona l'accoppiamento. L'esperimento ha funzionato, dopo la visione i due animali si sono uniti con successo.

(The independent, 15 - 3 - 2013)

Bangladesh Matrimonio su Skype fra Dhaka e Roma

Quando Bidrohi e Henrietta si sono sposati non mancavano né i testimoni, né gli abiti eleganti, né le emozioni. Ma erano a 7 mila chilometri di distanza. Bidrohi sedeva in un ufficio di Roma, e Henrietta, stava in un appartamento di Dhaka, capitale del Bangladesh, con i testimoni e il delegato di governo. A collegarli erano due computer portatili e una connessione internet. Il fatidico "sì", è viaggiato veloce sulle onde di Skype.

(Repubblica.it, 16 - 3 - 2013)



Australia Fai anche tu il più bel lavoro del mondo

«Best Job in the World», la promozione che ha stupito il mondo intero nel 2009, è tornata con sei incredibili posti di lavoro messi in palio da Tourism Australia (TA), in partnership con alcuni enti di promozione turistica. Fra questi: fotografo trendy; specialista del divertimento; custode di Kangaroo Island; maestro del gusto. Ciascuno con un contratto di sei mesi e un pacchetto retributivo pari a 100 mila dollari australiani (circa 80 mila euro). I candidati devono registrarsi, entro il 4 aprile su www.australia.com/bestjobs.

(Il Giorno, 16 - 3 - 2013)

Amsterdam Una vita da squillo

Le sorelle gemelle omozigote Louise e Martine Fokkens, le prostitute più anziane di Amsterdam, vanno in pensione alla tenera età di 70 anni. Il loro *palmares* conta oltre 355 mila uomini e una carriera lunga oltre 50 anni. Dopo il documentario *Meet the Fokkens*, di Gabriëlle Provaas e Rob Schroder, uscito nel 2011, che le vedeva come personaggi di spicco dell'ambiente, la loro storia adesso, insieme a quella del quartiere a luci rosse, verrà raccontata in un libro. Il titolo, *Due vite in vetrina*, sarà pubblicato in Italia da Vallardi il prossimo 4 luglio, e descriverà la loro esperienza con il quartiere "hot" più famoso del mondo.

(Huffington Post UK, 13-3-2013)

Città del Vaticano Il gabbiano più famoso del mondo

Un gabbiano è stato il vero protagonista del Conclave che ha eletto Papa Francesco. Appollaiato sul comignolo della Cappella Sistina per quasi mezz'ora, è diventato una star. La sua immagine ha fatto giro del mondo con foto e video. Qualcuno gli ha creato anche un profilo Twitter (@SistineSeagull), che in pochi minuti dall'apertura ha raccolto oltre 5.000 followers da tutto il mondo, che finora hanno potuto leggere e commentare alcuni ironici tweet in inglese.

(Abcnews.go.com, 14 - 3 - 2013)

Cinema



Il lato positivo - Silver Linings Playbook

Dal 7 marzo
Regia: David O. Russell
Genere: Commedia
Cast: Bradley Cooper, Robert De Niro, Jennifer Lawrence, Jacki Weaver, Chris Tucker

Spring Breakers - Una vacanza da sballo

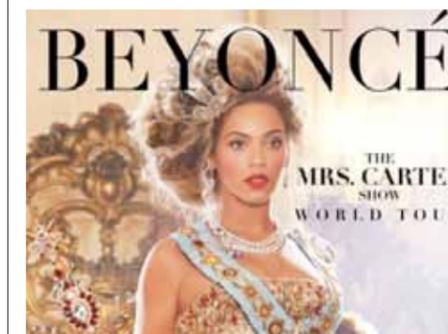
Dal 7 marzo
Regia: Harmony Korine
Genere: Commedia
Cast: James Franco, Selena Gomez, Vanessa Hudgens, Ashley Benson, Rachel Korine

La cuoca del Presidente

Da 7 marzo
Regia: Christian Vincent
Genere: Biografico
Cast: Catherine Frot, Jean d'Ormesson, Hippolyte Girardot, Arthur Dupont, Jean-Marc Roulot

Musica

di Maria Chiara Furlò e Gabriele Principato



Lana Del Rey
Dove: Mediolanum Forum, Assago
Quando: dal 7 maggio
Biglietti: da 41,40 a 48,30 euro
Info: www.ticketone.it

Beyoncé
Dove: Mediolanum Forum, Assago
Quando: 18 maggio
Biglietti: da 115 a 1.200
Info: www.ticketone.it

Modà
Dove: Mediolanum Forum, Assago
Quando: 14 aprile al 06 maggio
Biglietti: da 31 a 57,50 euro
Info: www.ticketone.it

MIM Ambaradan

Mostre

Robert Doisneau
Dove: Spazio Oberdan Cineteca Italiana, Milano
Quando: Dal 20 febbraio al 5 maggio
Biglietti: 10 euro
Info: www.doisneamilano.it

Una scrittura sconcertante
Dove: Fondazione Arnaldo Pomodoro, Milano
Quando: Dal 10 aprile al 30 maggio
Biglietti: Ingresso libero
Info: www.fondazionearnaldopomodoro.it

Modigliani, Soutine e gli artisti maledetti
Dove: Palazzo Reale, Milano **Quando:** Dal 21 febbraio all'8 settembre
Biglietti: 11 euro
Info: www.artpalazzoreale.it



Teatro

Le voci di dentro
Dove: Piccolo Teatro di Milano
Quando: 27 marzo al 28 aprile
Biglietti: da 26 a 33 euro
Info: www.piccoloteatro.org

Odyssey
Dove: Teatro Strehler, Milano
Quando: dal 2 al 24 aprile
Biglietti: da 16 a 32 euro
Info: www.piccoloteatro.org

Siamosoloni
Dove: Teatro Franco Parenti, Milano
Quando: Dal 3 al 7 aprile
Biglietti: da 22 a 33 euro
Info: www.teatrofrancoparenti.it



LA FOTOGRAFIA

Il corteo dedicato alla memoria di Dax Davide Cesare, ucciso 10 anni fa a Milano, partito da Piazza 24 maggio il 16 marzo. Durante la manifestazione alcune filiali bancarie del centro città sono state danneggiate. ANSA/MOURAD BALTI TOUATI

