

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

MM

Quindicinale N. 7 - 24 marzo 2017

STAR DEL WEB
NELLA TERRA PROMESSA
DEGLI YOUTUBER

OSSICODONE
LA NUOVA DROGA
DEGLI ADOLESCENTI

CITTÀ STUDI
LA SECONDA VITA
DELL'ORTO BOTANICO

IN PIEDI, SI RIDE!

**Un palco, un microfono,
comici da tutta Italia.
La stand up comedy
a Milano è una cosa seria**

Sommario

24 marzo 2017



In copertina: i clienti del locale Zog prima di una *stand up comedy*
Foto di Nicola Baroni

3 Hai voluto la bici?
Una pedalata
contro smog e traffico
di Andrea Boeris

4 La comicità si alza in piedi
di Massimo Ferraro

7 Ossicodone,
farmaco stupefacente
di Giovanna Pavesi

8 Concetta, Sharifa e le altre:
l'integrazione
ha il volto delle donne
di Valentina Iorio

10 YouTube ha scelto
la sua Hollywood:
ecco dove brillano le stelle del web
di Valerio Berra

12 Il fotografo del crepuscolo
di Sara Del Dot

12 Quote rosa anche per Wikipedia
di Nicola Baroni

14 Milano, il futuro è alle Porte:
tutti gli archi
di una città che cambia
di Simone Disegni

15 Le librerie
che non vogliono morire
di Federico Turrisi

16 La rinascita della flora lombarda
nel cuore verde di Città Studi
di Lorenzo Nicolao

17 La natura parla lingue straniere
di Giulia Dallagiovanna

18 Aggiungi un posto a tavola
che c'è uno *gnammer* in più
di Felice Florio

19 Se al Caffé letterario
si riscopre il naso
di Elena Zunino

20 Cinque domande a...
Fabio Ferrara, game designer
di Marco Procopio

al desk

Felice Florio
Giulia Giacobini
Lorenzo Nicolao
Federico Turrisi

Con il sostegno
della
Fondazione Cariplo

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

Piazza Indro Montanelli 14
20099 Sesto San Giovanni - Milano

Indirizzo e-mail
giornalismo@unimi.it

direttore responsabile
Venanzio Postiglione

vice direttore
Claudio Lindner

direttore della Scuola
Marco Cuniberti

coordinamento di redazione
Valeria Valeriano

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

E-mail: elisa.sgorbani@unimi.it

MIM

(registrazione Tribunale di Milano
N°321 del 9 - 05 - 2006)

STAMPA-Loreto Print
via Andrea Costa, 7 - 20131
Milano



6 Operazione buonumore
di Giulia Giacobini

Foto di Giulia Giacobini

Hai voluto la bici? Una pedalata contro smog e traffico



Foto di Sara Del Dot

di **ANDREA BOERIS**
@AndreaBoeris

Non è Amsterdam né Copenaghen. E nemmeno Londra. Ma anche Milano si sta facendo conquistare dalla bicicletta. Lo dimostrano i dati del servizio di *bike sharing*. A fine 2016 gli abbonati a BikeMi, le biciclette messe in condivisione dal Comune e da Atm, hanno superato quota 55mila e sono aumentati del 20 per cento rispetto all'anno prima. Un milanese su 25 le utilizza, usufruendo di un servizio nato nel dicembre 2008 e in continua espansione. Sono circa 280 le stazioni attive oggi, dove è possibile prendere in prestito le 4.650 bici che sono state messe in circolo, di cui mille sono elettriche e con "pedalata assistita". Qualcosa di innovativo, questo, e senza precedenti nelle altre grandi città europee. Ma si punta ad arrivare presto ai numeri previsti dal bando originario: 350 stazioni e 5mila mezzi a due ruote. Il servizio è in continua crescita non solo nei numeri ma anche nella copertura del suolo cittadino. L'espansione verso le periferie ha permesso una maggiore diffusione e creato anche qualche

problema: l'eccessivo afflusso di mezzi verso le stazioni del centro, che sono rimaste delle stesse dimensioni di prima, ha reso complicato trovare posti liberi in cui poter parcheggiare la bici, soprattutto nelle ore di punta. Ma il *bike sharing* meneghino, il secondo servizio più efficiente in Europa dopo Londra, è ormai un marchio per Milano e l'amministrazione sembra averlo capito: non sono un caso i 600mila euro di investimento appena stanziati per sostituire le batterie delle biciclette rosse, quelle a "pedalata assistita". E pedalare fa bene, a Milano e ai milanesi: nel 2016, le bici BikeMi hanno percorso 8 milioni di chilometri, 200 volte il giro della Terra, per un risparmio di 1,5 milioni di chili di CO₂. Il *bike sharing* non è più solo usato nel tempo libero, ma una scelta per andare a lavoro o raggiungere l'università. Anche grazie agli oltre 140 chilometri di piste ciclabili che si snodano per tutta la città. E aumenteranno ancora, numerosi sono gli interventi già in programma. Milano si sposta sempre di più pedalando e, avanti così, forse tornerà anche a respirare meglio.

La comicità si alza in piedi



Foto di Massimo Ferraro

Oltre 100 eventi in due anni e decine di artisti da tutta Italia: la *stand up comedy* al centro della scena nelle serate milanesi

di MASSIMO FERRARO
@MassimoRoma

Un comico, un microfono e un pubblico più o meno ampio. È in atto una piccola rivoluzione nei locali milanesi. Negli ultimi due anni si sono moltiplicate in città le serate di *stand up comedy*. Il contesto è il più vario: dalla sala intima del Joy a Lambrate, al clima più elegante dello Sloan in piazza Cadorna, dallo Zog sul Naviglio Grande a La Dogana dietro al Duomo, fino alle comode poltroncine del teatro Parenti. Tra chi non se ne perde una e chi non sa ancora cosa sia, questa comicità dal nome anglosassone è uscita dalla nicchia ed è oggi un rituale per molti milanesi, soprattutto giovani.

Con *stand up comedy* non si intende un tipo di comicità, ma un modo di porsi davanti al pubblico, senza filtri e senza scenografie. Il comico è solo davanti ai suoi spettatori, ha in mano un microfono e racconta la sua storia. Spesso la risata è amara, spesso l'argomento è delicato. Ma non è la regola. Anzi, la forza della *stand up* è proprio questa: ogni comico

ha il suo stile – ci sono *one-liner*, battutisti da una riga, c'è chi parla con una marionetta, chi si traveste, chi fa giochi di parole – e qualsiasi tematica può essere affrontata, dai viaggi in aereo alla morte, dal sesso ai quiz televisivi. Tra i veterani c'è Dado Tedeschi, 50 anni, comico professionista da una vita e autore per *Colorado* e *Mai dire*. Viso bonario, barba incolta, occhi azzurri e vispi, Dado Tedeschi è tanto timido quanto bravo a interagire con il pubblico quando va in scena, improvvisando i dialoghi per scaldare l'atmosfera: «La *stand up* è un'attitudine: del comico a raccontare se stesso nella maniera più genuina possibile, del pubblico ad ascoltarlo». La *stand up* può parlare di tutto: non ci deve essere censura, né argomento tabù. Ma non per questo bisogna inseguire la trasgressione: la volgarità è accettata, ma non obbligatoria.

Quando nel 2014 Nicola Senu, 35 anni, che ha studiato Neuroscienze e si occupa di marketing digitale,

decide di aprire il sito e la pagina Facebook di *Stand up comedy Italia*, ha un progetto definito: «La prima fase serviva a promuovere la cultura della *stand up* in Italia ed entrare in contatto con gli artisti italiani. La seconda a trovare gli spazi dove far esibire questi artisti, e a portare gli utenti virtuali a vedere la *stand up* dal vivo. E ci sono riuscito». Raggiunti i 500 fan sulla pagina, Senu decide di organizzare il primo evento al Ginger di Milano. La formula è quella dell'*open mic*: microfono aperto, cinque minuti a testa, chiunque può salire sul palco e recitare il suo monologo. È un successo. In poco tempo riesce a organizzare due serate al mese, a ingresso libero: prima si sposta al BQ de Nòtt, da ottobre scorso va in scena allo Zog sui Navigli. Le serate *stand up comedy Italia*, grazie ai collaboratori di Nicola Senu, si tengono ormai in molte città in tutto il Paese.

Quasi nello stesso periodo Stefano Mazzara e una decina di suoi amici ottengono la gestione de La Dogana,

un Informagiovani vicino al Duomo che di sera si trasforma in centro culturale. Il pallino della *stand up* gli viene a Roma, dove aveva studiato fino al 2012: «Quando mi sono reso conto che a Milano non esisteva una scena *stand up* mi sono detto: perché non cominciare?». Si mette in contatto con i Melamarcia, un gruppo di quattro comici nato nella primavera del 2014. Da ottobre 2015, Luca Anselmi, Clara Campi, Edoardo Confuorto e Giorgio Magri cogestiscono le serate *open mic* a offerta libera de La Dogana – il 4 aprile sarà la trentesima – affiancati ogni volta da comici diversi, tra esordienti, artisti più esperti e qualche imprevisto: «Con l'*open mic* può capitare, certo. Una volta è venuto un ragazzo su consiglio della sua psichiatra: non si era preparato il monologo e appena prima di entrare ha chiesto consiglio ai camerieri del ristorante di fronte. Era anche un po' alticcio».

Può sembrare stravagante, ma è indubbio che la *stand up* abbia funzione terapeutica, non solo per il pubblico ma anche per il comico, portato a raccontare le sue esperienze, spesso per esorcizzarle. Come Giuseppe Sapienza, che ironizza con affetto sui tentativi infruttuosi del padre di curare il cancro, o come Davide Mafrica che spiazzava gli spettatori facendosi gioco della sua disabilità.

