

# MIM

Quindicinale N. 20 - 28 Febbraio 2018

**MEMORIA**  
IL RICORDO DELLE VITTIME  
DEL TERRORISMO BRIGATISTA

**PRE-NOSTALGIA**  
TRA FLIPPER E VIDEOTECHE  
DOVE IL TEMPO NON PASSA

**OSSESSIONI**  
I VIOLINI DI MASTRO UDINO  
UNA VITA SULLE CORDE

Un disegno inedito  
di Claudio Sciarrone,  
tra i più importanti  
fumettisti Disney©

## LA MILANO DEI PAPERI

A 90 anni dalla nascita di Topolino,  
tutte le gite disneyane in città

# Sommario

28 Febbraio 2018



In copertina: Il personaggio Pk sul Duomo di Milano, disegno commissionato da un fan a Claudio Sciarrone

**3** Migranti e modello Milano: funziona?  
*di Manuela Gatti e Lorenzo Nicolao*

**4** Le serie tv bucano lo schermo. Cene esclusive e locali come set  
*di Massimo Ferraro*

**6** Non di soli film vive (ormai) il cinema  
*di Giulia Giacobini*

**8** Ai tempi di *booktuber* e *bookgrammer*, l'autore si presenta ancora in libreria  
*di Marco Procopio*

**10** Da via Salaino a piazza Cavour, tutte le cicatrici delle Brigate Rosse  
*di Giovanna Pavesi*

**12** Mastro Udino, liutaio per passione  
*di Giulia Riva*

**16** In barba (e baffi) alla tradizione  
*di Jacopo Bernardini*

**17** Second Life, do you remember?  
*di Giacomo Detomaso*

**18** Milano-Paperopoli, andata e ritorno  
*di Nicola Baroni*

**20** Cinque domande a... Paola Bisi, responsabile comunicazione Accademia della Scala  
*di Lorenzo Nicolao*

al desk

Massimo Ferraro  
Manuela Gatti  
Giulia Giacobini  
Giovanna Pavesi

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  
Nicola Pasini

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

**14** Nella città di flipper e jukebox, là dove il tempo non è mai passato  
*di Manuela Gatti*



L'interno del negozio di Dario Morlacchi, riparatore e rivenditore di pinball, jukebox e slot machine (foto di Manuela Gatti)

## Migranti e modello Milano: funziona?

Un'immagine della manifestazione  
«Insieme senza Muri» del 20 maggio 2017  
(foto di Sara Del Dot)



### Perché sì

di MANUELA GATTI  
@manuelagatti\_

Vietato starsene con le mani in mano. A Milano - città non più operaia, ma operosa per eccellenza - è un imperativo. Chi meglio di lei poteva capire che i migranti, affinché si integrino davvero nel territorio che li ospita, vanno messi al lavoro. Vanno tolti dalle strade, dall'ozio forzato, dalla tentazione dello spaccio per guadagnare qualche soldo. Fab (Fast track action boost) è il progetto europeo che ha l'obiettivo di facilitare l'ingresso dei richiedenti asilo nel mondo del lavoro. Anche Milano, insieme ad altre città europee, ne fa parte. I posti a disposizione sono cinquanta: pochi, indubbiamente, ma la strada da seguire è questa.

«Milano prospera soltanto se è una città aperta al mondo, in tutte le sue parti», ha detto Beppe Sala. Ma il sindaco non è ingenuo: sa che Milano non può sottrarsi al suo ruolo di porta d'ingresso d'Europa, di crocevia quando non di punto d'arrivo. Ma sa anche che i nuovi arrivati devono essere inseriti in percorsi che li impegnino e che li mettano a contatto con il tessuto sociale, economico e culturale del luogo in cui si trovano.

Non a caso l'amministrazione ha chiesto e ottenuto dal Viminale la possibilità di aumentare i posti del sistema Sprar (Protezione per richiedenti asilo e rifugiati), che toglie i profughi dai centri di accoglienza straordinaria per inserirli in percorsi che li rendano autonomi. È questo il «modello Milano», è così che la città sta riuscendo a gestire positivamente il fenomeno. Con la sobrietà di sempre, unita alla consapevolezza che di strada da fare ce n'è ancora tanta.

### Perché no

di LORENZO NICOLAO  
@LolloNicolao

«Milano città aperta», ama dire il sindaco Beppe Sala. Con lui c'è stata il 20 maggio la manifestazione «Insieme senza Muri» e l'invito ad attrarre studenti stranieri all'inaugurazione dell'anno accademico il 6 febbraio. Non possiamo però ignorare un progetto di integrazione non chiaro e diversi interventi delle forze dell'ordine in aree urbane sensibili come la Stazione centrale e parco Sempione.

Mentre Milano e l'Italia si spaccano sull'essere razzisti o antifascisti, nella strumentalizzazione della politica pre-elettorale, in Italia sono spariti 132mila migranti (dati Istat) che prima erano registrati con visti e permessi di soggiorno e nessuno sa ora come vivano. Probabilmente fra lavoro nero, accattonaggio e criminalità, sintomo di un'integrazione che non funziona. Gli slogan di Sala ignorano una cittadinanza in difficoltà, perché l'immigrazione fuori controllo è un danno sia per gli italiani, sia per gli stranieri. Le schermaglie di questi giorni sul tema non portano da nessuna parte, quando il tema di fondo è come amministrare l'accoglienza, finora troppo casuale e incontrollata. C'è ancora tanta strada da fare per assorbire chi viene in Italia nell'istruzione, nel lavoro e quindi nel pagamento delle tasse, senza lasciare nessuno al margine della società. Si può dribblare il nodo sicurezza e frenare l'ascesa degli estremismi solo con un maggiore rigore nell'accoglienza dei migranti, a volte anche limitandola. Significa far accettare le regole di ingaggio. Un requisito che finora il modello di Sala non ha soddisfatto. Non è in fondo quello *ius culturae* che fra *soli* e *sanguinis* è stato da troppi dimenticato?

