

Gente di città

Un fotografo
gira per la città
e sceglie
le sue "prede":
umani senza
nome che però ci
mettono la faccia.
Gli scatti, apparsi
sui social, hanno
raccolto una
valanga di "like".
Così Milano
dice a se stessa
quanto si piace



iPantellas

Chi è il duo comico
che ha conquistato YouTube

SestoAltruista

Quando il volontariato
diventa flessibile

Vintage

Non un modo per risparmiare
ma ricerca dell'alta moda

Videogiochi

Milestone, la softwarehouse
che guida il mercato italiano

Sommario

3-18 Novembre 2015



3 Voci, immagini e curiosità:
ecco il nuovo MM
di Federica Scutari

4 Mix
a cura di Federica Scutari

6 «Cerco piccoli pezzi
di piccole storie»
di Angelica D'Errico

8 Il volontariato diventa flessibile
per dare una mano quando si può
di Alberto Bellotto

10 Pastafariani
a Milano
di Gabriele Nicolussi

12 Il "Rinascimento"
dei documentari
di Camilla Colombo

14 Il team
dei videogiochi
di Nicola Grolla

16 Il menù, la location
e lo chef: ricetta
per cene social di successo
di Carmela Adinolfi

18 Milano "capitale morale"?
Di sicuro è quella di YouTube
di Andrea de Cesco

20 Cinque domande a... Pietro Massarotto
di Matteo Furcas

foto di Livia Liberatore



17 Il vintage? È alta moda di qualità
di Livia Liberatore

direttore responsabile
Venanzio Postiglione

vice direttore
Raffaella Calandra

al desk
Matteo Furcas
Gabriele Nicolussi
Federica Scutari

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

Indirizzo e-mail
giornalismo@unimi.it

direttore della Scuola
Marco Cuniberti

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-Loreto Print
via Andrea Costa, 7 - 20131
Milano

di Federica Scutari

@fedemz89

Foto di Matteo Furcas



VOCI, IMMAGINI E CURIOSITÀ: ECCO IL NUOVO MM

Il cambiamento è qualcosa che ha toccato ognuno di noi 30 praticanti della Scuola di Giornalismo Walter Tobagi: c'è chi, per essere qui, si è trasferito a più di mille chilometri da casa, chi ha iniziato il percorso nell'incertezza per poi capire che questo è davvero il suo sogno, chi ha cambiato prospettive, convinzioni, obiettivi. Ma anche il master stesso si reinventa in forme diverse, a cominciare da questo giornale.

Il quindicinale MM cercherà di essere quanto di più vicino ci sia a un paio di occhi che osservano ciò che accade. A partire da questo primo numero del nostro secondo anno proveremo a raccontare Milano e i suoi dintorni in modo dinamico, con articoli più brevi, immagini, volti e voci di chi vive la città.

Ci sarà un'intervista a un personaggio, una figura pubblica o semplicemente qualcuno legato in qualche modo al territorio, che risponderà alle nostre domande sull'attualità milanese.

Abbiamo poi deciso di creare la pagina "delle 5 domande", una sorta di racconto lampo di un evento, un'associazione o un fenomeno di attualità attraverso le parole di chi se ne occupa tutti i giorni.

Un'altra cosa che non faremo più da soli è vedere. MM diventa letteralmente un "guardare con voi" con la doppia pagina dedicata a una foto che, accompagnata da poche righe, sia capace di mostrare gli aspetti più curiosi della vita della città metropolitana.

Infine, la novità che più rispecchia

la nostra voglia di reinventarci come un periodico più immediato e vicino agli interessi della generazione dei millennials: le pagine del Mix. Due facciate in cui raccoglieremo "pillole" di Milano che possano essere lette in pochi secondi, sul metrò o in una pausa dallo studio: numeri rivelatori, frasi eccentriche o brillanti, opere d'arte da riscoprire, eventi da non perdere.

Come diceva Winston Churchill: «Non sempre cambiare equivale a migliorare, ma per migliorare bisogna cambiare». Noi ci proviamo.



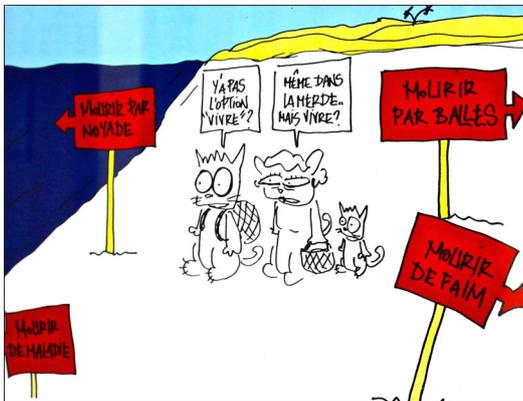
Dietro le quinte del nuovo numero

Scoprire il legno a Eataly Smeraldo

Chi immagina il falegname come un anziano con lo scalpello fra i trucioli della sua bottega, dovrà ricredersi. A Eataly Milano Smeraldo il 20, 21 e 27 novembre gli studenti del Polo formativo del Legno Arredo mostreranno i metodi di lavorazione di questo materiale. Professionisti del mogano e del rovere illustreranno come si trasforma il tronco di un albero in una libreria per il salotto. Eataly ha scelto di valorizzare ciò che ancora è il fondamento delle nostre costruzioni: in Piazza XXV aprile saranno esposte tre grandi mollette e altri oggetti in legno a ricordare al visitatore l'odore del laboratorio del carpentiere. *(di Livia Liberatore)*

2.300

Sono i senzatetto censiti nel comune di Milano che, attraverso il "Piano Freddo" adottato dall'amministrazione, dal 15 novembre potranno usufruire di uno dei 2700 alloggi messi a disposizione per affrontare l'inverno. All'investimento di 1,3 milioni di euro si affianca la solidarietà dei milanesi: sono 12mila le coperte donate dai cittadini in un solo giorno di raccolta. *(di Nicola Grolla)*



Attualità: il Mediterraneo in mostra

«Morire di fame, di sete, annegati o per fucilazione. Ma l'opzione "vivere" non è contemplata?». Se lo chiede Willis de Tunis, il gatto creato dalla vignettista tunisina Nadia Khiari: un modo amaro e ironico per affrontare il dramma dell'immigrazione nel Mediterraneo. Il disegno della Khiari sarà esposto all'Ex Fornace in via Alzaia Naviglio Pavese n° 16 fino al 20 novembre, insieme alle opere di altri 23 artisti, tra cui Sergio Staino e Dario Fo. La mostra «Mediterraneo senza confini», organizzata da *Mediterraneo associazione culturale*, ha affidato ad artisti italiani, libici, turchi, e palestinesi il racconto dell'attualità e della cronaca del mar Mediterraneo. *(di Carmela Adinolfi. Foto Liliana Bertoli)*

Eicma 2015, le moto custom in Fiera

Mercato di nicchia o nuova realtà? Le moto custom immatricolate in Italia nel 2014 sono oltre 5mila su un totale di 156mila. Fra i modelli più personalizzati, i primi 15 posti sono occupati da Harley Davidson (la più customizzata è la XL883N IRON 883) con un'unica eccezione, la Yamaha XV950. A Eicma, salone milanese dedicato alle moto, dal 19 al 22 novembre (www.eicma.it) le custom avranno un loro spazio, con un occhio di riguardo al mercato femminile: l'ultimo appuntamento di Lady Custom Bike Contest decreterà la miglior moto personalizzata realizzata da una donna. E dal 2016, nell'ex stazione di servizio Agip in viale Accursio, Lapo Elkann aprirà *Garage Italia Custom*: «Se qualcuno viene da noi con un'auto, una moto, un aereo, li renderemo unici». *(di Nicola Grolla. Foto Thesupermat)*



“Non paghi la multa? Il Comune ti pignora lo stipendio in base a un Regio decreto del 1910”

Il giornalista di Radio 24 riporta su *Twitter* il caso di Cinisello Balsamo dove l'amministrazione, per riscuotere, si rifà al Regio decreto 639

Alessandro Milan



I tram del 1928 si trasformano in mezzi turistici

Dal 21 ottobre l'Atm offre la possibilità di ammirare le bellezze della metropoli dai finestrini dei tram "Carrelli" del 1928, esportati in tutto il mondo e che già ospitano il ristorante ATMosfera. I tour del nuovo servizio, a cui è dedicata un'audioguida disponibile come app in 6 lingue, sono del tipo *hop on-hop off*: si può salire e scendere a una qualunque delle fermate dei quattro diversi tragitti. Il prezzo per gli adulti è di 25 euro, ridotto a 10 euro per i bambini dai 5 ai 12 anni. (di Andrea de Cescò. Foto Atm)

NO SLOT

Milano attiva un numero (3351251774) dedicato al sostegno alle persone a rischio di dipendenza da slot machine.