Mafrica ha esordito il 6 marzo al Joy

Bar, che ha aperto negli spazi della biblioteca Valvassori Peroni di Lambrate nel maggio 2016, vincendo il bando comunale con un progetto culturale rivolto ai giovani. Francesca Terzoni ha portato la *stand up* al Joy grazie alla collaborazione con Dado Tedeschi: «Ma ho smesso di riprendere gli spettacoli perché ridevo troppo forte», confessa, orgogliosa di riempire ogni lunedì sera la piccola sala. «Gli eventi sono gratuiti, ma a inizio spettacolo do una busta a ogni cliente: con l'autofinanziamento puntiamo a rientrare delle spese».

Già, perché uno dei problemi è la sostenibilità economica. Negli *open mic* il comico non ha un cachet, gli organizzatori ottengono la sala dal locale e mettono a disposizione il palco e un paio di birre. Le offerte dei clienti costituiscono l'entrata principale per i comici. Il successo delle serate a pagamento del teatro Parenti dimostra però che il pubblico è disposto a spendere. Nell'ultima serata, la sesta da settembre scorso, i 150 posti disponibili della sala Café Rouge sono andati a ruba. Giuseppe Sapienza, che con Luca Ravenna si esibisce anche allo Sloan, è felice del risultato (il Parenti ha appena confermato altre quattro serate): «Far



Nella pagina accanto, Francesco Mileto allo Zog. Sopra, Nicola Senu: organizza eventi di *stand up comedy* e nel 2014 ha aperto la pagina Facebook *Stand up comedy Italia*, che oggi conta quasi 25mila fan. Sotto, Giorgio Magri del gruppo di comici Melamarcia, durante una serata al Joy Bar di Lambrate

pagare un biglietto per la *stand up* qui in Italia era certamente un rischio: i numeri ci hanno dato ragione, e così possiamo pagare i comici».

Un altro aspetto critico è la rivalità tra comici, che a Milano si conoscono tutti tra loro. Pur assistendo gli uni alle serate degli altri, molti lamentano che la voglia di emergere impedisce di fare squadra, danneggiando tutti. C'è poi un'ultima considerazione da fare. Clara Campi, del gruppo Melamarcia, ricorda le difficoltà che si incontravano ancora nel 2014: «I locali non sapevano che cosa facessimo, era difficile che ci concedessero la serata. E per un comico avere un posto dove esibirsi regolarmente è fondamentale per la scrittura».

Da allora molto è cambiato. Forse troppo velocemente, secondo Nicola Senu: «Dall'autunno scorso sono tornato a organizzare un solo evento al mese. In poco tempo si sono moltiplicate le serate e, pur potendo garantire di riempire il locale, temo che alla lunga il rischio sia di saturare il mercato, stancare il pubblico, soffocare il ritrovato entusiasmo per la *stand up*».





Un locale del servizio di estetica riabilitativa

Operazione buonumore

Un salone di bellezza inaugurato nell'ospedale cura gratis l'aspetto dei pazienti oncologici, con la speranza di far tornare loro il sorriso

di GIULIA GIACOBINI
@GiuliaGiacobini

Una donna di mezza età si accomoda sulla sedia. Il parrucchiere la saluta, apre l'armadio e tira fuori le parrucche. «Pensava di mantenere colore e taglio?». Lei annuisce e indica un toupet, un caschetto castano. Poi risponde che sì, i capelli li vuole rasare. «Mi hanno detto che dalla terza seduta di chemio inizieranno a cadere, a ciocche. Purtroppo giovedì sarà la terza».

La signora è la sesta cliente del servizio di estetica riabilitativa inaugurato il 4 marzo all'ospedale di Sesto San Giovanni. Si tratta di un salone di bellezza dove i malati oncologici vanno per curare la loro immagine quando le conseguenze delle terapie non glielo impediscono. «La perdita dei capelli, l'arrossamento della pelle sembrano delle bazzecole in confronto a tutte le sofferenze che devono patire, ma il peggioramento dell'aspetto, soprattutto quando è così repentino, è un segno inconfondibile della malattia», spiega Miriam Pacetti, ex primario del reparto di Oncologia, ora in pensione. L'idea del centro è

sua e sua è anche l'associazione, il sorriso nel cuore, che ha contribuito a realizzarlo con il supporto della Fondazione Nord di Milano onlus. Per ora ci lavorano Laura Bonomelli, Stefano Fontana e Manuela Perilli nel giorno di chiusura delle loro attività: il lunedì. I primi due si occupano del taglio. Perilli invece pensa al make-up, disegna le sopracciglia là dove una volta c'erano peli veri, dà alle clienti creme per il corpo senza parabeni e smalti a base di canforati. Gratis.

Gratis sono anche le parrucche: modelli sintetici, più economici rispetto ai toupet veri da 2mila euro, e più facili da gestire. Per ora ce ne sono 60, abbastanza per soddisfare la domanda fino a giugno. «Abbiamo anche le bandane, un'alternativa semplice, pratica - non fa sudare - e anche modaiola, che piace soprattutto alle più giovani», dice Bonomelli.

Le donne non sono le uniche clienti del centro. Già due uomini hanno contattato Alessandra, la *counselor*, per prendere un appuntamento. «Donne pelate non ce ne sono, uomini sì», spiega la dottoressa Pacetti. «Ma

ricordo ancora il caso di un deejay che ho conosciuto quando ancora lavoravo. Lui aveva i capelli lunghi raccolti in un codino e di chemio non voleva neanche sentir parlare. Temeva l'alopecia, l'etichetta del malato oncologico». Nel suo caso è stata proprio una parrucca a salvarlo, convincendolo a curarsi. Non sarà così per tutte le persone che si rivolgono al servizio. Per alcune di loro è già tardi. Ma questo i volontari del servizio non lo sanno e non lo vogliono sapere. Loro ripetono a tutti che quella, parrucca o bandana che sia, è solo una soluzione temporanea, tant'è che la prendono in comodato d'uso e si impegnano a restituirla. I capelli ricresceranno. Naturalmente nessuno sa quale sarà l'esito delle terapie. «L'attitudine è fondamentale nella riuscita delle terapie», spiega Miriam Pacetti. «Stress e preoccupazione producono sostanze chimiche che alterano il sistema immunitario. La cura del proprio aspetto, invece, risolve l'umore. Questo non è sufficiente ad allungare l'aspettativa di vita, ma a strappare un sorriso sì».

Ossicodone, farmaco stupefacente

Il potente sedativo è il nuovo sballo dei giovanissimi.

Una pasticca costa meno di 50 euro e gli effetti sono devastanti

di GIOVANNA PAVESI
@GioEmmaPi

Lo trovano ovunque, in qualsiasi luogo di aggregazione. All'uscita da scuola, nei locali, in strada o in Rete. A volte se lo fanno spedire. La maggior parte, però, preferisce rivolgersi a un professionista dello spaccio che, in genere, se lo procura dal mercato bianco. Un messaggio su WhatsApp o una telefonata avvertono il giovane acquirente. Una pasticca può costare dai 30 ai 40 euro e la modalità d'assunzione è semplice: a volte non serve nemmeno un bicchiere d'acqua. È ossicodone, un sedativo somministrato per ridurre il dolore intenso, come quello sofferto dai malati di cancro in fase terminale.

Per molti adolescenti è droga. Si tratta di un oppiaceo che, se usato con assiduità, crea tolleranza e dipendenza. Identica a quella da morfina o da eroina. Può dare brevi momenti di euforia, prima che subentri la sedazione generale. È molto pericoloso perché porta facilmente all'overdose. Fa parte dei *Painkiller*, nome con cui gli anglofoni definiscono gli analgesici. Tra Canada e Stati Uniti hanno già ucciso decine di ragazzi, che li comprano con estrema facilità. Il 6 marzo, nel Milanese, due iracheni incensurati sono stati arrestati dai carabinieri per detenzione di circa 2mila pasticche di ossicodone. Lo vendevano davanti ai licei della fascia sud di Milano. Secondo i carabinieri non ne era mai stata sequestrata una quantità così ingente. La criminalità se lo procura facilmente, perché le industrie farmaceutiche lo preparano per il mercato legale. Basta un furto in un magazzino o qualcuno che lo rivenda dopo averlo acquistato sotto prescrizione medica. Così il mercato nero lo distribuisce a un prezzo relativamente basso.

E chiunque se lo può permettere. Soprattutto i più giovani, mai del tutto consapevoli di ciò che assumono. Hanno passato da poco l'infanzia, ma non temono gli effetti di sostanze sintetiche che ingeriscono senza conoscere. Anzi ne sono attratti: «Per motivi biologici, quasi anatomicamente, certe parti del cervello che spingono al piacere e alla sperimentazione sono più sviluppate nei giovanissimi: la loro capacità critica è ridotta e questo fa abbassare notevolmente il senso del

è difficile pensare al pericolo», continua Gatti, «ma se le persone conoscessero gli effetti collaterali e vedessero come sono prodotte queste droghe, in termini di igiene, dosaggio e provenienza dei componenti, non le comprerebbero più».

Le abitudini dei giovani consumatori variano, secondo l'opinione degli esperti, in base alle pressioni dei mercati della droga: i ragazzi comprano ciò che le organizzazioni criminali mettono a disposizione. Oltre ai farmaci, le forze dell'ordine sequestrano regolarmente hashish, marijuana, cocaina ed eroina. Ma anche Shaboo (un'anfetamina diffusa nelle comunità asiatiche) e la

Madonna dei poveri (l'mdvp). «Lo scenario è cambiato a causa dei mutamenti sociali, ma è possibile individuare due grosse fasi: dalla fine degli anni '80 fino a metà anni '90, quando l'eroina era consumata con estrema facilità, e oggi, dove farmaci e sostanze prestazionali, come ecstasy e coca, hanno modificato il profilo dei consumi», spiega Antonio D'Ercole, responsabile di Ala Onlus, che si occupa di prevenzione nelle scuole.