# Le serie tv bucano lo schermo Cene esclusive e locali come set

A Milano sono tanti gli eventi dedicati ai fan

Per partecipare si paga (salato) o si raccolgono migliaia di like

di MASSIMO FERRARO  
@MassimoRoma

Negli ultimi anni è diventato un vero e proprio rito: lo schermo, il divano e la serie tv del momento. Quella che ci fa dire: «Un'altra puntata e poi spengo» e ci tiene incollati allo schermo fino a notte fonda. Chi ha tra i 13 e i 50 anni l'ha fatto almeno una volta. Se il timore era che le serie tv, oltre a toglierci il sonno, ci privassero della nostra vita sociale, a guardare gli eventi in programma a Milano si direbbe il contrario: le serie tv sono diventate un fenomeno culturale così influente che dallo schermo si sono spostate nei locali. E così il Circolo Magnolia si è trasformato in Hawkins, la sinistra cittadina di *Stranger Things*, e al Base si è tenuta una cena in stile *Black Mirror*, riservata solo a chi aveva più di mille follower. Ma non solo. Tra pochi giorni nell'ex area Expo sono attesi migliaia di fan di tre serie tv, per quella che sarà la più grande convention d'Italia di questo genere. Non è solo il tema degli eventi – la serie tv, appunto – a legare queste tre

esperienze. Sia l'*Upside down party* del Magnolia, sia il *Black future social club* del Base, sia la *GoodbyeCon* sono state pubblicizzate solo sui social network. «Abbiamo coinvolto i fan sin dal principio», spiega Marilia Schinaia, project manager della convention promossa da Kinetic Vibe, azienda specializzata nell'organizzazione di eventi. «Attraverso i nostri canali social abbiamo interagito con gli utenti, scherzato con loro, creato dei contest per mettere in palio alcuni biglietti». Senza passare dai giornali, dalla televisione o dai cartelloni pubblicitari. Il pubblico ora si trova in Rete: «L'innovazione è utilizzare i fan stessi, lavorare con pagine simili e con gli *influencer*», prosegue Schinaia. A giudicare dai numeri, la soluzione sembra funzionare. Alla convention, in programma dal 2 al 4 marzo, sono attese circa 1.700 persone e i biglietti più costosi sono già esauriti. Soddisfatti di aver fatto la stessa scelta sono anche gli organizzatori delle serate al Magnolia e al Base: l'8

dicembre l'*Upside down party* è andato sold out poco dopo la mezzanotte con almeno 1.500 presenze, mentre tra il 13 e il 14 gennaio nel locale di via Bergognone sono transitate circa 3mila persone. Con una certezza: non erano tutti frequentatori abituali. Il tema delle serate ha attirato i fan delle rispettive serie, che hanno ballato – e consumato – in due locali dove, almeno una parte di loro, non era mai stata.

Le similarità però finiscono qui. L'organizzazione degli eventi è stata diversa per ciascuna esperienza. «Siamo appassionati di *Stranger Things* e delle serie tv in generale», racconta Lorenzo Rubino, social media manager del Magnolia, «abbiamo aspettato che ognuno di noi finisse di vederla, ci siamo confrontati e abbiamo deciso di creare un party incentrato sugli aspetti fondamentali della prima stagione». In che modo? Chi ha guardato *Stranger Things* avrà riconosciuto la parete con le lettere verniciate di nero e le luci di Natale utilizzate dai protago-

nisti per comunicare con il “sottosopra”. Appena davanti, esattamente come nella scenografia originale, un divano, in una posizione perfetta per scattarsi un selfie da postare sui social. «Non solo», prosegue Rubino, «abbiamo appeso ovunque foto di Barb, un personaggio che “scompare” misteriosamente, abbiamo ricreato le scatole di Eggo's, i biscotti di cui va ghiotta la protagonista Undici, e sparpagliato le miniature di *Dungeons & dragons*, il gioco di ruolo amato dagli altri quattro protagonisti. Attraverso questi allestimenti, per due serate il Magnolia si è travestito da set della serie: per un'immedesimazione totale, gli spazi sono stati invasi da musica anni Ottanta, mentre sul telo dietro il mixer venivano proiettate le frasi più amate dai fan.

Quello che si è tenuto al Base invece è stato un evento ufficiale di Netflix, la piattaforma streaming americana che nel 2015 ha acquisito i diritti di *Black Mirror*, che ha affidato l'organizzazione a Dude, agenzia di comunicazione milanese. «Siamo stati scelti come location per il *Black future social club* per il tipo di clientela che abbiamo», spiega Francesca Acquati di Base, «ci piace sperimentare, per questo ci hanno convinto subito». Per chi non conosce la serie, ogni episodio di *Black Mirror* – “schermo nero”, tradotto, come quello di uno smartphone – è incentrato sullo sviluppo di nuove tecnologie e i suoi effetti perversi. La “cena” al Base è stata in tutto e per tutto come un episodio della serie. «Il tema? Proiettare nel mondo reale le dinamiche psicologiche che si creano sui social network», continua Acquati. Per poter accedere all'area



La cena in stile *Black Mirror* al Base (foto di Giuseppe Martella)



riservata, bisognava avere più di mille follower su Instagram, il social delle foto. Per tutti gli altri, la possibilità di raggiungere il numero minimo di seguaci ottenendo i like dei presenti. Come? «C'erano due modi», prosegue Acquati, «farsi una foto con un cartone in mano – con scritte come “Sono un morto di fama in cerca di follower” – e postarla sui social, o entrare in una cabina vetrata e attirare l'attenzione per raggiungere l'obiettivo». In premio, una card con un codice: inserendolo su Google si ottenevano 200 e 500 follower in pochi minuti. Una volta dentro, venivano assegnati braccialetti di colori diversi, a seconda del numero di seguaci: al colore era abbinato un cocktail. Ci si poteva quindi sedere, attorno a una tavola illuminata con *video mapping* – così da

apparire come uscita da un film di fantascienza – e assaggiare la prima portata. La permanenza al tavolo era assicurata solo da un numero minimo di like alla foto del piatto: in caso contrario, una voce metallica invitava l'ospite ad allontanarsi. «L'idea era di ricreare il meccanismo psicologico che creano i social», spiega Acquati, «materializzare l'ansia, la vergogna che si prova a postare una foto su Instagram e non ricevere abbastanza “cuoricini”». Esperimento riuscito e visibilità garantita dall'utilizzo dei social da parte dei presenti.