Nel 2014 in Lombardia il numero di slot è calato dell'11,2% rispetto al 2013: in regione le "macchinette" sono ottomila in meno

Scientology e la nuova sede

Cinque piani, un auditorium e un parcheggio interrato, per un valore di 20 milioni di euro.

La nuova sede milanese di Scientology in via Fulvio Testi, appena inaugurata, è la più costosa d'Italia. Si può liberamente visitare rivolgendosi alla reception. Per iniziare un percorso di fede in Scientology si viene invece sottoposti a test gratuiti, mirati a evidenziare le aree in cui ogni individuo può migliorare. Sarà poi la chiesa a proporre dei corsi introduttivi a pagamento per sopperire alle mancanze riscontrate.

(di Gabriele Nicolussi)

L'opera d'arte da riscoprire Il Napoleone del Canova



Napoleone Bonaparte come Marte pacificatore è una scultura neoclassica realizzata da Antonio Canova. L'originale in marmo, creata tra il 1803 e il 1806, si trova alla Apsley House di Londra ma a Milano si può ammirare una copia in bronzo, fusa dai fratelli Righetti nel 1811 e posizionata nel 1859 nel cortile dell'Accademia di Belle Arti di Brera. Presso l'Accademia milanese si trova anche una delle cinque riproduzioni in gesso realizzate da Canova stesso a scopo didattico. (di Federica Scutari. Foto Massimo Zingardi)



«Cerco piccoli pezzi di piccole storie»

Umani a Milano: i volti dei passanti in una pagina Facebook
Il creatore, Stefano D'Andrea, racconta la nascita del progetto

di ANGELICA D'ERRICO
[@angelicafaber](#)

Ha cominciato a fotografare i passanti perché aveva nostalgia di New York. O meglio, per farsi piacere Milano.

Stefano D'Andrea, 48 anni, non è un fotografo professionista. Vive scrivendo programmi per la radio, libri e biografie. Un giorno parte per New York, ci vive, se ne innamora. Conosce Brandon Stanton: è un fotografo che ritrae la gente in giro per la Grande Mela. Poi pubblica le foto su Facebook, raccon-

tando la storia di chi è nel ritratto. Una raccolta che è stata da poco rilegata in un libro, subito diventato un best seller. D'Andrea resta affascinato da questo modo di interpretare un posto, vuole provarci anche lui. Ma vuole farlo a Milano, la città dove è nato, dove ha sempre vissuto. E che non riesce ad amare. «La amavo come si amano le cose dentro cui stai. Non era amore, era solo la mia realtà», racconta.

Una mattina esce di casa, armato di

fotocamera. Vaga in un parco in zona corso Ventidue Marzo. Cerca di capire chi può essere la prima persona da immortalare. Ma con grande imbarazzo, data la sua timidezza. Poi vede tre signore sedute su una panchina. Una milanese, una svizzera e una calabrese. È estate. Ricorda quel momento così: «Le ho viste, mi sono avvicinato. «Come siete eleganti», dico loro. «Ci piace stare al sole», mi rispondono, «e con le braccia scoperte, perché da



giovani l'abbronzatura era sinonimo di povertà, di vita nei campi. Oggi ci rilassiamo sotto il sole e basta». D'Andrea fa partire il clic, è la sua prima foto. E tuttora resta la sua preferita. «In quel momento ho sentito qualcosa, come un segno del destino. Era Milano che mi diceva: sono pronta per te».

Nasce così il progetto Umani a Milano, nel 2013. Oggi è una pagina Facebook che raccoglie 18mila "mi piace" e centinaia di condivisioni. L'album è ricchissimo: oltre 400 volti di bambini, anziani, ragazzi e ragazze. Un catalogo? «No. Non cerco categorie di persone. Posso essere in via Tortona, in via Padova o in corso Vercelli. Cerco chi mi incuriosisce, non il tipo che mi aspetto di trovare nel quartiere. Che poi qui i quartieri non esistono... Mica siamo a Roma!».

Come sceglie chi immortalare? «Non lo so, non l'ho mai capito davvero. Può essere qualcosa di particolare nel modo di muoversi o un dettaglio nell'abbigliamento». Poi, quando trova il soggetto giusto, lo ferma e gli chiede la prima cosa che gli viene in mente. Non tutti si fermano, molti passano oltre. «Eppure non voglio sapere nulla di personale. Non cerco la grande storia, e sarebbe anche inutile provarci. Perché Milano è riservata, non parla molto. Non è New York». Nella versione americana di Brandon Stanton le foto sono associate a veri e propri miniromanzi. Le didascalie di Umani a Milano sono invece scarse, come fossero fumetti. «Cerco piccole storie. Anzi, piccoli pezzi di piccole storie. A volte mi basta sapere solo dove queste persone stanno andando. Il resto se lo immagina chi li guarda in foto». E così le persone si raccontano, con pochissime parole: c'è chi accorda pianoforti, chi gioca a bocce (anche se nevicata, "istess"), chi è egiziano e parla un po' in spagnolo, chi sta andando in questura "per un casino"... L'esperimento è interessante, proprio per la natura "avanguardista" di Milano. Una città in perenne trasformazione, dove «la gente viene a fare cose nuove». Le persone che ci vivono, dice D'Andrea, «sono tutte milanesi». Anche se sono qui da poco tempo: salentini, veneti, napoletani. «Se ami questa città, il passaporto milanese è tuo. Non te lo dà nessuno, naturalmente, te lo prendi e basta. Una cosa che non accade da nessun'altra parte». E non siete gelosi, viene spontaneo chiedere, di chi si "spaccia" per milanese?



Nella pagina a sinistra alcuni ritratti di Umani a Milano. I soggetti vengono scelti mentre camminano per strada dall'ideatore del progetto, Stefano D'Andrea, 48 anni, scrittore milanese. Lo scatto vero e proprio viene realizzato da fotografi, professionisti o in erba. (Foto Andrea Tilaro, Paolo Carlini, Estefania Aragon, Alessandra Maraschio e Marco Miglioli)
In alto Stefano D'Andrea. (Foto Angelica D'Errico)

In basso la prima immagine scattata due anni fa da D'Andrea. La foto, assieme ad altre, è stata esposta durante una mostra alla Darsena. I soldi necessari all'esposizione sono stati raccolti tramite crowdfunding tra i fan della pagina Facebook. Alcuni donatori hanno ricevuto in cambio "pezzi" della mostra.

«Come potremmo esserlo! Milano è il risultato di dominazioni straniere. Il Teatro alla Scala è stato costruito per ordine di un'imperatrice austriaca. La *casoeula* è una ricetta di origini spagnole. Chinatown esiste dagli anni Venti. Dire che questa è una città impenetrabile è impossibile».