Scelgono di «farsi» non per trasgredire o sperimentare, ma per conformismo. C. ha 16 anni e ha cambiato tre scuole prima di iscriversi all'istituto professionale dove studia. Ha gli occhi chiari, le lentiggini, il piercing al sopracciglio sinistro e i capelli biondi. Indossa sempre un cappellino rosso che non toglie nemmeno in classe. È dei Chicago Bulls, ma lui non lo sa. «Non mi interessa, come non mi importa di nulla. Non ho mai voglia di niente». Ha i denti ingialliti dal fumo, lo sguardo vuoto, fa uso di sostanze ogni volta che può. «Perché lo faccio? Perché lo fanno tutti».



Le pasticche di ossicodone sequestrate (fotogramma di un video dei carabinieri)

pericolo», spiega Riccardo Gatti, medico psichiatra e direttore del dipartimento Dipendenze dell'Ats di Milano. «Acquistano quasi sempre con lucidità, senza però fare una valutazione oggettiva del rischio connesso al beneficio momentaneo che queste sostanze procurano: ritengono che a proteggerli sia il fatto di avere scelto. Il loro consumo è consapevole, ma mai critico», spiega lo psichiatra che, con il suo dipartimento, segue circa 9.500 pazienti all'anno. «In una situazione edonistica di piacere e divertimento

Concetta, Sharifa e le altre: l'integrazione ha il volto delle donne

Dalla scuola delle mamme ai centri di ascolto negli ospedali: ci sono posti dove le immigrate italiane e straniere si danno una mano

di VALENTINA IORIO
@valeiorio91

«Questa musica fa male al cuore», dice Rania. La canzone araba parla di una casa abbandonata, una casa che un tempo era abitata da così tanta gente che con la sua luce era in grado di illuminare la distesa di molti mari. «La mia casa in Egitto, in un paese vicino all'oasi di Al-Fayyum, era così», spiega, «ci viveva tutta la famiglia di mio padre e adesso, dopo che tutti ce ne siamo andati, non rimane più nulla». L'amore per la propria terra, il dolore che si prova nel lasciarla, la nostalgia. Sentimenti cantati anche in *Amara terra mia*, il cui ritornello risuona nella sala accanto. Sono le prove dell'evento *Da Concetta a Sharifa*, l'ultima tappa di un percorso che ha visto confrontarsi due gruppi di donne, diverse tra loro per età e cultura, ma accomunate dall'esperienza della migrazione. C'è chi è partita dalla Puglia o dalla Basilicata negli anni Cinquanta e chi invece è arrivata dal Senegal o dall'Egitto più di recente. Migliorare la propria condizione economica e sociale, garantire un futuro più sereno ai propri figli: i motivi che le hanno spinte a partire spesso sono gli stessi. Attraverso il cinema, la danza, il racconto autobiografico hanno imparato a conoscersi e a rispecchiarsi l'una nella storia dell'altra.

L'idea è nata dalle volontarie del gruppo Caritas Salesiani di Sesto San Giovanni, che hanno notato una crescente diffidenza tra le giovani straniere che si rivolgono al loro centro per chiedere viveri, vestiti o medicine e le donne italiane più anziane, che usufruiscono soprattutto del servizio infermieristico. «Il progetto vuole essere l'occasione per farle incontrare. Crediamo che



Una lezione di geografia alla scuola delle mamme (Foto di Elena Zunino)

le donne abbiano una sensibilità speciale e che abbiano molto da scambiarsi e costruire insieme», spiega la coordinatrice Manuela Montanaro. Ciò che contraddistingue questa esperienza è proprio l'idea che le protagoniste della prima migrazione dall'Italia meridionale

possano avere un ruolo centrale nel favorire l'integrazione delle straniere arrivate a partire dagli anni Novanta. L'iniziativa non è isolata, c'è infatti una crescente attenzione per il volto femminile dei fenomeni migratori. I dati della fondazione Ismu (Iniziativa e studi sulla multietnicità) di Milano

dicono infatti che la migrazione è donna. Le straniere sono 2,1 milioni contro 1,8 milioni di uomini. Secondo l'Osservatorio regionale per l'integrazione e la multietnicità, i cui dati sono aggiornati a luglio 2016, in Lombardia le donne sono 460mila. A loro sono rivolte numerose iniziative di alfabetizzazione, spesso gestite da associazioni di volontariato.

È il caso della Scuola delle mamme di Sesto San Giovanni. Qui le mamme straniere possono venire con i figli più piccoli, certe di trovare qualcuno a cui affidarli. Infatti mentre loro fanno lezione di italiano, i bambini possono giocare, disegnare o farsi cullare nel passeggino. A tenerli d'occhio e coccolarli ci pensano le volontarie, tutte ex-insegnanti. La scuola è frequentata da circa 80 donne, per lo più egiziane e in maggioranza musulmane. Nessuna lavora e molte sono analfabete. «Il martedì e il giovedì abbiamo il gruppo di livello base, il lunedì quello di livello intermedio. Le ragazze vengono volentieri, anche perché sanno che c'è qualcuno che le capisce. Simona infatti conosce l'arabo», racconta Patrizia Minella, che insieme a Simona Borello ha fondato l'associazione. La classe della professoressa Minella fa un gioco: su un tabellone sono scritte delle domande, si risponde a turno, chi dà la risposta corretta ha diritto di tirare il dado per passare alla domanda successiva. La domanda sorteggiata è: «Cosa fai quando sali in macchina?».

Tocca ad Aisha: «Quando salo in macchina...». La sua vicina la corregge: «Si dice salgo». Tutte prendono appunti. Nell'altra aula un'ostetrica è venuta a fare una lezione sull'allattamento e la nutrizione. «Spesso hanno abitudini alimentari scorrette. Per questo cerchiamo di portare della frutta per i bambini», dice Laura Oppizzi, ex insegnante di educazione fisica. Di recente ha avviato un corso di ginnastica per le mamme che sta riscuotendo molto successo.

Il gruppo Scuola di italiano delle donne per le donne, invece, organizza incontri tematici o passeggiate. Loro tengono corsi di lingua di tre livelli, che si svolgono alla Casa delle donne. A differenza di altre scuole hanno anche lezioni pomeridiane. La maggior parte delle allieve proviene dall'Africa sub-sahariana e vive in strutture di accoglienza come il centro di via Corelli o l'hub di via Sammartini. Molte sono state vittime del racket della prostituzione. «Portandole al cinema o in giro per Milano, cerchiamo di dare alle ragazze quelle opportunità che non hanno nei centri», spiega Giuliana Muti, una delle responsabili. Dato che la maggioranza delle donne arrivate dall'estero è in età fertile e che più del 10 per cento delle nascite è a loro carico, l'assistenza sanitaria e l'educazione alla salute sono altri due settori che vedono nascere moltissimi progetti. Ad esempio l'Opera San

Francesco, in collaborazione con la Fondazione Bracco e il Comune, ha avviato da qualche anno degli screening gratuiti per prevenire le infezioni in gravidanza. A questo tipo di esami si sottopongono quasi tutte, i controlli di prevenzione dei tumori invece suscitano una certa diffidenza. Le più restie sono le nordafricane. In parte perché rifiutano di esporre il proprio corpo, in parte perché sono convinte che si debba andare dal medico solo quando si sta male. «Nell'analizzare questo dato bisogna però tener conto del fatto che le persone provenienti dal Maghreb hanno livelli di istruzione e di reddito mediamente più bassi», sottolinea Lia Lombardi, sociologa e collaboratrice dell'Ismu per il settore salute. Per provare a vincere questa resistenza la Lega italiana per la lotta contro il cancro (Lilt) ha creato un programma di screening gratuiti, mettendo a disposizione delle donne medici della loro stessa cultura. La mediazione culturale è fondamentale. Lo sa bene la cooperativa Crinali, le cui socie sono 27 donne di 11 Paesi diversi. La cooperativa gestisce due centri di salute e ascolto per le donne immigrate e i loro bambini presso gli ospedali milanesi San Paolo e San Carlo. «La mediatrice non è solo un'interprete, lei stessa proviene da un'altra cultura e ha vissuto l'esperienza migratoria», spiega la presidente Karina Scorzelli. Chi è arrivato prima diventa un ponte per chi arriva dopo.