Per la *GoodbyeCon*, la convention di addio alle serie *Pretty little liars*, *Teen wolf* e *The Vampire diaries* finite nel 2017, Kinetic Vibe ha invece chiesto in concessione al comune di Milano alcuni spazi Expo: l'arena, dedicata ai panel e all'intrattenimento, e la “stecca”, una lunghissima piattaforma su due piani dove si svolgeranno gli incontri tra attori e appassionati. Per avvicinare i fan ai loro idoli – tra gli altri, ci saranno Ian Somerhalder, Tyler Hoechlin e Lucy Hale –, Kinetic Vibe ha pensato, insieme ai loro agenti, una serie di attività che si svolgeranno nel corso dei tre giorni. Le spese saranno sostenute dalla vendita dei biglietti: i pass più economici costano 185 euro, i più cari 1.500. Ma sono già esauriti. Oltre ai pass, sono previsti degli extra a pagamento: gli autografi (dai 20 ai 50 euro, a seconda dell'attore), le foto e gli incontri in una sala privata a piccoli gruppi. Secondo Schinaia, l'età media dei partecipanti sarà tra i 14 e i 24 anni, ma il range complessivo sarà tra i 12 e i 54 anni. Come accompagnatori? «Non solo, anche i più grandi sono fan», sorride.



Un momento dell'*Upside down party* al Magnolia dello scorso dicembre (foto Circolo Magnolia)

# Non di soli film vive (ormai) il cinema

Incontri con i registi, giochi a tema e laboratori di teatro

Così ci si reinventa per sopravvivere alla crisi

di GIULIA GIACOBINI  
@GiuliaGiacobini

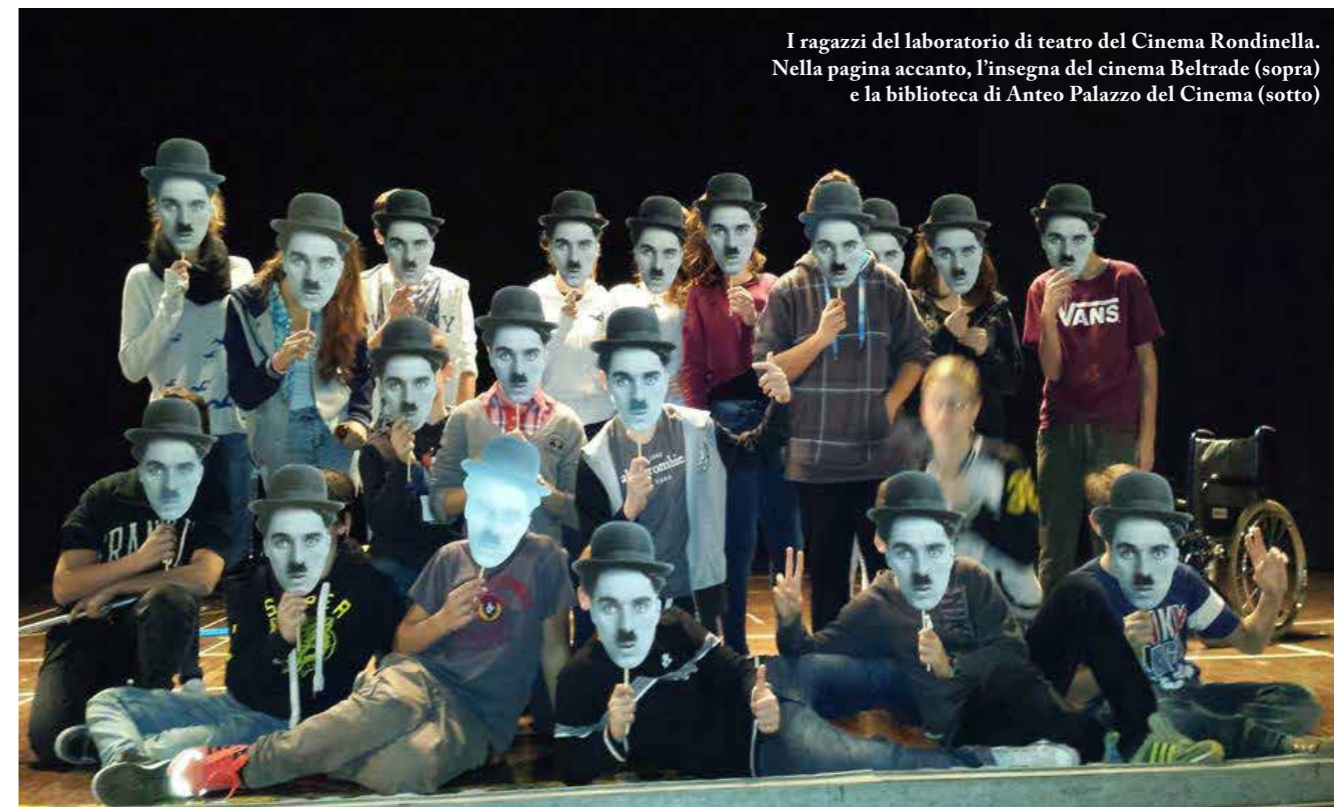
Quindici gennaio 2018. Meryl Streep è a Milano per promuovere *The Post*, film in cui recita a fianco di Tom Hanks, diretta da Steven Spielberg. Quando arriva al cinema The Space Odeon per la *vip première*, è ora di cena e piove. I fan, però, l'hanno aspettata. La chiamano, si fanno firmare un autografo, provano a scattarsi un selfie con lei. Vorrebbero entrare e vedere il film, ma l'ingresso è riservato alla stampa e alle autorità. Venerdì 26 gennaio è la volta di Luciano Ligabue. Il cantautore emiliano passa il pomeriggio all'Anteo per incontrare i fan e rispondere alle loro domande sulla sua terza regia: *Made in Italy*. Con lui c'è Gianni Canova, prorettore vicario della Iulm e critico cinematografico. Qualche ora più tardi, un gruppo di ragazzi si dà appuntamento all'Arcobaleno Film Center. Alle 21.30 inizia *Chiamami col tuo nome*. L'ultima opera di Luca Guadagnino ha avuto quattro nomination agli Oscar ma ai ragazzi interessa il quiz che seguirà alla proiezione. Il gioco a premi, gli incontri con i registi e le *vip première* non sono una novità nel panorama milanese del cinema. Col passare del tempo, però,