Tutte le foto collezionate da D'Andrea sono state anche esposte al pubblico, qualche mese fa. E non in un posto a caso, ma sulla Darsena, da poco riquilificata e mai utilizzata per esposizioni. «Per la produzione di quella mostra ci volevano diecimila euro. Io non li avevo e li ho chiesti ai fan della pagina. E me li hanno dati! È una cosa che mi ha com-

mosso e mi ha fatto capire che forse c'era bisogno di Umani a Milano. È come uno specchio, in cui la gente vede e si rivede».

Resta da chiedersi se l'esperimento è riuscito, se Milano ora si fa amare un po' di più. «Più che amore la chiamerei stima. Prima vedevo solo bei portoni e monumenti. Per esempio quest'arco», dice, indicando il maestoso Arco della Pace che chiude Parco Sempione, «è solo un arco. Se domani lo tirano giù e ne fanno qualcos'altro a me non importa. Mi importa invece di chi cammina lì vicino, di chi lo ammira naso all'insù, di chi gli passa sotto in bicicletta. Insomma, degli umani».





La presentazione di Sesto Altruista
Foto Ufficio Stampa Comune Sesto San Giovanni

Il volontariato diventa flessibile Per dare una mano quando si può

A Sesto San Giovanni i cittadini incontrano in rete le associazioni per mettere a disposizione il proprio tempo. Anche solo un'ora

di ALBERTO BELLOTTO
@AlbertoBellotto

Nell'era della frenesia il tempo scarseggia per tutti. Chi ne ha per fare volontariato? Pochi. Ma le associazioni continuano a portare aiuto e a cercare persone che collaborino con loro. Per questo motivo il volontariato è diventato "flessibile": si piega non solo verso chi ha bisogno, ma anche verso chi vorrebbe dare una mano.

Il volontariato flessibile fa parte di una rete che nel mondo prende il nome di *Hands on Network*. Nata trent'anni fa negli Stati Uniti, è approdata in Italia nel 2010 con il progetto "ItaliaAltruista". Il 3 novembre, per volere del Comune di Sesto San Giovanni, è nata la prima succursale locale: "SestoAltruista". Il sito mette in contatto le associazioni che hanno bisogno di nuovi aiutanti,

di solito per lavori che non richiedono competenze specifiche, con le persone che hanno un po' di tempo libero, anche solo un'ora.

Il sistema è semplice. Ci si iscrive al sito e si iniziano a sfogliare le possibili "offerte di volontariato" indicate con i giorni e gli orari richiesti. Da metà ottobre, quando il sito è stato lanciato in modalità *beta*, ovvero in una versione non ancora definitiva, le associazioni che hanno deciso di appoggiarsi a "Sesto Altruista" sono già 15 con oltre 25 proposte. Si va dall'aiuto come giardiniere al gonfiare palloncini per una onlus che si occupa di organizzare laboratori con ragazzi diversamente abili. Ma c'è anche spazio come centralinista per la Caritas, speaker in una web radio per stranieri

oppure "venditore" di pasta per l'associazione Libera che lotta contro la Mafia.

«Sesto Altruista è una modalità diversa di pensare al volontariato, più attenta allo stile di vita e alle esigenze dei cittadini e mira anche a combattere la solitudine del cittadino globale». A parlare è Rita Innocenti, assessora alla Cultura e ai rapporti con le associazioni del Comune di Sesto San Giovanni. «Questa nuova forma può venire incontro allo stile di vita delle persone che lavorano e che hanno una vita molto articolata e che quindi forse non hanno più la disponibilità per un volontariato "classico"». La nascita del modello flessibile diventa così un antidoto per i tempi che

cambiano. L'idea alla base del progetto entra dunque nel solco di quella "voglia di comunità" tanto citata dai sociologi. In tutto questo la politica torna a giocare un ruolo chiave nel suo rapporto con i cittadini. «Di fronte al fatto che i corpi della società a vari livelli hanno subito un processo di trasformazione e di crisi, il compito della politica è quello di trovare nuovi spazi fisici e virtuali in cui le persone possano ritrovarsi e fare di nuovo comunità» aggiunge la Innocenzi, che rimarca l'idea che la trama del tessuto cittadino passi attraverso una nuova definizione di aiuto reciproco.

Il grande cambiamento passa anche attraverso un nuovo atteggiamento delle stesse organizzazioni. «Vogliamo incontrare tutte le associazioni» spiega Titti Soncini, una delle promotrici del progetto, «È necessario spiegare la nostra filosofia flessibile, una sorta di "cotto e mangiato", perché spesso le associazioni sperano in matrimoni a lungo periodo». Nel resto del mondo il network di volontariato flessibile viene gestito da organizzazioni come Milano Altruista o *Hands on Network*, ma il caso di "Sesto Altruista" è diverso perché il primo a farsi promotore dell'iniziativa è stato direttamente il Comune. «Le associazioni avevano una serie di richieste legittime, che andavano dal velocizzare le procedure burocratiche fino all'aver spazi e possibilità di mettere in campo politiche per aumentare il numero dei volontari. Per noi il volontariato flessibile è stata la soluzione che meglio si adattava a tali richieste», continua Rita Innocenti.

La speranza dell'amministrazione è anche quella di dare nuovo impulso alla partecipazione dei cittadini alla "cosa pubblica": «Con "Sesto Altruista" vorremmo creare una struttura in cui il Comune possa chiedere alle persone del tempo per decidere insieme come migliorare lo spazio pubblico e poi arruolarli per avere un contributo diretto».

Qual è stata la risposta dei cittadini? Buona, considerando il poco tempo trascorso. Secondo i primi dati rilevati dal Comune, oltre 30 persone si sono iscritte al portale e, di queste, 22 hanno già dato la loro disponibilità.

La flessibilità restituisce al volontariato una dimensione kennediana, una riscoperta di come alla fine tutto torni a quello che i singoli possono fare per la propria comunità. Anche solo per un giorno, anche solo per un'ora.

Il menù contro la crisi è una cena da tre euro

Mangiare con tre euro? Sì, è possibile. E può essere una cena per quattro persone. Il menù? Polpette di ceci e miglio su un letto di pomodoro. A idearla Valeria Marolda, di Sesto San Giovanni, che ha vinto il contest "Cucina con 3 euro" organizzato dalla Caritas Ambrosiana. L'obiettivo dell'iniziativa era di mostrare quanto possa essere difficile vivere e mangiare con meno di tre euro al giorno. «Cucinare con poco ci aiuta anche ad apprezzare meglio il valore del cibo e ci educa a non sprecarlo», spiegava don Roberto Davanzo, direttore di Caritas Ambrosiana quando presentava il contest. Intorno ai grandi temi dell'Expo, che per la vincitrice rimane «solo una bella vetrina, non uno spazio per le problematiche vere di chi non può mangiare», l'idea della Caritas era di percorrere il terreno della sostenibilità nel suo aspetto quotidiano, nella spesa di tutti i giorni. Armata di foto, ricetta e scontrino, i partecipanti hanno invaso la bacheca della pagina Facebook creata per l'occasione. Lì, attraverso i "mi piace" dei lettori, è stato assegnato un doppio premio, un biglietto per Expo e un viaggio a Parigi.

La chef Valeria Marolda, vincitrice del concorso "Cenare con 3 euro".

Sotto, il piatto vincitore: polpette di ceci e miglio servite con basilico e pomodoro.

Foto Valeria Marolda



Il successo della cuoca sestese non arriva da una lunga esperienza maturata in altri concorsi, anzi: «Di solito non partecipo ai contest, questo l'ho voluto e cercato, volevo mettere alla prova le mie capacità».