A sinistra, le socie della cooperativa Crinali. Sotto, un momento solidale in uno dei centri di ascolto (foto della pagina Facebook ufficiale)



You Tube ha scelto la sua Hollywood: ecco dove brillano le stelle del web

Dai video girati in cameretta alle campagne pubblicitarie. Milano è la terra promessa di chi raggiunge la fama con la Rete

di VALERIO BERRA
@Valerio_Berra

Telecamera, computer e un biglietto per Malpensa. È questo il bagaglio di un nuovo flusso di migranti che da due anni sta attraversando l'Italia. Sono gli youtuber, i professionisti dei video in Rete. Quelli che ogni giorno tengono incollati a ogni tipo di schermo milioni di persone, soprattutto giovani. Milano è diventata il centro del loro business. Il motivo? Si può capire solo ripercorrendo la strada che porta a diventare una webstar. «Il nostro primo video è stato il backstage di uno spettacolo teatrale dell'oratorio. Da lì abbiamo capito che potevamo avere un riscontro e abbiamo iniziato a pubblicare video sempre più spesso». A parlare è Nicola Conversa dei Nirkiop, un collettivo di Taranto che ha prodotto 170 video comici per un totale di 165 milioni di

visualizzazioni. Si comincia così: un po' per passione, un po' per noia. O meglio. Si cominciava così. Quando nel 2010 i Nirkiop muovevano i primi passi ancora non erano chiare le potenzialità di questa piattaforma. «All'inizio ognuno di noi faceva altro, chi piccoli lavoretti e chi l'università. Nessuno pensava di ricavarne uno stipendio. Ora è diverso. Tutti sanno che si può guadagnare bene. Ci capita spesso di incontrare ragazzi che iniziano a girare video avendo già l'intenzione di diventare youtuber professionisti». Su YouTube sono due i numeri che contano: visualizzazioni e iscritti. Le visualizzazioni sono le volte in cui un video è stato riprodotto. Gli iscritti invece sono il numero di persone che scelgono di restare aggiornati sui contenuti di un canale, la sezione del sito in cui ogni youtuber gestisce

i propri contenuti. È un indice fondamentale perché rappresenta il pubblico più fidelizzato. Quando questi due contatori cominciano a salire vuol dire che si sta creando un interesse da parte degli utenti. Non si può definire una formula che renda possibile questo processo. A volte si arriva con un format nuovo, a volte si cavalca una tendenza già affermata. Ora ad esempio sono i gamer ad attrarre più click. Si tratta di ragazzi che si registrano mentre provano un videogioco, condendo la loro performance con reazioni e commenti improbabili. È il caso dell'arcinoto Favij, proprietario di un canale da 3,5 milioni di iscritti. Una volta creato un pubblico, il business ha inizio. I giovani talenti del tubo vengono contattati dalle agenzie, società di comunicazione che si occupano di far crescere i numeri di



Gli youtuber dell'agenzia Monkey Trip (foto del loro ufficio stampa)

uno youtuber, di metterlo in contatto con aziende disposte a fare pubblicità con lui e di creare progetti paralleli. Una di queste è MonkeyTrip. Trenta dipendenti, una sede a Gallarate e idee molto chiare su come funziona questo business. Il suo fondatore è Fabio Betti. «Noi arriviamo quando vediamo un potenziale. Non importa se una persona abbia già raggiunto traguardi importanti come quello dei 100mila iscritti. Conta che abbia talento. Noi lo aiutiamo a curare i suoi contenuti e cerchiamo di trovargli più lavoro possibile».

Le fonti di guadagno sono molte e arrivano da strade diverse. La prima è la pubblicità. C'è quella che viene veicolata direttamente dalla piattaforma, attraverso i banner pubblicitari o gli spot. Oppure c'è quella che avviene attraverso il product placement, l'esposizione di un brand all'interno del video. La seconda via da cui passano i soldi sono invece i progetti esterni a YouTube. Quando si raggiunge un certo livello di notorietà le agenzie accompagnano il talento nel creare nuovi prodotti. L'esempio più classico è quello del libro, di solito una biografia, e poi ci sono anche spettacoli teatrali, film e programmi televisivi. Ma si può andare oltre. Greta Menchi, webstar con 1,13 milioni di seguaci su YouTube e 1,7 su Instagram, ha creato una linea completa per la scuola, dagli zaini agli astucci.

Il ruolo dell'agenzia non è solo aiutare la crescita artistica dello youtuber ma anche capire quale tipo di campagna pubblicitaria possa essere più adatta a lui. E qui il tipo di pubblico gioca un ruolo fondamentale, come spiega Fabio Betti: «Le aziende ci chiamano e ci chiedono di fare pubblicità. Noi cerchiamo di portarle verso chi potrebbe garantire un'esposizione migliore al loro prodotto. Ad esempio, un ragazzo che si occupa di videogiochi non è l'ideale per sponsorizzare un forno elettrico perché il suo pubblico sarà formato soprattutto da ragazzini».

Il rischio di tutta questa pubblicità è però quello di snaturare i contenuti di un canale ma per questo basta riuscire a conciliare creatività e business. Luca Lattanzio e Katia Brivio, protagonisti



A fianco, i Nirkiop, gruppo di comici che dalla Puglia sono arrivati a Rho. Sotto, lo youtuber CiccioGamer89 alla presentazione del suo libro insieme al manager Fabio Betti

del canale Scherzi di Coppia, col tempo hanno imparato bene come pesare questi due fattori davanti ai loro 500mila iscritti.

«Le persone si stanno abituando alla pubblicità. Certo, bisogna stare attenti a inserire i prodotti in modo che non stonino con i video. Il nostro format principale è quello degli scherzi. Spesso quindi i prodotti che pubblicizziamo diventano la scintilla che innesca un'idea».

Le possibilità di guadagno sono altissime ma per raggiungerle tutte bisogna andare dove ci sono aziende pronte a investire. Un anno fa i Nirkiop hanno preso un aereo dalla Puglia e hanno appoggiato le valigie in un appartamento di Rho, non lontano da dove è andato in scena l'Expo 2015. «Noi siamo in cinque, sei con il nostro tecnico. Vivere a Taranto non era più sostenibile. Eravamo sempre in viaggio. Abbiamo scelto di venire a Milano per stare vicini alla nostra agenzia. Ora possiamo incontrare più spesso il nostro manager ed è più semplice lavorare con le aziende che vogliono fare pubblicità con noi. Da qui poi raggiungiamo facilmente gli eventi a cui ci invitano in tutta Italia». I Nirkiop non sono gli unici ad aver fatto questa scelta, con loro ci sono alcune fra le star più influenti di YouTube, dallo stesso Favij passando per St3pny, SurrealPower e Dread. Tutti proprietari di canali sopra il milione di iscritti.

L'importanza di Milano in questo



universo sembra chiaro anche ai dirigenti di YouTube. Sono loro che da pochi mesi hanno scelto di far partire in Italia il progetto *YouTube Ambassador*, una campagna che ha lo scopo di formare una comunità di creatori di contenuti e far crescere i canali più piccoli. Gli Ambassador sono le persone che si occupano di gestire nei loro Paesi di origine questo programma.

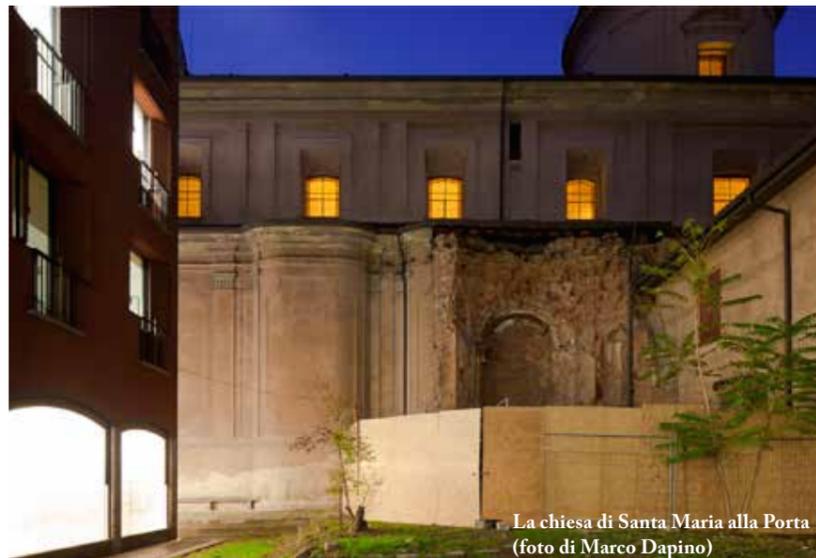
I criteri in base ai quali sono stati scelti non sono solo i numeri dei loro canali ma anche i contenuti e il tipo di pubblico a cui arrivano. Due di questi sono i volti di Scherzi di Coppia e raccontano dove questo progetto sta mettendo radici: «Noi organizziamo aperitivi e giorni di lezioni per permettere agli youtuber emergenti di conoscersi fra loro e imparare a gestire il loro canale. Sono eventi a numero chiuso ma per partecipare basta avere almeno mille iscritti e segnarsi per tempo. Negli incontri che mettiamo in calendario a Milano i posti finiscono sempre in fretta. Al momento non è facile trovare una situazione del genere in altre città».

Il fotografo del crepuscolo

Marco Dapino, l'artista che cerca il momento perfetto tra il giorno e la notte

di SARA DEL DOT
@SaraDelDot

«Un giorno passeggiavo per il centro e ho notato una particolare luce che usciva dalle vetrate della chiesa di Santa Maria alla Porta. Sono tornato a casa a prendere l'attrezzatura ma ormai il momento perfetto era passato, quindi il giorno dopo ci sono tornato, ma era tutto spento. Allora sono entrato dentro la chiesa e ho detto a una suora che volevo ricreare l'atmosfera del giorno prima. Senza opporsi ha acceso tutto e mi ha fatto scattare la foto». Milano è la sua città natale, ma soprattutto il suo laboratorio visivo.



La chiesa di Santa Maria alla Porta (foto di Marco Dapino)

Marco Dapino, 35 anni, fotografo meneghino, si tuffa nel racconto delle sue foto prima ancora che io faccia la prima, superflua domanda. Sì, superflua, perché quando parla dei suoi

lavori sa esattamente cosa vuole dire, mentre presenta una città improbabile e complessa, incastonata in una disarmante, sussurrata nitidezza. A imperversare sono soprattutto

le architetture geometriche, un uso studiato della luce naturale e un silenzio che confonde. La città rappresentata in queste fotografie non sembra proprio Milano. È una Milano diversa, quella di Marco Dapino. Una Milano attentamente raccolta in un lembo di realtà che, per lui, esiste soprattutto in un momento della giornata ben preciso.