le iniziative di questo tipo sono aumentate fino a diventare parte integrante della programmazione. Nessun gestore sembra poterne più fare a meno. «Di soli film non si vive più. Bisogna pensare a eventi per andare avanti», dice Gianluca Casadei, direttore artistico del Cinema Rondinella di Sesto San Giovanni. La sala, al civico 425 di viale Giacomo Matteotti, è stata inaugurata nel 1996 grazie a una collaborazione tra l'associazione di cultura cinematografica Cgs Rondinella e la cooperativa Fuorischiermo. «L'obiettivo era fare cinema d'essai ma molti dei soci fondatori provenivano dal teatro e non volevano rinunciare al palcoscenico. È per questo che sono nati i laboratori di teatro», racconta Casadei. Oggi ce ne sono tre, tutti a

pagamento: due per i bambini e uno per i ragazzi dai 19 anni in su. I primi due sono gestiti da Maria Elena Franchina e Mattia Pozzi, attori diplomati rispettivamente alla Scuola Teatro Arsenale e alla Scuola d'arte drammatica Paolo Grassi. L'altro, invece, è curato dall'insegnante di recitazione Francesca Spontini e, anziché la domenica mattina, si svolge il giovedì sera dalle 21.30 alle 23.30. I lunedì e i venerdì sera sono invece dedicati ad altre due attività: i "(per)corsi di cinema", vere e proprie lezioni durante le quali gli spettatori studiano e dibattono le scelte di regista e sceneggiatore, e gli incontri con i registi. «Spesso sono le case di distribuzione a proporceli e noi accettiamo di buon grado: tutti i costi della serata sono coperti dal budget destinato alla promozione del film», spiega Casadei. «Altre volte sono io stesso a idearli. In questo caso privilegio cineasti alle prime armi, preferibilmente della zona, così da ridurre al minimo il rimborso spese per vitto, alloggio e trasporto. L'ultimo ospite che abbiamo avuto è

stato Claudio Casazza, autore di un documentario girato all'interno del carcere di Bollate che ha suscitato grande interesse nel pubblico». Un pubblico che negli anni si è appassionato sempre più all'arte e oggi va al cinema anche per "teletrasportarsi" nelle mostre e nelle gallerie più conosciute al mondo tramite "La Grande arte al cinema". La rassegna è stata ideata dalla Nexo Digital nel 2017 e oggi è parte integrante della

programmazione del Rondinella così come del Cinema Palestrina. Il direttore Domenico Dinoia dice di averla inserita perché piace molto ai giovani. «In questa sala proiettiamo soprattutto opere prime e film indipendenti, in bianco e nero e in lingua originale. Qualche ragazzo le apprezza ma si tratta di una minoranza. La pop art, Caravaggio e Van Gogh, invece, attirano molto». La riuscita è buona anche per le proiezioni di lirica e del balletto, altra novità della gestione Dinoia. «Il successo del cinema dipende ancora dai titoli e basta un film di Checco Zalone a ribaltare un bilancio disastroso. Ma se vogliamo assicurarci guadagni tutto l'anno, dobbiamo pensare a delle iniziative che ci permettano di fidelizzare il pubblico e di trasformare la sala in un vero e proprio luogo di ritrovo».



I ragazzi del laboratorio di teatro del Cinema Rondinella. Nella pagina accanto, l'insegna del cinema Beltrade (sopra) e la biblioteca di Anteo Palazzo del Cinema (sotto)

Qualche metro più in là, l'Anteo sembra esserci già riuscito. Come? Puntando sulla ristorazione (che è anche alla base del Wanted Clan e del Cinemino) e sugli incontri con le stelle del cinema italiano. Gabriele Muccino, Sergio Castellitto, Paolo Virzì. Non c'è regista che non sia stato invitato a presentare il suo film al civico 8 di piazza XXV Aprile. «Il pubblico ama questi eventi che sono stati pensati per arricchire l'esperienza dello spettatore», afferma Donatella Miceli, re-