Il piatto di Valeria ha dovuto sfidare torte salate, zuppe dai sapori egiziani, cavolfiori in pasta di pane e pasticci di verdure al forno. Alla fine gli utenti della pagina hanno scelto le polpette di Valeria, probabilmente perché molto nutrienti. «Con soli tre euro non era semplice» racconta la *foodblogger* che spiega anche come ha cercato di tenere in equilibrio risparmio, gusto e nutrimento: «Per prima cosa ho dovuto eliminare la carne, senza se e senza ma, poi ho dovuto optare per qualcosa che fosse proteico e economico e quindi la scelta è ricaduta sui legumi».

Ma la vittoria non ha portato a Valeria solo il biglietto per l'esposizione universale e un volo nella capitale francese, le ha regalato una nuova consapevolezza: «Questa esperienza mi ha fatto rendere conto che bisogna sempre tenere d'occhio e prestare attenzione al fatto che c'è gente che non può permettersi di sprecare, non solo nel terzo mondo, ma anche sotto casa a pochi passi da noi».





Pastafariani a Milano

Il loro dio è il «Prodigioso Spaghetto Volante», creatore dell'universo, si vestono da pirati e indossano uno scapolasta in testa. Sono gli adepti del Pastafarianesimo, religione nata negli Stati Uniti nel 2005 per protestare contro l'insegnamento del creazionismo nelle scuole. La Chiesa Pastafariana Italiana l'8 novembre ha compiuto un anno di vita. Predica le uguaglianze di genere, la tolleranza religiosa e il rispetto dei diritti umani. Si oppone a tutte le discriminazioni e rifiuta ogni dogma. «Proviamo a fare qualcosa di buono per gli altri», ci spiega il *ministro di culto* Mastrocorno Zitone Marinese (al secolo Paolo Galante, nella foto il primo da sinistra). «Dobbiamo indignarci contro l'ingerenza della religione nella vita delle persone. Abbiamo istituito le *Tagliatelle in piedi* (in opposizione alle *Sentinelle in piedi*, movimento che manifesta per la famiglia tradizionale, ndr.) per batterci in difesa della famiglia pastafariana, che è aperta a tutto».

A Milano ci sono 612 credenti, ma lo zoccolo duro è composto da una quindicina di persone.

Nella foto il Presidente della Chiesa Pastafariana Italiana (Padre Arcobaleno, secondo da destra) e i membri del *triumvirato* milanese durante la manifestazione per la laicità dello stato «Le nostre vite, la nostra libertà» del 3 ottobre a Milano.

(Foto Pierino Sacchi)

di GABRIELE NICOLUSSI

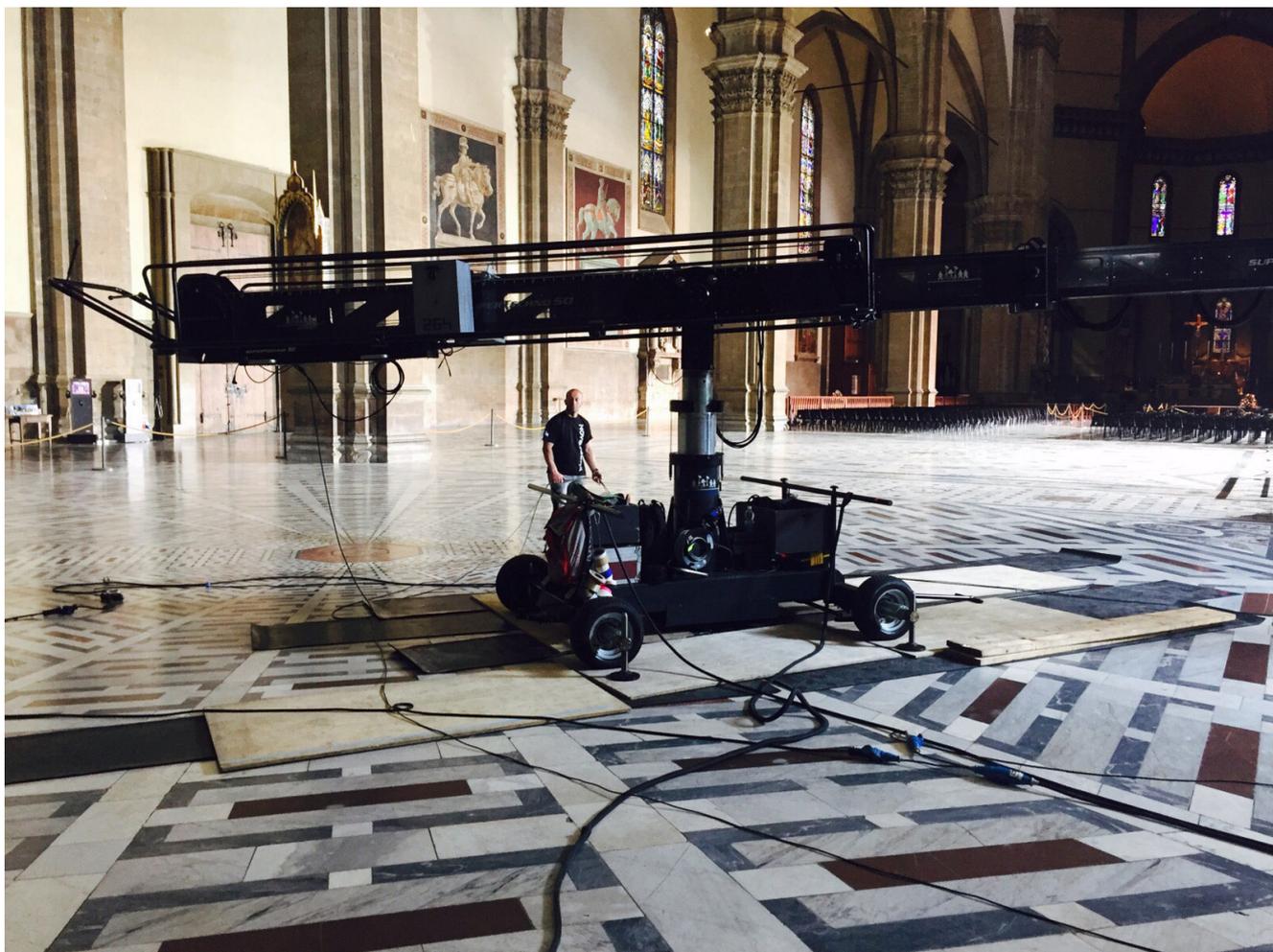
@GabNicolussi



Il “Rinascimento” dei documentari

Francesco Invernizzi, fondatore della milanese Magnitudo Film, racconta il successo di *Musei Vaticani 3D* e di *Firenze e gli Uffizi 3D/4K*. «In fondo il cinema l’abbiamo inventato un po’ noi italiani»

di CAMILLA COLOMBO
@camillacolombo9



«**P**er alcuni Firenze è solo un luogo in cui vivere. Per me Firenze è tutto». Il film *Firenze e gli Uffizi 3D/4K* inizia così. A pronunciare queste parole è Simon Merrells, attore inglese noto al grande pubblico per aver interpretato Crasso nella serie televisiva *Spartacus*. È lui a prestare voce e corpo all'uomo simbolo della capitale dell'arte italiana: Lorenzo il Magnifico. Nessun vestito dell'epoca per il protagonista, solo una sciarpa rossa su un completo grigio a ricordare il Rinascimento. Calato tra un passato

glorioso e un ipotetico presente, il più celebre dei Medici conduce lo spettatore nelle vicende della Firenze del '400. Al centro del documentario, prodotto da Sky 3D in collaborazione con Sky Arte, Nexo Digital e Magnitudo Film, ci sono i capolavori del capoluogo toscano la cui resa sul grande schermo lascia senza fiato grazie alle macchine utilizzate per le riprese. L'obiettivo è superare il successo di pubblico di *Musei Vaticani 3D* del 2013, il film d'arte più visto della storia del cinema, distribuito in 60 paesi e ammirato da oltre 225mila persone in

tutto il mondo. Nei primi due giorni di uscita, il 3 e il 4 novembre, *Firenze e gli Uffizi 3D/4K* ha registrato incassi record ed è stata la pellicola più scelta dagli italiani nelle 250 sale in cui è stata proiettata. I diritti sono già stati venduti in Russia, Canada, Sud America, Stati Uniti, Australia, Giappone ed Europa. Per il 2016 si prevede la possibilità di entrare anche nel circuito cinese.