«Amo l'orario crepuscolare in cui il cielo diventa più scuro e la luce artificiale si meschia con quella naturale. Sono quei dieci minuti in cui l'illuminazione della strada ci mette un po' a scaldarsi, non è ancora così prepotente. Tutto cambia dal punto di vista cromatico e tu, con la tua camera, rimani fermo immobile, le linee, le geometrie sono rigide, ferme, ma tutto il resto scorre. Ora purtroppo le luci sono passate dal tungsteno al led e si accendono istantaneamente, così è più difficile catturare quel momento».

Così Dapino sfoglia con passione i

suoi progetti, che presentano tecniche e ricerche maturate nel tempo, a partire da *Rgb*, interamente realizzato con una fotocamera analogica, fino a *Suburban Streets*, che rappresenta i raccordi attorno a Milano soltanto in orari notturni, seguendo le luci delle auto sulle strade attorno alla città. Ma il connubio tra architetture geometriche, luce naturale e luce artificiale, spogliato di qualsiasi elemento di disturbo che caratterizza l'ambiente urbano (auto, motorini, passanti) trova il suo apice in *Ore di città*, un progetto interamente incentrato su Milano realizzato dal 2011 al 2015, nel quale il crepuscolo e la notte avvolgono pezzi di realtà cui la frenesia della metropoli ci ha ormai disabitati. Ci si mette un po', infatti, a riconoscere l'ingresso della stazione, la chiesa di San Francesco, i portici del centro. «Il progetto nasce dall'esigenza di raccontare Milano, la mia città, evitando i luoghi più comuni e scontati. Sono partito

da una fascinazione puramente estetica e, andando in giro in Vespa, cercavo situazioni che ritraessero l'architettura in quella condizione di luce particolare a quella determinata ora. Quando trovavo quel connubio me lo appuntavo e poi tornavo a fotografare. Volevo svelare la sua identità pian piano. Mi piace pensare che chi guarda le mie immagini inizialmente si perda, ma poi si ritrovi». In questi scorci così ricercati, non mancano dettagli che rendono l'immagine intima e familiare agli occhi di chi la guarda. Così è accaduto, ad esempio, per la fotografia di una parete del cinema Odeon, di fronte a cui si scorgono ruota anteriore e manubrio di una bicicletta legata lì davanti. «Una signora si è innamorata di quella fotografia perché la ricordava quando lei andava al cinema e legava la sua bicicletta proprio in quel punto. Queste piccole cose mi fanno capire che il lavoro è stato percepito proprio come l'avevo inteso io».

MIM WEB

Quote rosa anche per Wikipedia

Arrivano in Italia i raduni di editing dell'enciclopedia online. Obiettivo? Coinvolgere più donne e aumentare le voci al femminile

di NICOLA BARONI
@nicobaro_nb

«E Zoë Quinn come la decliniamo? Sviluppatore o sviluppatrice?». La prima difficoltà incontrata da Giulia nel creare un contenuto Wikipedia non sta nel mezzo, che invece ha scoperto essere semplicissimo, ma nella lingua italiana. «È la prima volta che pubblico una voce e ho voluto cominciare dal tradurre una biografia già esistente in inglese, quella di Zoë Quinn», dice Giulia. Peccato che la programmatrice e artista americana non si consideri né maschio né femmina e la sua voce inglese si riferisca a Zoë con «they», «loro». Il gruppo, formato da una ventina di wikipediani quasi tutti neofiti

che conoscono l'enciclopedia online solo come utenti, dopo un breve confronto arriva alla conclusione che è meglio usare il femminile. Specificando che Quinn «si identifica come genere non binario». I raduni di editing di Wikipedia servono anche a questo, per discutere di alcuni problemi pratici. Ma l'Edit-a-Thon Art+Feminism di sabato 11 marzo, una sessione di scrittura e ampliamento dell'enciclopedia online, non è stato un semplice raduno. Il progetto è nato nel 2014 e si ripete ogni anno nelle sedi più prestigiose, tra cui il Moma di New York. Da quest'anno ha visto coinvolte anche sei città italiane, tra queste Milano, al centro Base di via Bergognone. Due gli obiettivi, il primo è quello di implementare il numero di contenuti al femminile sull'enciclopedia:

solo il 14 per cento delle biografie infatti riguardano donne. Una delle ragioni della disparità sta nel *gender gap* tra i compilatori di voci: solo il 10 per cento sono wikipediane. Il secondo obiettivo che la maratona di Art+Feminism si pone è proprio quello di ridurre questo divario. Ogni gruppo di lavoro in Italia si è scelto un tema. Se al Maxxi di Roma i partecipanti si sono concentrati sulle artiste contemporanee, il gruppo di Milano si è occupato delle donne impegnate nell'arte interattiva, nei videogames e nel webdesign. «Una sfida nella sfida, se si considerano i pregiudizi che ancora esistono nel mondo del web e del gaming», dice Annamaria Andrea, tra le organizzatrici dell'evento. «I videogiochi non sono una cosa per bambini ma sono diventati un

mezzo espressivo e culturale, non di competenza esclusivamente maschile». Tanto che Zoë Quinn, come scrive Giulia nella sua voce, è nota per aver progettato *Depression quest*, un programma a metà tra il videogioco e il prodotto artistico e letterario sul tema della depressione. L'età media dei wikipediani radunati a Base si aggira tra i 25 e i 30 anni, ma non mancano le eccezioni. Paola, 50 anni, usa regolarmente Wikipedia come utente ma non aveva mai compilato una voce prima. Con l'aiuto dei wikipediani esperti ha scoperto che dare il proprio contributo è semplicissimo. Quando una voce esiste già, infatti, basta cliccare il tasto modifica, editare e pubblicare: e le modifiche sono subito online, a beneficio degli utenti che stanno facendo ricerche sull'argomento e al vaglio degli altri wikipediani che possono correggere o perfezionare. In totale, al termine della giornata di scrittura, sono state create 17 nuove entrate, alcune delle quali inedite in tutte le piattaforme linguistiche dell'enciclopedia, e migliorate diverse

voci già esistenti. «Un successo da riproporre», secondo Francesca Ussari, di Wikimedia, «anche l'Italia avrà il suo appuntamento annuale con Art+Feminism». Soprattutto un successo che non termina con la maratona se è vero, come dice Francesco, wikipediano di lungo corso,

che una volta compilata una voce non si riesce a smettere: «La soddisfazione è immediata: scrivi su un argomento di tua competenza e un secondo dopo l'entrata è online, pubblicata sull'enciclopedia più consultata del mondo. Stai già parlando a milioni di utenti».



Wikipediane al lavoro (foto di Francesca Lissoni)

Milano, il futuro è alle Porte: tutti gli archi di una città che cambia

Dalle rovine del Carrobbio ai luoghi più in della movida, la trasformazione urbana passa attraverso i bastioni di ogni epoca

di SIMONE DISEGNI
@simo_disegni

La più antica, fra quelle tramandate fino a oggi, è Porta Nuova. Quella medievale, naturalmente, da non confondere con l'omonima spagnola che incornicia i futuristici grattacieli del nuovo skyline meneghino. Tra viali che portano nomi di archi abbattuti da decenni e resti di bastioni risalenti ad almeno quattro epoche diverse, raccapzarsi tra le Porte di Milano è esercizio da pazienti ricercatori più che da turisti.

Di archi veri e propri, in città se ne ammirano oggi sette – incluso quello della Pace, pur costruito per ragioni celebrative e non d'ingresso. Un numero che sale di due unità se si tiene conto anche dei bastioni di cui si conservano soltanto i caselli daziari: quelli delle Porte Volta e Venezia. Dell'antica Mediolanum, destinata a diventare capitale dell'Impero Romano d'Occidente, l'unica porta di cui si conserva traccia certa è quella del Carrobbio. La traccia, per l'esattezza, è quella della sola

Torre sopravvissuta ad invasioni e rivoluzioni urbane. Oggi si trova all'interno di un ristorante alla moda a due passi dal Duomo.

Di latino non ha nulla, Porta Romana: per lo meno non quella cantata da Giorgio Gaber che svetta oggi al centro di piazza Medaglie d'Oro. L'arco che la domina risale al sedicesimo secolo: l'epoca della dominazione spagnola, quando i regnanti stranieri vollero erigere per Milano una nuova cerchia di mura, dopo quella d'origine romana e quella lungo il fossato dei Navigli, d'impronta medievale.

Mania di rinnovamento o disegno razionale, l'eredità dei regnanti succedutisi ha voluto che ad ogni ampliamento urbanistico si smontasse via via ogni traccia delle mura precedenti. Per ricostruire nuove Porte sulla stessa direttrice, e sovente con lo stesso nome, certo, ma rinunciando a quelle preesistenti.

Regola aurea, ma non senza eccezioni: come quella dell'asse Ticinese, in direzione di Pavia, la cui porta

spagnola non sostituì ma si aggiunse alla precedente d'epoca medievale, sotto la quale si consumano tuttora visite turistiche, selfie e svariati litri di birra, a due passi da San Lorenzo. Un legame speciale quello che lega la "Milano da bere" versione anni Duemila ai bastioni più imponenti della città. Oltre alle famose Colonne, impossibile per gli studenti milanesi, di nascita o adozione, rinunciare a un drink sotto l'Arco della Pace (voluta da Napoleone ma aperto solo nel 1838) o a due passi da Porta Venezia (erede dell'antica Porta Orientale ma d'epoca ottocentesca).