sponsabile della programmazione. «A volte li organizziamo noi ma spesso il pacchetto è già pronto e a noi non resta che individuare il critico adatto a moderare l'evento». La scelta non ricade mai su chi ha scritto una recensione negativa. «Non disdegniamo il dibattito ma si tratta pur sempre di pubblicità». Il messaggio che deve passare è uno: non connettetevi a Netflix o ad Amazon Prime. Uscite di casa e andate a vedere il film al cinema. Per invogliare ancora di più gli spettatori, Anteo mette a disposizione anche una sala per piccoli gruppi di amici, un servizio di *nursery*, una biblioteca e un ricco menù preparato dal "vicino di piazza" Eataly. Il Beltrade, a due passi da viale Monza, non può permettersi neppure un terzo di queste iniziative. Eppure, l'ex cinema parrocchiale è una delle sale che più di tutte ha saputo reinventarsi. Il merito è di Monica Naldi e Paola Corti che lo hanno preso in gestione nel 2012 con l'associazione Barz and Hippo. «Quando siamo arrivate, qui venivano proiettate seconde e terze visioni e la sala era aperta solo il sabato e la domenica. Non ci è sembrata una scelta saggia e abbiamo cambiato strada», afferma Naldi. D'accordo con la parrocchia, le due hanno arricchito l'offerta con documentari e pellicole indipendenti. Film che gli abitan-

ti del quartiere non conoscevano, le altre sale della città non davano e risultavano irreperibili persino in Rete. «Pensiamo che il film debba restare primario», spiega Naldi. «Al tempo stesso, non lo consideriamo un medium con i confini netti, intoccabile. A noi piace mescolarlo con la musica e la poesia, vedere cosa ne esce fuori». I risultati, per ora, sono "Arte e Parte" e "Versi". Il primo progetto, realizzato con la collaborazione dell'artista tedesca Susanna Schoenberg, consiste nella proiezione di cortometraggi artistici della durata di 5 minuti. «Ogni settimana ne scegliamo uno e lo mandiamo prima del film, al posto dei trailer. Le chiamiamo "pillole d'arte" perché mostrano agli spettatori come vengono realizzate certe video-installazioni», dice Naldi. «Quando organizziamo "Versi" invece, la serata comincia con la lettura a voce alta di una poesia di un autore contemporaneo. Se riusciamo, cerchiamo di farlo venire e magari gli permettiamo di vendere qualche copia. Lo stesso vale per i cantanti che si esibiscono durante gli appuntamenti cine-musicali». E per le famiglie? «Il sabato e la domenica proiettiamo anche film più nazionali e popolari e cartoni. Il Beltrade dev'essere un cinema di qualità, ma soprattutto un punto di riferimento nel quartiere».

# Ai tempi di *booktuber* e *bookgrammer*,

L'editore emergente: «Gli *influencer* aumentano la nostra visibilità,

di MARCO PROCOPIO  
@marcoprocs

«Quelli che mi lasciano proprio senza fiato sono i libri che quando li hai finiti di leggere vorresti che l'autore fosse tuo amico per la pelle e poterlo chiamare al telefono tutte le volte che ti gira», scriveva J.D. Salinger ne *Il giovane Holden*. È forse il sogno di tutti i lettori poter conoscere di persona l'autore dei propri libri preferiti, scambiare quattro chiacchiere con lui, chiedergli il perché di quel colpo di scena o più dettagli su un certo personaggio. Un sogno, appunto, che si avvera solo di rado, come quando le case editrici decidono di promuovere l'uscita di un nuovo libro attraverso le tradizionali presentazioni in libreria. È per avvicinare i lettori agli autori, dicono. Ma è sempre così? Cosa significa partecipare a questi incontri? I grandi editori, come Mondadori o Feltrinelli, hanno in calendario appuntamenti quasi giornalieri e non è raro vedere fuori dai loro punti vendita file di persone in attesa di poter incontrare la star letteraria, musicale o artistica del momento. Ciò talvolta si traduce in conferenze unilaterali, dove il pubblico ascolta e l'autore racconta, senza possibilità di dialogo. «È proprio quello che vogliamo evitare», spiega Giulia Serena Paganini, responsabile dell'ufficio stampa della casa editrice Il Saggiatore. «L'aspetto più importante di questi eventi è la voce viva del lettore, che può e deve prendere la parola. Altrimenti non hanno alcun senso».

Una questione è chiara, l'obiettivo delle presentazioni non è vendere più copie. «Il ritorno economico è insignificante, spesso chi viene agli incontri ha addirittura già acquistato e letto il libro», continua Paganini. «Sono importanti, invece, per far conoscere il marchio della casa editrice». Il Saggiatore vanta un'offerta di titoli molto ampia, che spazia dalle scienze sociali alla narrativa, fino all'antropologia e all'economia.



«Fra gli autori che girano tanto per le librerie ci sono Giuliana Sgrèna, Giacomo Di Girolamo, Vera Pegna. Ma negli ultimi anni abbiamo cercato di ridurre le presentazioni tradizionali, soprattutto a Milano, dove forse c'è troppa offerta», aggiunge Paganini. «Piuttosto preferiamo partecipare alle grandi fiere, come Bookcity o Book Pride, dove si ha la certezza di incontrare un pubblico attento e interessato». È anche per questo che le librerie indipendenti sono un interlocutore fondamentale. «Noi lavoriamo bene con tutti, ma se un libraio conosce davvero i suoi lettori la riuscita dell'evento è assicurata».