«È un momento positivo per i documentari d'arte. Si sta come vivendo un nuovo Rinascimento». Francesco Invernizzi è il fondatore di Magnitudo Film,

una start up milanese nata nel 2011, cresciuta di anno in anno del 300% sia in termini di fatturato sia per numero di impiegati. «Abbiamo iniziato in tre, io, il mio socio e un aiutante. Ora siamo in 22». Grazie agli investimenti nella digitalizzazione forniti dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, questa piccola realtà è riuscita a diventare un punto di riferimento internazionale per le produzioni artistiche di alto valore tecnologico. «Sky 3D è l'unico attore europeo a lavorare interamente in 3D/4K, per questo abbiamo deciso di appoggiarci a loro per spingere al massimo la nostra passione per le nuove tecniche cinematografiche». Con *Musei Vaticani 3D* l'Italia è stata l'apripista di un nuovo modo di concepire i documentari d'arte, creati non più solo per il piccolo schermo. Portare al cinema un progetto come *Firenze e gli Uffizi* significa realizzare un film perfetto sotto ogni punto di vista, perché la tecnica in 4K quadruplica la risoluzione rispetto all'HD e regala allo spettatore l'esperienza di otto milioni di pixel d'immagine. «Nelle produzioni americane solo il 15-20% delle scene viene girato in 3D, il resto è tutto lavoro di post-produzione. Nei lungometraggi d'arte non è possibile fare questa scelta, perché è necessario che ogni spezzone del film sia legato a quello dopo senza intermittenze per dare un risultato in alta definizione». Per esempio il David di Michelangelo. Quindi ampio utilizzo di droni per gli spazi più ristretti, di bracci meccanici estensibili, che rappresentano l'avanguardia della tecnologia nel cinema, e di carrelli. «Sono macchine che pesano nove volte di più di quelle tradizionali e che non è semplice coordinare». Alcune sono state fatte arrivare da Los Angeles, altre sono state create apposta in Corea su progetto di ingegneri italiani. Il risultato è sorprendente: vedere alla stessa altezza, occhi

« Abbiamo iniziato in tre: io, il mio socio e un aiutante. Ora siamo in 22 »



Riprese del David di Michelangelo sul set di Firenze e gli Uffizi 3D/4K. Credits: Magnitudo Film

negli occhi, il capolavoro di Michelangelo fa capire al pubblico la qualità delle attrezzature utilizzate e offre emozioni visive che non si possono provare in una visita agli Uffizi.

La spinta verso le nuove tecnologie è ciò che contraddistingue Magnitudo Film. Il controllo quasi ossessivo dell'immagine e della bellezza proviene dal suo passato di casa di produzione di spot pubblicitari. Nella partnership con Sky 3D Francesco Invernizzi ha visto la possibilità di portare anche sul grande schermo la passione per il digitale. Ma non solo. L'ultimo progetto della casa milanese si chiama *True Numbers* ed è una web serie focalizzata sul *data journalism*. «Con Marco Cobianchi, giornalista di *Panorama*, abbiamo deciso di provare a fare qualcosa di nuovo nella comunicazione giornalistica». Francesco Invernizzi è entusiasta di questa iniziativa dove a parlare sono i numeri e non le persone. «Nella trasmissione online, che compare anche su *Tgcom24* e su *Il Giornale.it*, non c'è una componente politica. La realtà viene fo-

tografata e trasmessa solo attraverso i dati forniti dagli istituti universitari, di statistica, di economia». Lo scopo è lasciare al pubblico la possibilità di farsi un'opinione o di cambiarla.

Tra pubblicità, documentari e cinema, la passione più grande per Francesco Invernizzi rimane l'arte. Il prossimo omaggio della cinematografia ai capolavori italiani è il film *Basiliche Vaticane*, attualmente in fase di post-produzione e come i precedenti due realizzato da Sky 3D in collaborazione con Magnitudo Film e il Centro Televisivo Vaticano. «Abbiamo scelto il nostro Paese non per comodità, ma perché è il più ricco di opere da mostrare al pubblico di tutto il mondo». Per il fondatore dell'ex start up milanese fare il produttore significa affrontare avventure sempre nuove. «Le sfide sono il motore di questo lavoro, soprattutto per noi italiani. Nonostante le produzioni anglofone siano state notevoli negli ultimi anni, dovremmo ricordarci che abbiamo ancora tanto da insegnare al mondo. In fondo il cinema l'abbiamo inventato un po' noi».



Il team dei videogiochi

di NICOLA GROLLA
@NicolaGrolla

Nel 2016 Milestone compie vent'anni. Nel 1996 prende il posto della software house Graffiti che all'attivo aveva solo due titoli: Super Loopz e il picchiaduro Iron Assault

L'azienda conta 150 dipendenti più un centinaio di collaboratori, che lavorano nella sede di Milano, in via Olona. Età media degli sviluppatori: 30 anni

La specialità di Milestone sono i videogiochi di simulazione sportiva. Dopo l'iniziale successo di Screamer 2, sono arrivati i titoli dedicati alla MotoGP e al rally

All'inizio si chiamava Graffiti e all'attivo aveva un titolo distribuito solo in Giappone e un videogioco dedicato ai combattimenti fra robot. Auto e moto, circuiti stradali e rally sempre alla ricerca della migliore rappresentazione possibile della realtà vennero solo dopo. Nel 1996, con il cambio di nome, nacque Milestone, sviluppatore specializzato in titoli sportivi dedicati alla simulazione di guida come *Screamer 2*, *Screamer Rally* e *Superbike 2001* in collaborazione con EA Sports (produttore americano di marchi come FIFA e Need for Speed). A guidare la neonata azienda i fondatori Antonio Farina, Ivan Del Duca, Stefano Lecchi e Simone Balestra: tutti sviluppatori e programmatori che diedero vita ad una realtà che oggi fattura 22 milioni di euro l'anno e coinvolge 150 dipendenti su un totale nazionale di 700 addetti per 100 aziende.

«Attualmente», afferma Irvin Zonca, *head designer* di Milestone, «stiamo lavorando alla finalizzazione di *Sébastien Loeb Rally EVO*, a *MXGP2 The Official Motocross Videogame* (entrambi simulatori di guida, ndr) e a due titoli che non sono stati ancora annunciati. Difficile dire di cosa siamo più orgo-