Agli affari e al ruolo di capitale internazionale, lato nord, guarda invece la zona compresa tra le Porte Garibaldi (già Comasina) e Nuova. Completati il grattacielo di Unicredit e l'apprezzatissima piazza Gae Aulenti, si lavora oggi al completamento di un visionario "progetto per l'Italia" con il coinvolgimento delle più grandi archistar. In attesa, magari, del prossimo ampliamento della città.

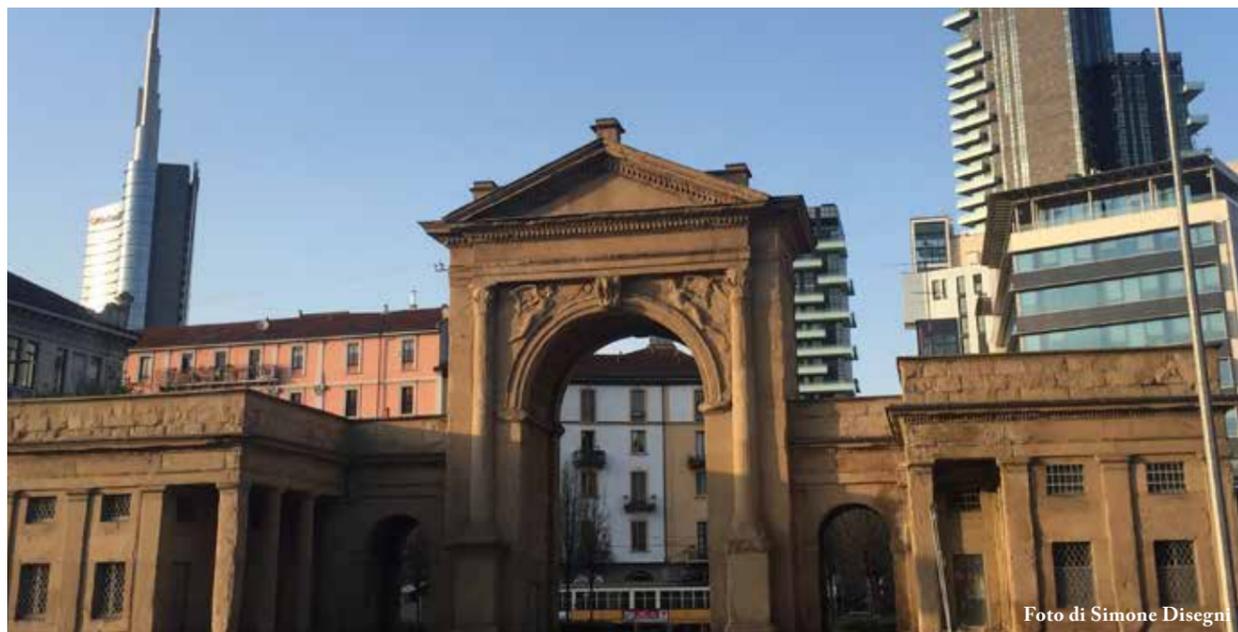


Foto di Simone Disegni

Le librerie che non vogliono morire

I volumi antichi attraggono ancora appassionati e collezionisti. Ma tra crisi e digitale, la minaccia più incombente è la burocrazia

di FEDERICO TURRISI
@fedeturrisi25

F *vultuat nec mergitur*, ondeggia ma non affonda. Questa locuzione latina, motto della città di Parigi, spiega bene qual è la situazione del mercato del libro antico. Un mercato che ha subito una flessione, dovuta soprattutto al prepotente ingresso del digitale e alle conseguenze della crisi economica, ma che nonostante le difficoltà gode di buona salute. A Milano ci sono 11 librerie antiquarie che possono contare su una clientela fidelizzata, alquanto attempata, disposta a spendere cifre importanti; si tratta per lo più di collezionisti innamorati del libro inteso come oggetto dotato di valore intrinseco. «Si incontrano anche giovani», assicura Tiziana Nardi, titolare della Libreria Antiquaria di Porta Venezia. «Se possono, acquistano libri; più spesso cercano un volume particolare da regalare, come può essere una prima edizione, che difficilmente troverebbero nelle librerie più comuni».

Il fascino della carta conserva dunque il suo potere: difficile cancellare con un colpo di spugna 500 anni di storia della stampa. «Un bel volume, una bella incisione su supporto cartaceo non è paragonabile alla stessa immagine riprodotta su un dispositivo elettronico», dice Maurizio Malavasi, proprietario della Libreria Malavasi, a pochi passi dal Duomo. Suo fratello, Sergio Malavasi, ha fondato il sito "Maremagnum", punto di riferimento sul web per la compravendita di libri rari e fuori catalogo. Il portale raccoglie oltre dieci milioni di titoli e poggia su una rete che conta più di 600 librerie, in Italia e all'estero.

Se l'antiquariato dei libri non si tira indietro di fronte alla sfida lanciata da internet, teme

piuttosto le lungaggini burocratiche. Il D.L. 125/15 stabilisce che un libro è antico se ha più di 50 anni e per essere venduto bisogna pagare una marca da bollo. «Ciò vuol dire che secondo la legge anche un giallo Mondadori è un libro antico, e per venderlo dovrei pagare una marca da bollo che magari equivale al 50 per cento del valore del volume», spiega Giovanni Biancardi, consigliere dell'Alai (Associazione librai antiquari d'Italia) e gestore, insieme a Massimo Smedile, dello studio bibliografico Il muro di Tessa, in zona Porta Venezia. Senza contare i lunghi tempi di attesa richiesti per ottenere il rilascio dell'attestato di libera circolazione dalla pubblica amministrazione. A farne le spese sono quei librai antiquari che operano anche all'estero: non è detto infatti che un acquirente straniero sia disposto ad aspettare fino a due mesi per portare a casa un libro. Tuttavia, malgrado il calo dei lettori e l'agonia del settore dell'editoria, l'attuale piccolo nucleo di librai antiquari è destinato a sopravvivere ancora a lungo. Almeno finché

esisterà una élite (seppur ristretta) di collezionisti. «Anziché bibliofili, io li chiamo bibliofolli», scherza Biancardi. «Ma dietro questa mania si nasconde un nobile proposito. È grazie alla passione e alla cura dei collezionisti che si riescono a preservare nel tempo beni preziosi come i libri antichi molto meglio di quanto facciano le istituzioni pubbliche. Senza l'amore di tali persone per la cultura e per i libri tante biblioteche non sarebbero quelle che sono».



Foto di Sara Del Dot

La rinascita della flora lombarda nel cuore verde di Città Studi

Betulle, faggi, tassi e quercio-carpineto. Ecco l'orto botanico che riproduce il paesaggio preromano del Nord Italia

di LORENZO NICOLAO
@LolloNicolao

C'è un posto a Milano dove è possibile passeggiare nella foresta di tremila anni fa. Dai prati aridi delle zone prealpine alle torbiere della pianura, da un bosco come il quercio-carpineto alla brughiera del Nord Italia. Volontari, studenti e tecnici collaborano ogni giorno per un'opera di conservazione della flora autoctona

fatta di betulle, faggi, tassi e specie del bosco di palude. Dietro il polo universitario di Città Studi, fra via Golgi e via Vanzetti, è l'orto botanico a dar vita agli ambienti naturali del passato. Nato dalla bonifica dell'ex Cascina Rosa, un terreno acquistato nel 1637 dai marchesi spagnoli di Rosales, l'orto inaugurato nel 2001 è accessibile a tutti dalle 9 alle 17, grazie al nuovo orario di visita dal

primo marzo scorso. Ci sono cinque serre e un'aula didattica per ospitare le piante tropicali e lo studio dei ricercatori



In alto, il laghetto dell'orto botanico. A fianco, i fiori della pulmonaria. Sotto, i tecnici dell'orto al lavoro (foto di Lorenzo Nicolao)

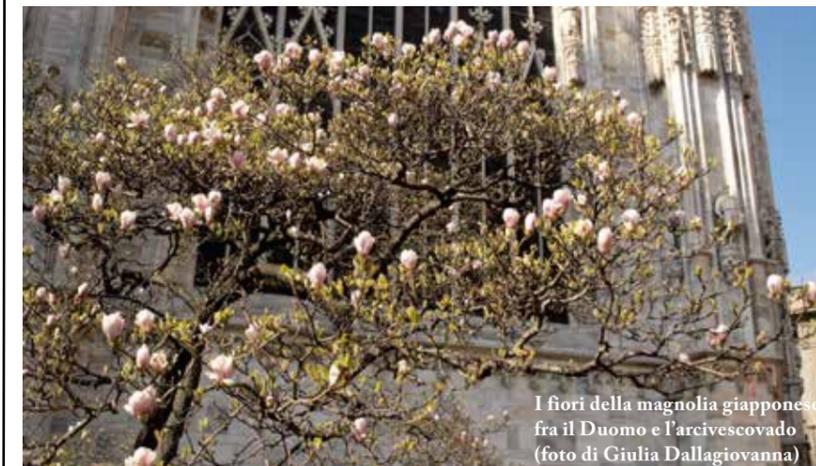


del dipartimento di bioscienze della Statale, ma è il paesaggio circostante a ricreare un ambiente difficile da trovare altrove. «Vogliamo offrire alle persone un percorso per riscoprire gli habitat naturali e originali della Lombardia», così Marco Caccianiga, docente della Statale e responsabile scientifico dell'orto botanico. «A volte non è stato l'intervento umano ma l'abbandono di attività agricole o allevamenti non più redditizi ad aver messo in pericolo alcune specie vegetali che vivevano intorno ai fontanili nel nostro territorio. Nell'orto vogliamo anche riprodurre il paesaggio lombardo antecedente all'arrivo degli antichi romani, i primi ad aver rimosso le foreste dell'epoca». In due ettari e mezzo si ricostruiscono così vari habitat locali, tutelando specie a rischio di estinzione e valorizzandole attraverso mostre espositive per i visitatori che saranno realizzate nel corso della prossima primavera. «Molti non sanno che in Lombardia ci sono piante carnivore, tintorie e medicinali», continua il professore. «L'uso di alcune è antichissimo. La pulmonaria, che cresce nel sottobosco, era appunto usata per le infezioni polmonari. I monaci cistercensi hanno recuperato nel Medioevo una tradizione che in epoca romana era stata dimenticata ma poi tramandata fino al 1700 con gli Austriaci, appassionati di botanica. La "marcita" è per esempio un prato da foraggio che veniva continuamente irrigato. L'alta produttività, derivante da questa tecnica, consentiva il doppio dei tagli di fieno rispetto ad altri tipi di colture, richiamando a Milano nei secoli scorsi molti europei che volevano conoscerne il segreto». La riproduzione degli habitat è