I milanesi da questo punto di vista sono fortunati. La città è piena di piccole e grandi librerie per tutti i gusti, come Aleph in piazza Lima per chi si interessa di scienze umane o il MaMu - Magazzino musica, specializzato in letteratura musicale. Ma nel cuore di Brera, in piazza San Simpliciano, c'è una libreria che ha fatto proprio degli incontri la sua

ragion d'essere. «Questo posto è il mio progetto di vita, è un modo per fare cultura», racconta Laura Ligresti, titolare della Libreria del mondo offeso. «Come libraia ho soltanto un compito: seminare laddove ci sia bellezza, far scoprire ai lettori cose sempre nuove». Dall'aperitivo letterario ai dibattiti politici, il calendario della Libreria del mondo offeso è sempre fittissimo. «Tutto ciò che facciamo qui accade perché io sono la prima a crederci. Non ospito mai presentazioni di libri solo perché si tratta di novità, ma perché io stessa per prima ho amato quei testi», ci tiene a precisare Ligresti. «Non ospito nomi già noti, non sono vincolata ad alcuna casa editrice e durante gli eventi cerco di creare un confronto reale fra l'autore e i suoi lettori». L'ultimo, il 23 gennaio scorso, ha avuto come protagonista Edgarda Ferri, che ha presentato *Un gomito aggrovigliato è il mio cuore. Vita di Etty Hillesum*, edito da La nave di Teseo. «In queste occasioni non si vendono

# l'autore si presenta ancora in libreria

ma il passaparola e i consigli dei librai rimangono indispensabili»

propria. «Un libro nato online è più facile che aggregarsi in libreria, perché la comunità che gli sta dietro tende a partecipare attivamente anche dopo», aggiunge Greco. «Ma il passaparola, le recensioni dei critici e i consigli dei librai sono ancora indispensabili. Le "librerie di comunità" sono i posti ideali dove fare presentazioni, perché i librai conoscono i gusti dei propri clienti». A questo si aggiunge la forte attività sui social network. «Oggi molte barriere tra scrittore e lettore sono cadute, chi legge vuole essere ammesso al backstage del libro, capire perché sono state fatte alcune scelte anziché altre e dare suggerimenti», conclude Greco. «E poi ci sono gli *influencer*, o come preferisco chiamarli io, i lettori forti, che possono aumentare la visibilità delle nostre campagne di raccolta fondi».

Su YouTube si chiamano *booktuber*, su Instagram *bookgrammer*, ma il loro ruolo è sempre lo stesso: consigliare libri, recensirli, fotografarli e spingere i propri follower ad acquistarli. Le case editrici se ne sono accorte e ora hanno iniziato a collaborare con loro. Un nuovo modo di promuovere i propri autori, insomma, non più in libreria ma online. «Tutto è nato dalla mia pagina Facebook *Libri che ti fanno vergognare di esistere*», racconta Matteo Fumagalli, 25 anni, *booktuber* e *videomaker* brianzolo. «L'intenzione era quella di raccogliere le più assurde stranezze editoriali, come quando vidi un libro di Barbara D'Urso nel reparto Filosofia accanto a *L'anticristo* di Nietzsche. La pagina ha raggiunto un'ottima popolarità, così nel 2015 ho deciso di aprire

anche un canale YouTube». Fumagalli può contare su più di 57mila iscritti, che grazie alla pubblicità e alle affiliazioni con siti di e-commerce gli permettono anche di ricavarne un guadagno. «Collaboro assiduamente con le case editrici. A volte chiedo un libro che mi interessa, molto più di frequente sono loro a propormi dei titoli da recensire», aggiunge. «Al di fuori di YouTube mi è capitato spesso di partecipare a festival letterari o a presentazioni di libri. È molto divertente, si creano degli interessanti scambi di opinione». Nato sui social, Fumagalli crede ancora nelle presentazioni tradizionali. «Sono due mondi che dovrebbero viaggiare in parallelo. Penso che sia sempre molto bello poter sentir parlare un autore in prima persona», conclude. «È un modo per orientare il lettore, l'importante è che l'approccio non sia solo commerciale».



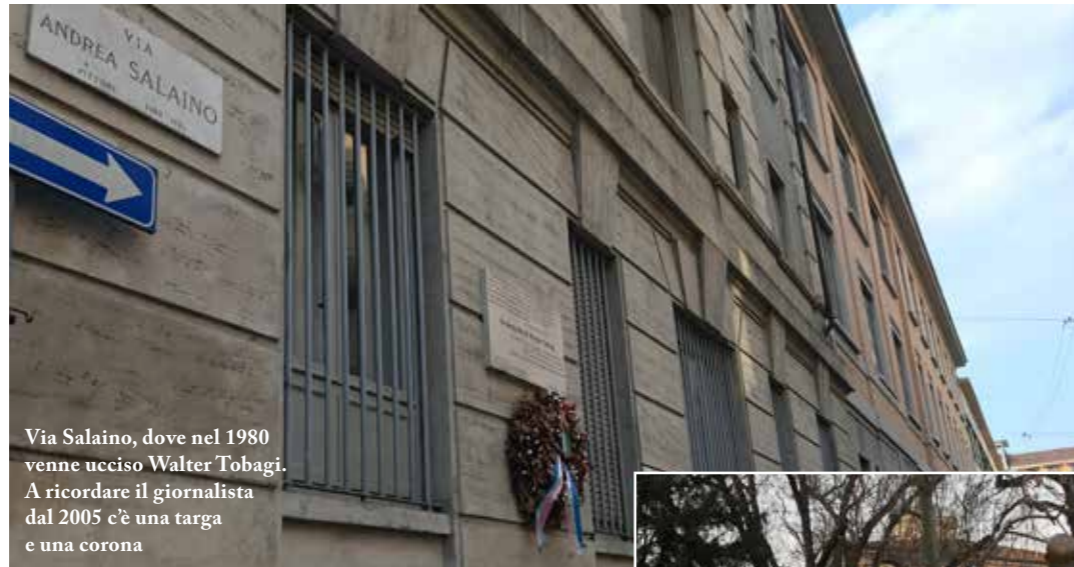
# Da via Salaino a piazza Cavour Tutte le cicatrici delle Brigate Rosse