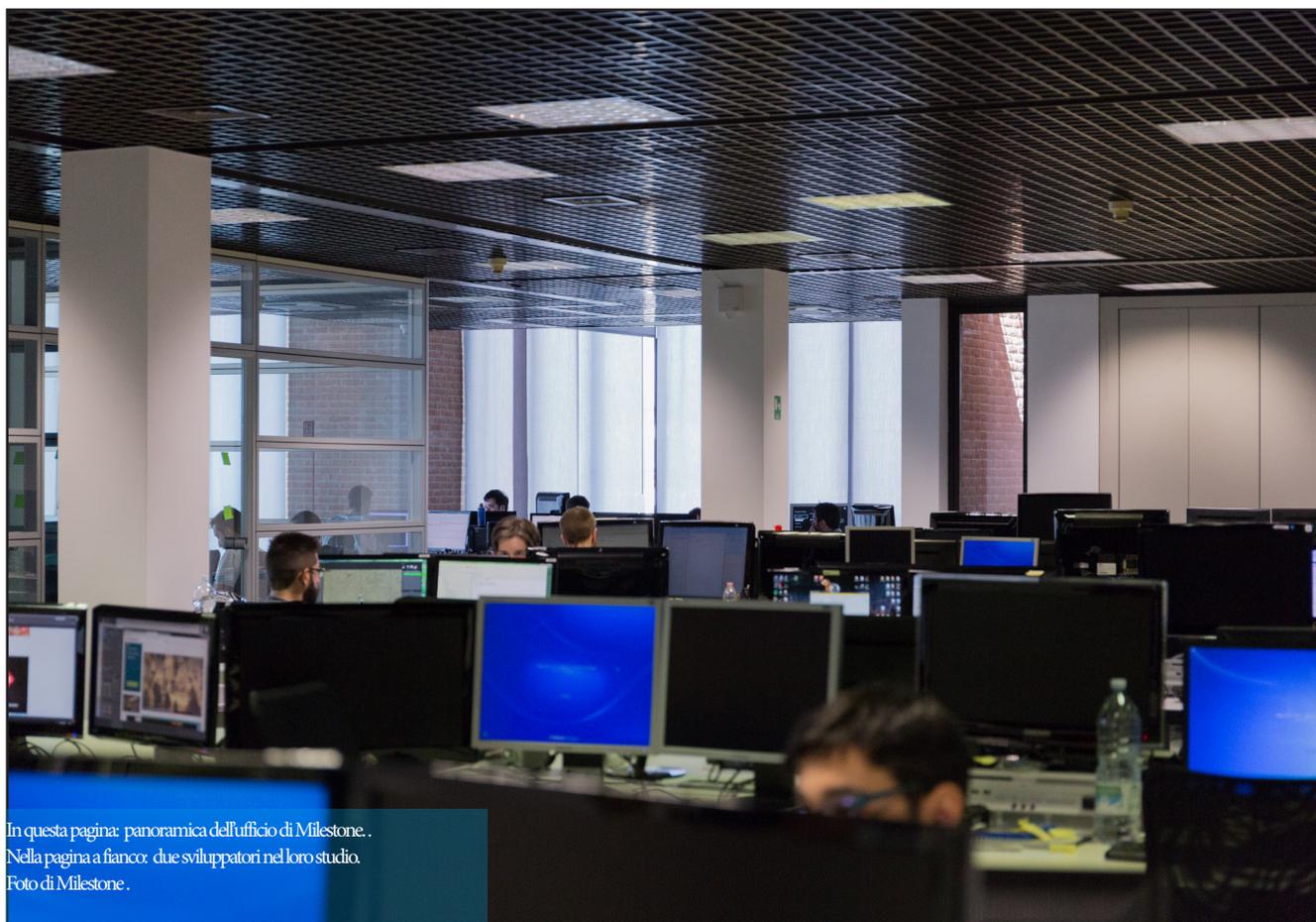
gliosi perché in realtà sono tutti parte del nostro Dna». Da 19 anni, Milestone guida il mercato italiano dei software digitali dedicati al mercato videoludico. Un settore in forte crescita (più 20% rispetto allo scorso anno) e che ha toccato quota 900 milioni nel 2014. Ma chi sono le persone che stanno dietro a questo successo? «I nostri collaboratori hanno una formazione accademica e provengono da università dislocate in tutto il Paese o da alcuni master specifici come quello del Politecnico di Milano e dell'Università di Verona. Ormai sono pochi gli autodidatti», continua Zonca.

Ma la formazione non è il solo aspetto su cui si regge la realtà delle software house. Attraverso Aesvi, l'associazione di categoria dei produttori di videogiochi, le aziende videoludiche chiedono una revisione del credito d'imposta come già avviene in Francia e Gran Bretagna e puntano sul sostegno del settore pubblico per presentarsi come nuovo marchio del made in Italy.

D'altronde, al tempo di Milano città più smart d'Italia e sede della Games Week, una tre giorni internazionale dedicata al videogioco, sviluppatori e tecnici si prendono la scena. «Chiaramente abbiamo aperto la percezione del *medium* verso

differenti tipologie di pubblico. E la commercializzazione di dispositivi *mobile* ha aiutato la percezione che poi ha trainato le vendite in generale», conclude Zonca. Il bacino di utenza è in rapido aumento - con un totale di 24 milioni di videogiocatori in Italia - con un trend di crescita assicurato dal fatto che i *gamer* di ieri sono adesso genitori che vogliono trasferire questa passione ai propri figli.

«Mai come in questo periodo storico il videogioco è non solo un mezzo per raccontare delle storie, ma anche uno strumento di aggregazione, capace di divertire persone di ogni età e genere rendendole protagoniste di un'esperienza di intrattenimento a 360 gradi», afferma Giorgio Catania di Aesvi. Insomma, il *gaming* è un mercato veloce, intergenerazionale e sempre più presente sui media (i primi dieci YouTubers a livello internazionale hanno un canale dedicato ai videogiochi). Ma dove sta andando? «Adesso si parla molto di realtà virtuale perché è la grande novità attesa per il 2016. Il *multiplayer* online è in crescita ed è ciò su cui hanno puntato le console di questa generazione. Ciò che sorprende - rivela Zonca - è il mercato pc che ha creato una varietà di *game* incredibile grazie all'avvento degli sviluppatori indipendenti».



In questa pagina: panoramica dell'ufficio di Milestone.
Nella pagina a fianco: due sviluppatori nel loro studio.
Foto di Milestone.



Federico Bonaconza, cuoco di professione e "cook" nel tempo libero. Organizza dalle 3 alle 4 cene al mese. (foto di Federico Bonaconza)

Il menù, la location e lo chef: ricetta per cene social di successo

I cuochi casalinghi spopolano a Milano e in altre città lombarde. Mille i "cook" attivi e un fatturato di quasi due milioni di euro

di CARMELA ADINOLFI
[@carmelaadinolfi](#)

Un menù a tema, cordialità quanto basta e una location curata nei dettagli. Senza dimenticare l'ingrediente segreto dello chef. L'"home restaurant", ovvero l'attività di ristorazione svolta da privati all'interno delle proprie case, in Lombardia è ormai un fenomeno consolidato. La Regione, secondo i dati di Confesercenti, nel 2014 si conferma al primo posto per numero di cuochi attivi (circa mille su settemila in tutt'Italia) e con un fatturato di quasi due milioni di euro. Ma, a detta dei "cook" più apprezzati (questo il termine tecnico per definire i cuochi social), non è tanto il prezzo, più contenuto di un ristorante tradizionale, quanto il mix fra buona cucina e ospitalità la ricetta che rende le cene-social un successo. «Le persone che cenano a casa mia vengono per socializzare, oltre che per mangia-

re», conferma Federico Bonaconza, 39 anni, cuoco di professione alla Pescheria Spadari. Veronese, ex attore, alcuni anni fa ha cominciato a frequentare lezioni serali di cucina ed è diventato chef. Nel tempo libero cucina anche nel suo loft di 75 mq, dove tre volte al mese organizza eventi gastronomici: «Seguo l'intero percorso, dalla spesa alla cucina fino all'accoglienza degli ospiti», racconta Federico che impiega «almeno due giorni per preparare ogni cena». Dietro le quinte c'è un gran lavoro da sbrigare. La scelta degli alimenti, i piatti da servire, il colore della tovaglia e le pulizie domestiche sono essenziali per ricevere buoni *feedback* e assicurarsi il tutto esaurito. Federico è certo: non c'è concorrenza con ristoranti e trattorie, chi partecipa a questi eventi lo fa per provare un'esperienza inedita e continua a frequentarli.