compito di Mario Beretta e Valerio Parravicini, due tecnici che lavorano all'orto da anni. «Basta che non ci chiamate giardinieri perché sia la nostra opera di manutenzione sia il lavoro di riproduzione degli ecosistemi sono frutto di una profonda conoscenza delle specie che trattiamo». Non sono sempre aiutati dagli studenti, che a causa dell'università difficilmente riescono a garantire costanza, ma Marta Tognetti, studentessa magistrale, è una delle collaboratrici più assidue. «C'è sempre bisogno di persone che diano una mano in uno spazio così vasto soprattutto per coprire le nuove fasce orarie e assistere i visitatori, a volte ignari della varietà della flora presente». Poi aggiunge: «Noi studenti non sempre riusciamo a mantenere i nostri impegni essendo spesso alle prese con gli esami. Insieme ad un collega provo a sfruttare il tempo libero perché uno spazio come l'orto va riscoperto anche dai media. Non è facile essere costanti ma una buona valorizzazione sui canali digitali e sul web farebbe conoscere meglio questo spazio al pubblico. Oltre alla storia della cascina ci sono anche collezioni sequestrate dal corpo forestale dello Stato, tant'è che siamo custodi giudiziari di piante rare trafficate illegalmente». Primo fra gli orti botanici di Milano, più grande di quelli di Brera e Tuscolano Maderno, quello di Città Studi è nella rete degli orti lombardi e partecipa a eventi nazionali e internazionali di divulgazione scientifica come l'apertura straordinaria del solstizio d'estate e il Fascination of Plants Day del 18 maggio. L'ecosistema non si limita però solo alle piante. Per il professor Caccianiga il laghetto è ottimo per integrare la flora con la fauna. «C'è un anfibio autoctono come il tritone punteggiato mentre picchi e piccoli serpenti sono stati subito richiamati dal paesaggio. Con la bella stagione dobbiamo occuparci anche delle due tipologie di vigneti dell'Oltrepò pavese. Per altre specie è necessario mettere delle reti di protezione per gli uccelli. Sarebbe un peccato se semi a rischio estinzione venissero mangiati prima di germogliare».

La natura parla lingue straniere

Giapponesi e americane: le piante di Milano



I fiori della magnolia giapponese fra il Duomo e l'arcivescovado (foto di Giulia Dallagiovanna)

di GIULIA DALLAGIOVANNA
@GiuliaDallagio

Palme in piazza Duomo. Invasione. Matteo Salvini su Twitter mette in guardia contro l'arrivo di sabbia e cammelli «per far sentire a casa i clandestini». Il disprezzo per il regalo con il quale Starbucks, la più grande catena di caffetterie al mondo, ha voluto celebrare il suo arrivo a Milano cresce con l'aggiunta dei banani. Si teme che la cattedrale venga scambiata per una moschea e s'invoca la sostituzione con alberi di provata origine lombarda. Eppure il Duomo è «complice» di questo attacco alla flora autoctona. Da anni ai lati esterni dell'abside trovano rifugio due magnolie giapponesi. Sotto i rami, i milanesi consumano le loro "schiscette" ignari del pericolo. Forse perché quei fiori rosa simili a tulipani, in contrasto con il bianco della chiesa, sembrano incantare chi li guarda e far passare in secondo piano gli scrupoli sulla provenienza. È una questione di estetica dunque. Come quella che ha portato a scegliere una quercia rossa come monumento ai caduti della Grande guerra. In piazza XXIV maggio i patrioti lombardi vengono celebrati da un albero nordamericano. E un suo parente ai Giardini "Indro Montanelli" ha preso il nome di "quercia di Montale",

dopo aver rubato il cuore al premio Nobel durante il soggiorno milanese. Entrambe le piante sono malate e sorrette da stampelle di legno, ma resistono alla xenofobia floristica. Non cede neanche il platano di Affori che Napoleone avrebbe fatto installare per una nobildonna di Milano della quale si era innamorato. Un albero spagnolo che ha vinto la battaglia per la conquista dello *ius soli*, tanto da essere identificato come "la Pianta" per antonomasia da abitanti del quartiere e naturalisti, al posto di un più lombardo faggio. Sarà la provenienza degli esemplari da Paesi sviluppati, sarà che è più facile cogliere l'estraneità di una palma in terra meneghina, che la differenza fra un magnolia giapponese e un ciliegio. Ma in tutto questo proliferare di flora clandestina, i milanesi hanno mostrato indignazione solo verso quello che sembra un angolo di Marrakech all'ombra della Madonnina. Quando in realtà bisognerebbe parlare di Shanghai. Quegli alberi provengono infatti dal sud della Cina e vengono scelti per questo tipo di installazioni perché resistono fino a 15 gradi sotto zero. Milano è una città sotto assedio straniero dunque. Ma è un nemico che profuma di primavera.

Aggiungi un posto a tavola che c'è uno *gnammer* in più



Altro che Facebook, è il cibo a creare legami. Il *social eating* porta le conversazioni da una chat a un banchetto tra sconosciuti

di FELICE FLORIO
@FeliceFlorio

S aliamo su un Uber per fare più in fretta. Scegliamo il ristorante su TripAdvisor invece di sfogliare una guida Michelin. Dormiamo in un Airbnb per risparmiare. Il web ci ha resi tassisti, critici gastronomici, albergatori e tanto altro. Dal mondo dei social, dove sempre più persone trovano lavoro e altre ricevono servizi alternativi, stanno emergendo anche le figure di cuochi e *gnammers*, gli utenti della più grande piattaforma italiana di *social eating*. Gnammo, la startup fondata da Cristiano Rigon, Walter Dabbicco e Gian Luca Ranno «permette di fare due cose semplicissime, cucinare e mangiare», spiega quest'ultimo. «Un utente crea un evento inserendo sul portale menù, prezzo, numero di ospiti, ora e luogo. Sarà il cuoco della serata». Gli altri utenti che si propongono per partecipare vengono definiti *gnammers* e dovranno essere accettati dall'organizzatore.

La cosa bella di Gnammo è che «il concetto del social network viene riportato alla vita reale, attorno a un tavolo», dice Stefania Corrado, una dei

primi utenti della piattaforma lanciata nel 2012. «Persone sconosciute fino a cinque minuti prima sono lì che apparecchiano insieme e chiacchierano come se si conoscessero da una vita». Solo a Milano gli utenti iscritti a Gnammo sono 15.500, ma quella del *social eating* è una tendenza che ha coinvolto ben 1.500 città in Italia con cifre rilevanti. Tanto che il caso ha richiamato l'attenzione del Parlamento: il 18 gennaio la Camera ha approvato un disegno di legge che regola la ristorazione nelle abitazioni private ponendo un limite di fatturato annuo di 5mila euro. «Significa non aver compreso il potenziale della *sharing economy*, tutelare una categoria a discapito di un'altra. Più adeguata sarebbe la proposta di porre limiti solo sul numero di coperti», sostiene Rigon. «Non hanno realmente compreso quanto l'*home restaurant* sia non avversario ma strumento di sviluppo del settore».

Federico Bonaconza, cuoco Gnammo più votato di Milano, conferma quanto dicono i fondatori del portale. «Smettiamola, il *social eating* non è

un'attività concorrenziale alla normale ristorazione», dice, premettendo che lui nella vita dirige un ristorante. «Gnammo non rende in termini economici: io organizzo una cena a settimana e alla fine guadagnerò un 300 euro al mese. Facendo la spesa all'Esselunga e considerando le bollette per cucinare e ospitare, mi rimane poco». Lui giura di farlo solo per incontrare persone diverse perché «lavorando in una città come Milano con ritmi frenetici, non è semplice farsi nuovi amici».

Un'esperienza davvero sociale per gli utenti. Ma per i soci di Gnammo è un effettivo business. Il guadagno, che inizialmente derivava solamente dalla trattenuta del 12 per cento sui pagamenti che gli *gnammers* facevano ai cuochi per andare all'evento, ora è incrementato dal *product placement*: una sorta di pubblicità che compare in spazi non prettamente pubblicitari. «Diamo alle aziende l'opportunità di far interagire i propri prodotti con dei potenziali clienti. Per esempio collaboriamo con Ferrarelle, facendo servire durante i pasti la loro acqua».

Se al Caffé letterario si riscopre il naso

Alla ricerca di essenze e aromi dimenticati, tra ricordi del passato e professioni del futuro

di ELENA ZUNINO
@elezunino

Profumi che sanno di ricordi. Essenze che trascinano in viaggi verso altre dimensioni. Aromi che scavalcano continenti. Per apprezzarli, ci vuole naso. Ma anche cultura. Milano li aveva dimenticati. Ma qualcosa sta cambiando. E al Café Moleskine di corso Garibaldi, tra Brera e Moscovia, è andato in scena il primo Caffé Letterario Profumato. Un evento di riscoperta olfattiva organizzato da Elena Cobež, esperta di aromaterapia e profumeria botanica.