Gli anni di piombo raccontati dalle vittime attraverso i luoghi simbolo

di GIOVANNA PAVESI  
@GioEmmaPi

Milano è piena di vie che portano ancora addosso delle ferite. Vicino agli ingressi delle case dei bersagli, alle fermate della metropolitana, ai semafori o in università. Nei luoghi più comuni. Perché nel decennio tra gli anni Settanta e gli anni Ottanta, gli angoli di ogni strada testimoniano gli effetti di un clima

cupo. Sparatorie. Bombe. Gambizzazioni. In tutti i luoghi della città: da via Mottarone a piazza Cavour. Walter Tobagi, via Salaino la percorreva praticamente tutti i giorni. Da casa sua, a pochi metri di distanza, passava di lì per raggiungere il garage dove teneva la sua auto. Un percorso breve, quasi sempre lo stesso, prima di raggiungere la redazione del *Corriere della Sera*, dove lavorava. Qualcuno, probabilmente, aveva iniziato a seguirlo. Fino a quando, la mattina del 28 maggio 1980, attorno alle 11, cinque terroristi lo raggiunsero e lo uccisero a qualche centinaio di metri dal portone del suo palazzo. Oggi, nell'angolo della via dove morì, c'è una targa in marmo dello stesso colore del palazzo su cui è poggiata. Sotto una ghirlanda sbiadita dalla pioggia. «Non sono passata per via Salaino per anni. Una volta, quando ero alle elementari, ho percorso quella strada e poi non l'ho percorsa più: non ci sono più passata fino a quando non è stata messa la targa, nel 2005». Benedetta Tobagi ha un bel sorriso, gli occhi scuri e gli occhiali. L'espressione ricorda quella del padre. Si fa trovare in via Salaino in una domenica assoluta, dopo pranzo. I passanti



la salutano perché si ricordano di lei. Per decisione della famiglia e sua, in particolare, sulla targa ci sono le parole che Tobagi scrisse a sua moglie, in una lettera del dicembre del 1978: «Al lavoro affannoso di questi mesi va data una ragione, che io avverto molto forte: è la ragione di una persona che si sente intellettualmente onesta, libera e indipendente e cerca di capire perché si è arrivati a questo punto di lacerazione sociale, di disprezzo dei valori umani (...) per contribuire a quella ricerca ideologica che mi pare preliminare per qualsiasi mutamento, miglioramento nei comportamenti collettivi». Non c'è alcun riferimento a chi lo assassinò. Solo il suo nome e le sue qualifiche. «Mi pareva molto bello che ci fosse, in questa targa commemorativa, un frammento vivo. Mio padre ha scritto per tutta la vita, per lavoro e non. È stata una persona che si è espressa e ha agito nel mondo attraverso la parola, per cui mi sembrava la cosa più bella che ci fosse un suo pensiero». Benedetta ogni tanto passa di lì per andare a salutare le parole di suo padre, come spiega lei. «Quei luoghi (dove ci furono le stragi, ndr) sono così potenti. Ci sono degli eventi che sono talmente violenti



da avere il potere delle scorie radioattive. Quel posto, per me, non era percorribile, era un luogo da evitare. Ci sono però simboli o gesti, come la posizione di una targa, che hanno un significato particolare e hanno il potere di ripulire un posto, di «ripararlo». E per me, ora, quella strada, non è più il luogo dell'omicidio ma è la via dove c'è, su marmo, una frase di mio padre. Tra l'altro, secondo me, una delle più belle». Dice di commuoversi quando coglie qualcuno leggere quelle parole: «Mi chiedo se quelle persone conoscano la storia di mio padre o se sia quello il momento esatto in cui la scoprono. Magari

si interrogano sulla provenienza di quella frase. Ecco, questa mi sembra una piccola forma, ma costante, di micro-riparazione (sorride, ndr)». Benedetta ha letto tutto di suo padre e ha studiato ogni luogo della sua storia. Conosce anche alcuni frammenti delle vite degli altri che, come lei, hanno perso padri, mariti o fratelli. Mentre attraversa la strada ricorda altri episodi. Persone comuni, che uscivano per andare al lavoro, che portavano i figli a scuola e che Benedetta Tobagi chiama per nome. Come Manfredo Mazzanti, direttore dello stabilimento Falck, assassinato dalle Brigate Rosse a qualche isolato da via Salaino, il 28 novembre 1980, in via Orseolo, all'angolo di via Savona. O come Renato Briano, direttore del personale della Marelli di Sesto San Giovanni, ucciso, sempre nel novembre del 1980, mentre si trovava su un vagone della metropolitana M1, circa all'altezza della fermata Gorla.

Uno degli episodi più gravi fu l'incurSIONE in una sede della Democrazia cristiana a Milano. «Il 1° aprile 1980, un nucleo armato delle Brigate Rosse ha attaccato e perquisito il covo democristiano di v. Mottarone». La copia della rivendicazione è battuta a macchina e diverse parole non si leggono più. Tre fogli fitti e quasi nessuno spazio vuoto. Nelle prime dieci righe i nomi e i cognomi delle quattro persone colpite. Indirizzi, luoghi di residenza e i loro ruoli sociali. E appellativi, per riconoscerli come bersagli. In quella sezione milanese della Democrazia cristiana, quella sera di 38 anni fa, c'era Eros Rubbiani, segretario e membro del direttivo cittadino del partito, l'onorevole Nadir Tedeschi, Emilio Del Buono, corrispondente del giornale *Il Popolo* e che i brigatisti definivano «il mostro», e Antonio Iosa, presidente del circolo culturale Perini, di Quarto Oggiaro. Che oggi ha 85 anni e che, di