Certo, la buona cucina è fondamentale ma non è tutto. E chi è presente sui siti, che incrociano domanda e offerta, dalla più famosa Gnammo a Eatwith, lo sa bene: «Ho adibito la mansarda a sala da pranzo. Qui ospito fino a 12 persone e con molti siamo diventati amici», spiega Barbara Lini che nella sua villetta alle porte di Rozzano organizza solo cene vegetariane. Venticinque euro a testa, dall'antipasto al dolce. Il piatto più gradito dagli avventori? Il polpettone di lenticchie con cipolle di Tropea stufate in salsa Tamari: «Chi viene da me apprezza che mi sieda a tavola a scambiare due chiacchiere», spiega lei. «Dopo il primo momento di timore, i commensali si sciolgono», aggiunge Federico, «e a fine serata sembra di essere a una tavola fra amici. Non è importante solo cosa si mangia, ma anche con chi».

Il vintage? È alta moda di qualità

Dalla giacca pop del '68 alla sottogonna del 1800: gli abiti d'epoca non sono un modo per risparmiare, ma espressione di creatività



Da sinistra: abiti esposti alla Milano Vintage Week; l'ingresso del laboratorio per stilisti del Vintage delirium, negozio di Franco Jacassi; una ragazza prova il trucco anni Sessanta alla Milano Vintage Week. Foto di Livia Liberatore



di LIVIA LIBERATORE
 @livialib

«Questo non è un mercato di robe usate, qui si trova solo alta moda».

Un ragazzo con la giacca bianco panna a quadri neri esamina i cappotti di tweed su un banco della Milano Vintage Week. Vicino a Porta Vittoria, l'esposizione di capi d'epoca provenienti da tutta Italia è ormai un appuntamento fisso del novembre milanese. «Vestire vintage significa indossare abiti pregiati di tempi lontani. È diverso dal comprare delle Nike di qualche anno fa, soltanto per risparmiare», chiarisce il giovane. Fra negozi, fiere e appuntamenti, sono sempre di più i giovani attratti dallo stile retrò.

Vestiti, gioielli, costumi da bagno che sembrano essere usciti da un museo: sono della fine dell'Ottocento, degli anni Venti, Trenta fino ai Novanta del secolo scorso. Come quelli nascosti fra i tulle e i foulard del *Vintage delirium*, un negozio di tre piani vicino al Castello Sforzesco. All'ingresso un manichino indossa un abito pop del 1968, dello stilista Emanuel Ungaro: una base di plastica arancione, su cui sono appesi fiori colorati in vinile. Un disco che suona

per davvero perché sotto ogni fiore ci sono dei campanelli. «È un pezzo unico al mondo», spiega Edoardo Jacassi. Suo padre, Franco, ha fondato la bottega trent'anni fa: il più grande collezionista di bottoni in Italia era partito con una semplice merceria, poi dalle spille e dai tessuti è diventato il punto di riferimento per chi sceglie il vintage a Milano.

Fonte di ispirazione per stilisti e case di moda, il *Vintage delirium* è frequentato anche da molti appassionati. «Mirta è in fissa con gli anni Venti. Persino il suo vestito da sposa l'ha comprato di quell'epoca», racconta Edoardo Jacassi, «sono ragazzi e ragazze creativi, che vogliono essere diversi da quelli che vanno nei grandi magazzini e hanno un maglione uguale ad altre trecento persone». Certo è che il costo è alto. Un tailleur Thierry Mugler costa 270 euro, un Mila Schön arancione con la gonna gonfia e i bottoni bijoux arriva a seimila. Per questo, sono tanti i clienti che preferiscono affittare un capo invece che comprarlo: «Se ti invitano a

una festa in stile Grande Gatsby», continua Jacassi, «puoi noleggiare una mise anni Venti per una sera e poi riportarcela». I venditori di vintage si aggiudicano i vestiti alle aste o comprano da privati. «Per una signora di 90 anni che viveva a Parigi negli anni Cinquanta non ha più senso mettersi in un abito da cocktail di allora. Così sceglie di regalargli un'altra vita». Claudia Jesi è la fondatrice di *Cavalli e Nastri*, l'insegna pioniera della moda vintage in città che ora ha tre negozi: uno in via Brera e due vicino alle colonne di San Lorenzo. «Di questi tempi molte persone vengono a vendere. Ma noi accettiamo solo capi di qualità. Ci vogliono anni di esperienza per riconoscere il taglio di un abito», racconta Jesi. Da *Cavalli e Nastri*, i vestiti si tengono sulle stampelle per tre mesi: se sono venduti, il possessore ottiene il prezzo pattuito, altrimenti può decidere se continuare a tenerlo in negozio o riprenderlo. La proprietaria risponde al telefono, parla a lungo e poi conclude: «Non ci interessa, di giacche Armani così ne abbiamo già altre». I capi di *Cavalli e Nastri* non hanno l'odore di muffa delle bancarelle dell'usato, ma sanno di incensi: un Pirovano del 1950 ricamato a mano con le perline inflatte e cucite risplende in vetrina, accanto a una sottogonna di fine Ottocento, il pezzo più antico del negozio. Vestiti che sembrano uscire dall'armadio di Audrey Hepburn o Sofia Loren e che rimandano alle glorie dei secoli passati, nel vero stile vintage.

Milano “capitale morale”? Di sicuro è quella di YouTube

Dalle gag su chi ci abita alle collaborazioni con altre star del web, il duo comico de iPantellas racconta il suo legame con la città

di ANDREA DE CESCO
@AndreaFdeCesco



«**T**raiamo spesso spunto da coloro che incontriamo in metropolitana quando ci muoviamo per Milano, dove si incrociano le personalità più diverse». A parlare sono iPantellas, alias Daniel Marangio e Jacopo Malnati, tra gli YouTuber più popolari in Italia. Varesotti, classe 1990, Daniel e Jacopo hanno dato vita al duo comico nel 2009, incoraggiati dal successo ottenuto dagli sketch che eseguivano nel villaggio turistico dove lavoravano come animatori. I vacanzieri stessi li hanno aiutati a scegliere il loro nome, che si rifà alla parola “pantella”, “scemo” in varesino. Prima della svolta, Jacopo progettava di andare a lavorare come commesso in qualche negozio, mentre Daniel avrebbe voluto concludere la triennale in Beni Culturali per poi partire per gli Stati Uniti. Progetti simili

a quelli di molti loro coetanei. Quando hanno iniziato a dedicarsi a YouTube, le loro famiglie non erano proprio entusiaste. Ma i numeri dimostrano che facevano bene a credere nei propri sogni. La voglia di fare, la creatività e le competenze di informatica acquisite all’istituto tecnico sono il bagaglio che li ha portati ad avere un numero sempre maggiore di click su una delle piattaforme più famose del web: al momento le persone iscritte al loro canale sono circa 1 milione e 400mila. A 6 anni di distanza dalla loro nascita, iPantellas hanno già realizzato centinaia di video (a cui non di rado partecipa la nonna di Daniel, l’ottantunenne Bruna), un libro (“Crazy School”, edito da Mondadori), un programma televisivo su Mediaset Italia 2 e la fortunatissima webserie “Mia Madre è Satana”. Il prossimo

obiettivo è il cinema. Nonostante il loro quartier generale siano le campagne di Varese, il merito della loro fama crescente è in parte di Milano. «Milano è uno dei centri dove maggiormente si è sviluppata la community di YouTube», affermano i due ragazzi.