Quando Cobež stappa la prima boccetta, un intero universo si dischiude ai nostri occhi. O meglio, alle nostre narici. La sensazione di essere dei veri e propri alfabeti olfattivi è compensata dal piacere della scoperta. E dal divertimento

del gioco: perché la dimensione ludica è un elemento cardine di molte culture del profumo, ad esempio quella del *kodo* giapponese, ci spiega Elena Cobež. E così, giochiamo: 15 persone intorno a un tavolo. Caffé da un lato, cartoncino colorato dall'altro. E una penna in pugno: per rompere il ghiaccio Cobež ci fa scrivere quali sono i nostri aromi preferiti. Iris, neroli, limone, lavanda, menta, pepe nero: ce n'è per tutti i gusti. E ognuno legato a un filo: il filo del ricordo. Perché alla memoria olfattiva non scappa nessuno: il sistema limbico è una specie di labirinto che mescola emozioni, memoria e stimoli sensoriali. Ogni aroma, così, si trasforma in un viaggio: tra ricordi ed emozioni del proprio vissuto.

Primo profumo: menta piperita di

Pancalieri. Elena intinge la cartina nella boccetta e la fa respirare un po', agitando lievemente. Ce la porge e ci chiede di dire cosa ci fa venire in mente. Tutti (o quasi) pensano all'estate. All'infanzia: al brivido del primo ghiacciolo al mare. A quando lo sciroppo di menta era trasparente. Elena Cobež ci trova una nota di cocco. Un sentore tropicale. «E pensare che la coltivano in Piemonte, vicino a Torino», dice.

Secondo aroma: limone. Chissà per quale meccanismo analogico, l'archivio della memoria riporta molti lì: alla spiaggia, dove in qualche remota giornata d'estate abbiamo addentato il primo ghiacciolo al limone. C'è una nota acidula che apre, pulisce: luminosa. E quando Cobež ci chiede di associare questo profumo ad un colore, tutti, istintivamente, dicono «giallo»: potere della sinestesia. E così, di seguito. Poco più di due ore bastano a lasciare il senso del proprio alfabetismo olfattivo e di quanto di dimenticato ci sia da scoprire. Ma una buona notizia c'è: perché anche se il ritorno alla scoperta dei profumi è ancora di nicchia, i luoghi milanesi che si stanno lasciando contagiare da questa tendenza non sono pochi. Dall'Hotel Magna Pars, dove si organizzano Aperitivi Profumati con cocktail a base di essenze, alle antiche profumerie di Brera, dove gli appassionati del settore possono trovare rarità dal sapore antico. Fino all'orto botanico, dove il naso si può esercitare *en plain air*, a caccia di specie arboree autoctone quasi estinte. Ben oltre la pura cosmetica, aromi ed essenze sono usati da millenni per la meditazione, ma anche per la ricerca sensoriale. In un eterno ritorno che oggi ha il volto di una nuova professione, quella dei "sensorialisti": esperti nella degustazione olfattiva, impiegati nel *bartending*, nelle analisi da sommelier e nei processi di produzione di bevande e alimenti. Perché tutti, consapevolmente o meno, reagiamo agli odori. O come diceva Süskind: «Gli uomini possono chiudere gli occhi davanti alla grandezza, davanti all'orrore, davanti alla bellezza, e turarsi le orecchie davanti a melodie o a parole seducenti. Ma non possono sottrarsi al profumo».

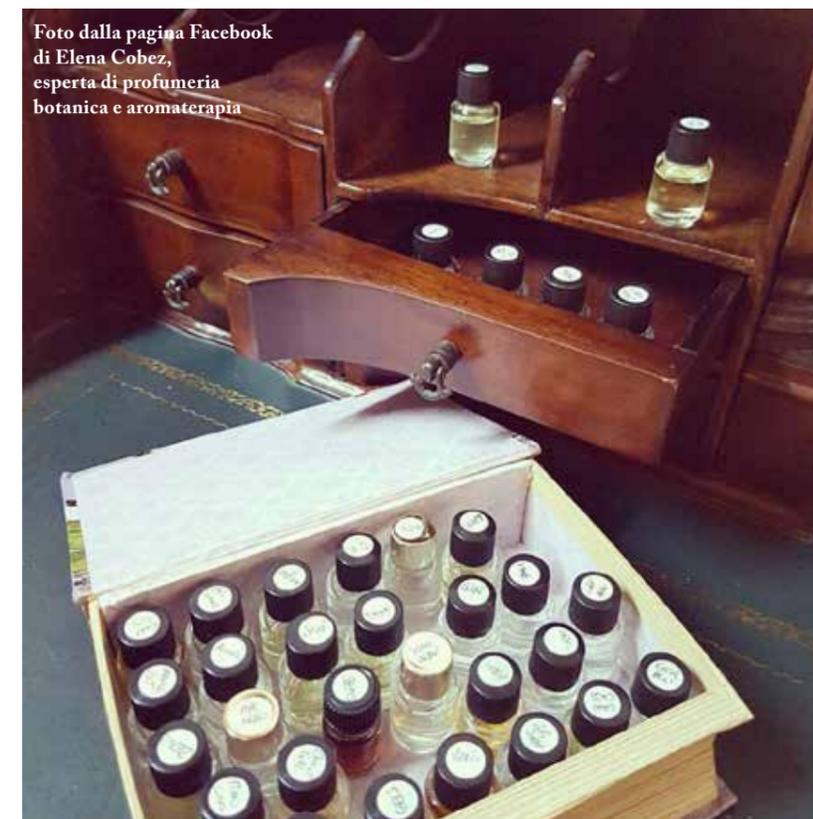


Foto dalla pagina Facebook di Elena Cobež, esperta di profumeria botanica e aromaterapia

Quando i videogiochi parlano milanese

Ha 27 anni, fa il game designer e ha fondato una sua *software house*. «Servono tempo e determinazione, ma alla fine si riesce a emergere»

di **MARCO PROCOPIO**
@marcoprocs

Acinque anni, con il Game Boy in mano, sognava già di realizzare i suoi videogiochi. E ci è riuscito, Fabio Ferrara. Ora di anni ne ha 27 ed è alla guida di Chubby Pixel, una piccola *software house* indipendente di Milano. Nel 2016 ha pubblicato *Woodle Tree 2: Worlds*, ottenendo una nomination al premio di videogiochi Drago d'Oro per la categoria "Miglior realizzazione artistica" (sezione italiana).

Com'è nata l'idea di *Woodle Tree 2: Worlds*?

A fine 2013 abbiamo pubblicato il nostro primo videogioco, *Woodle Tree Adventures*, che ha avuto un buon successo, pur essendo ancora molto grezzo. Poi abbiamo realizzato una serie di app in ambito medico, finché un anno e mezzo fa ci siamo convinti a iniziare lo sviluppo di un nuovo *Woodle*. Nonostante fossimo

solo in tre, più alcuni collaboratori esterni, è andata benissimo. Abbiamo ricevuto tanti feedback positivi, fino all'inaspettata nomination al Drago d'Oro.

Cosa hai studiato per diventare game designer?

Il mio è stato un percorso decisamente atipico. Ho iniziato frequentando alcuni corsi di programmazione alla Statale, poi ho deciso di prendere una laurea all'Accademia di Brera, nell'ambito della grafica e delle nuo-

ve tecnologie applicate all'arte. Molte delle mie conoscenze, però, derivano dallo studio da autodidatta, soprattutto sull'utilizzo di software per il game design. Le università da questo punto di vista sono indietro. Nonostante abbiamo creato dei corsi ad



hoc, utilizzano spesso software che all'estero sono già in disuso da anni.

C'è spazio nell'industria dei videogiochi per un giovane sviluppatore italiano?

Nel mondo indie sicuramente sì. Non realizzando giochi cosiddetti "tripla A", che richiedono costi di sviluppo elevatissimi, siamo riusciti a ritagliarci una platea di appassionati e a rientrare nelle spese. Come piattaforma di pubblicazione abbiamo scelto Steam, la più diffusa al mondo in ambi-

to Pc, e guadagniamo il 70 per cento del prezzo di vendita. Nei prossimi mesi ci sposteremo anche su console, per ampliare ulteriormente il bacino di utenti. Per restare a galla, però, è necessario sviluppare giochi sempre nuovi e sperimentare di continuo.

Quali possibilità offre Milano a chi vuole intraprendere questa carriera?

Nelle altre città italiane sono presenti solo studi di sviluppo molto piccoli. A Milano, invece, ci sono anche *software house* più grandi, come Ubisoft o Milestone. Il problema è che la figura del game designer non è molto richiesta, ne servono pochi per realizzare un videogioco, mentre c'è sempre bisogno di programmatori e modellatori 3D. L'unica soluzione è mettersi in proprio, come ho fatto io. Oppure andare all'estero.

Qual è la differenza fondamentale con altre città più avanzate per gli sviluppatori, come

Los Angeles, Montreal o Londra?

La mancanza di grandi studi di sviluppo, con team composti da 200 persone anziché dieci. All'estero si realizzano videogiochi più complessi, con una visione del tutto diversa dalla nostra. Probabilmente è anche colpa delle università. In America sono al passo con le tecnologie e la pratica ha un ruolo fondamentale. Per aprire uno studio indipendente, invece, puoi essere ovunque. L'importante è creare contatti, sperimentare, provare cose nuove ed essere tenaci.