Ispirati tanto dall’americano Jim Carrey quanto dal trio composto da Aldo, Giovanni e Giacomo e da Renato Pozzetto (che nel capoluogo lombardo ci vivono e lavorano), iPantellas vedono nei numerosi stereotipi che caratterizzano i milanesi ottimo materiale per le loro gag. «Nei nostri video abbiamo rappresentato i prototipi del “figlio di papà”, del cosiddetto “parla parla” e del tamarro». Figure che emergono nel filmato “Cosa fai in macchina”, o nella guardia carceraria che apostrofa Gesù in croce con un “uè nani” in “Twilight & Co. nella



Nella pagina a fianco: iPantellas. Sopra: una foto scattata sul set del video "Parodia Carabinieri - Cosa fai al posto di blocco".
Sotto, da sinistra: un'immagine della webserie "Mia Madre è Satana" e iPantellas compaiono nel videoclip di Fedez "Non c'è due senza trash".
Foto: iPantellas

vita reale", o ancora nel personaggio di Vegeta nella parodia di *Dragon Ball*. A detta del duo, Milano ha un ulteriore punto di forza. «È una città molto bella, tant'è che i progetti di alcuni YouTuber mirano a metterne in luce il patrimonio artistico e culturale», spiegano i 25enni. «Luoghi come piazza del Duomo sono facilmente riconoscibili, il che permette allo spettatore di calarsi subito nella realtà del luogo». Il ruolo della metropoli è fondamentale soprattutto da un punto di vista della community. «Il bello di YouTube è che puoi collaborare con gente che ha la tua stessa passione», proseguono, «ci s'incontra per creare un format insieme e il luogo di ritrovo è sempre Milano». Un esempio è il video "Costretti a fare Prank", che vede il duo de iPantellas fare delle candid

camera in giro per la città guidato da i theShow, alias i noti YouTuber milanesi Alessio Stigliano e Alessandro Tenace. «Ormai per chi vive il tubo al 100% la vicinanza a Milano è diventata una necessità», sostengono iPantellas. «Chi abita lontano prima o poi è costretto a trasferirsi, come nel caso di Favij che ha dovuto lasciare Torino». Il duo sottolinea come quasi tutti gli YouTuber alla realizzazione dei video affianchino altre attività, che vanno dalla partecipazione a grandi eventi alle serate in discoteca o nei centri commerciali, da spettacoli di vario tipo al cinema. «Quasi tutti i lavori extra vengono fatti a Milano e molti nostri colleghi vedono la città come centro di massima ispirazione creativa». Rispetto a qualche anno fa, i due comici internetiani sottolineano come

il legame tra gli YouTuber e il centro meneghino stia in qualche modo cambiando. «Prima Milano rappresentava il centro dei "raduni", dove i diversi YouTuber si davano appuntamento esclusivamente per conoscersi e scambiarsi idee. Adesso invece ci si va anche per incontrare fan e follower». Milano, infine, è una delle città dove il pubblico de iPantellas (in prevalenza maschi dai 13 ai 24 anni) è più vasto: la precede soltanto Napoli, mentre Palermo la segue a ruota. «Siamo felici che la gente ci apprezzi», concludono. «Alcune persone ci hanno detto che grazie ai nostri filmati hanno superato momenti difficili, come nel caso di una ragazza che ha dovuto sottoporsi a dei cicli di chemioterapia. Sapere che stiamo facendo qualcosa di buono ci riempie di gioia».



5 domande a ... Pietro Massarotto

Come cambia l'immigrazione

Il presidente del Naga racconta le nuove sfide del volontariato
«Lavoriamo per gli ultimi, riempiamo i vuoti lasciati dallo Stato»

di MATTEO FURCAS

@MatteoFurcas

Il Naga, realtà storica del volontariato milanese, è una «associazione di orientamento laico, apolitico e apolitico. Si occupa di immigrazione, a partire dai cittadini stranieri irregolari, e di far emergere diritti laddove non ci sono». La definisce così il presidente Pietro Massarotto. Può contare su circa 300 volontari, ogni anno effettua più di 15.000 visite ambulatoriali e 800 persone in situazione di disagio vengono contattate dal servizio di medicina di strada.

Il fondatore, Italo Siena, è venuto a mancare recentemente. Cosa è cambiato a Milano da quando ha creato il Naga nel 1987, dal punto di vista dei diritti degli "ultimi"? E come siete cambiati voi per affrontare queste trasformazioni?

Non posso dire che le cose siano cambiate in meglio. Italo fu uno dei primi in Italia a rendersi conto che ci sarebbe stata un'immigrazione corposa. E che uno dei temi principali sarebbe stata la salute. In questi 25 anni i diritti sanitari di base sono stati introdotti nella normativa sull'immigrazione, ma in Lombardia e a Milano sono largamente disattesi. Il problema è renderli reali perché sono solo sulla carta. E poi c'è una larga platea di diritti mai introdotti: il pediatra per i minori, il medico di base per gli irregolari sul territorio. La tutela della salute sta peggiorando per tutti, a maggior ragione quella degli ultimi.

La stampa sembra occuparsi del tema migranti e rifugiati solo in concomitanza di eventi eclatanti e, purtroppo, tragici. Quanto è grande lo scollamento tra tutto ciò e la vostra azione che è quotidiana?

È grande, ma ormai la nostra è una preoccupazione assuefatta, ci siamo abituati. L'immigrazione non è un fenomeno contingente né emergenziale. C'è sempre stata. Molti dei problemi attuali sono accumuli di anni, arrivi per chiu-

sure precedenti, frontiere che si aprono improvvisamente. Raccontando il fenomeno solo quando accade, come se fosse un'emergenza di quel momento, si finisce per non capire la questione. Lo dico da tempo ma vengo guardato come se fossi strano, come se in Italia non ci fossero cinque milioni e mezzo di cittadini stranieri fra regolari e irregolari.



Pietro Massarotto, presidente del Naga
(Foto Naga)

I mezzi che avete a disposizione sono sufficienti? Vorreste espandere le vostre attività o aprire altre sedi?

I mezzi sono pochi. Siamo un'associazione di volontariato, e in una società precarizzata anche essere volontari è un lusso. Aprire altre sedi? Ci stiamo piuttosto ponendo l'obiettivo di centrare il nostro intervento rispetto ai bisogni che si formano di momento in momento. Negli ultimi cinque anni l'immigrazione è diventata di passaggio, cambiano i bisogni. Nell'ambito sanitario, per esempio, il nostro ambulatorio si è occupato soprattutto di stranieri che sono rimasti irregolari e sono sempre più marginalizzati. L'altra immigrazione, quella di passaggio, è orientata ad

andare altrove, a volte è fatta di disperati. Non ha interesse a stabilire un contatto diretto con il luogo.

Com'è vista Milano dal Naga? Nei mesi più critici con i rifugiati al mezzanino della Stazione Centrale sembrano aver vinto accoglienza e solidarietà. Solo un exploit o è stata una presa di coscienza definitiva della città?

Non percepiamo una vera e propria presa di coscienza, purtroppo. Siamo abbastanza fermi dal punto di vista della tolleranza. Però sui profughi e sui siriani la città mi ha stupito. Ha dato una risposta in controtendenza rispetto al resto delle città italiane, si è presa un carico pesante. Diverso nel caso dell'immigrazione irregolare e marginalizzata di alcune minoranze. Per dire un gruppo su tutti i rom: è stato stupefacente al contrario. Fra i cittadini scatti di consapevolezza non ne abbiamo colti, probabilmente il momento di crisi generalizzata non aiuta. Una lettura può essere che una persona è più disponibile in momenti in cui non teme per sé. C'è una maggiore attenzione sul piano della beneficenza pura, dell'intervento immediato. Ma sulla comprensione del fenomeno c'è ancora molto da fare.

Dalla fondazione la vostra missione è "non esistere più". A che punto siamo? Quanto manca ancora da fare?

Purtroppo siamo molto lontani. Manca una reale integrazione degli immigrati: per adesso il Naga ci deve essere. All'inizio il nostro obiettivo era far emergere una situazione di cui poi si sarebbe occupato lo Stato. Nel frattempo lo stato sociale si è smagrito e si è orientato verso il settore della beneficenza pura. La nostra idea di avere un welfare generale con diritti uguali per tutti non si sta realizzando. Sta andando da un'altra parte, non solo per gli stranieri ma per tutta la società. Dobbiamo riempire i vuoti lasciati dallo Stato. Dobbiamo farlo in modi nuovi, e anche stupefacenti.