quella sera, non ha dimenticato nulla. È seduto in poltrona e ha qualche difficoltà a muoversi. Ma si alza per cercare documenti e foto. Fatica a raggiungere la scrivania ma fa tutto in piena autonomia. Non utilizza nemmeno un bastone. La gamba sinistra, dal ginocchio in giù, è completamente paralizzata ma ha imparato ad accavallarla. «Se c'è un vero rivoluzionario maoista, sono io (sorride, ndr). Perché la rivoluzione permanente di Mao Tse Tung ce l'ho nella circolazione del sangue, che mi porta ancora dolori indescrivibili». Formicolii, fitte, bruciori e crampi. In quella sera di aprile, Iosa fu ferito a entrambe le gambe, come le altre tre vittime. Scelte, si legge nel comunicato, per vendicare «quattro compagni» uccisi a Genova dai carabinieri, poco tempo prima. La sezione di via Mottarone venne colpita dalla Colonna Walter Alasia, «la più strutturata militarmente, che conosceva i suoi obiettivi e le loro abitudini», spiega Iosa. «Mi trovavo in sezione per un'assemblea, a cui assistevano una quarantina di iscritti. Non lo facevo mai ma, quella sera, scelsi di sedermi in prima fila. All'improvviso fecero irruzione quattro terroristi imbavagliati e incappucciati». Alla sala gridarono di alzare le mani e di non reagire. Erano ragazzi molto giovani ed erano tutti armati. Alcuni di loro, Iosa li aveva visti nel suo circolo. «Sulla canna della pistola c'era una cosa lucida che somigliava a un microfono. Non capii subito. Ma quando mi spararono alle gambe, scoprii che si trattava del silenziatore. I quattro brigatisti intimarono a tutti di non reagire altrimenti sarebbe stato un bagno di sangue», racconta. Tennero tutti le mani alzate mentre i giovani brigatisti celebravano una specie di processo politico, durato venti minuti. «Ci dissero che eravamo amici della mafia. Che affamavamo gli operai nelle fabbriche e che eravamo i lacchè degli imprenditori. Erano venuti con l'intenzione di pareggiare i conti: quattro a Genova, quattro a Milano». Iosa venne scelto per primo e venne mandato in fondo alla sala insieme agli altri tre. Mentre percorreva la stanza, provò a spiegare ai terroristi che aveva moglie e figli piccoli, cercando forse un po' di comprensione: «Il ragazzo mi puntò

la pistola alla tempia e mi disse di inginocchiarmi. Nessuno di noi, però, lo fece. Quando mi sparò alle gambe mi disse: «Ecco ciò che merita il servo di Cossiga». Poi ricordo solo una sensazione di forte calore alle gambe». Il resto è una sfilza di operazioni chirurgiche, complicazioni, mesi di ricovero e un'invalidità permanente. Iosa, in questi anni, ha imparato a conoscere l'anatomia del suo ferimento. E la colloca nel tempo e nello spazio, in una via a due passi da casa sua. Come un esperto, ricostruisce i dettagli delle sue operazioni. «Anche se è passato tanto tempo, ho sempre una sensazione di disagio psicologico e di forte sofferenza fisica, a causa delle ischemie muscolari e dei dolori. Chi ha invalidità permanenti, come me, è costretto a fare i conti con la realtà del male fisico e fa più fatica a dimenticare. Questo fa sì che il contesto storico degli anni di piombo si riviva quotidianamente». In via Manin un altro dei nomi più importanti del giornalismo italiano, Indro Montanelli, la mattina del 2 giugno 1977, mentre si trovava in piazza Cavour (e dove oggi i Giardini portano il suo nome) venne avvicinato da un commando di giovani terroristi, che gli scaricò sulle gambe alcuni proiettili che non recisero arterie. Tra i primi a soccorrerlo un giovane giornalista dell'*Avanti*. Dino Messina aveva 23 anni e di quel giorno ricorda tutto: «Avevo sentito gli spari e mi ero nascosto dietro un palo. Vedevo una persona alta e magra che si aggrappava alle sbarre e piano piano scendeva. Mi avvicinai e ressi la testa al povero Montanelli. La ricordo come una giornata molto impegnativa, andammo a testimoniare in Questura. Era chiaro che si trattava di terrorismo», racconta. Definisce gli anni Settanta come «un decennio interessante, ma molto cupo, che ci temprò». Messina conferma che i terroristi colpirono persone comuni, normali. «Montanelli era un divo ma mai scostante, era una persona accogliente. Tobagi era un uomo mite e affettuoso. Aver assistito a queste scene, aver vissuto quel periodo, da un lato mi allarma sul ritorno del terrorismo in altra forma. Ma mi convince che a un certo punto il furore ideologico finirà».

# Mastro Udino, liutaio per passione

Dal 1975 Lazzarin ha costruito più di 350 violini, ma non li vende «Sono come figli: ognuno ha una storia, mi dispiace lasciarli andare»

di GIULIA RIVA  
@rivajuls

«Per fare un violino ci vuole il legno. Con l'acero dei Balcani si fa il fondo e il riccio, cioè il retro dello strumento e l'estremità superiore del manico. Con l'abete rosso della Val di Fiemme, invece, si costruisce la parte davanti: se non c'è l'abete, non c'è risonanza». A parlare è Udino Lazzarin, 77 anni, folti baffi bianchi e le mani di chi il legno lo lavora ogni giorno.

«Anche l'anima del violino viene dall'abete: è un piccolo cilindro che va posizionato nella cassa quando tutto è stato montato, e in base alla sua posizione cambia la qualità del suono», continua. Poi precisa che «il manico è intagliato in un terzo tipo di legname, l'ebano, perché resiste di più alle vibrazioni delle corde, che a lungo andare tracciano solchi». Lui i violini li conosce bene perché ne costruisce

senza sosta da oltre quarant'anni. «Quasi si fanno da soli, ormai», sorride. Sì, perché in media per dare vita a un violino bisogna prevedere un mese di lavoro, ma Lazzarin è diventato così abile nel plasmare questi strumenti che l'anno scorso ne ha confezionati 15.

La sua bravura come liutaio è stata riconosciuta anche dall'Anlai - l'Associazione nazionale liuteria artistica italiana - che nel 2013 l'ha premiato per aver curato il restauro degli archi esposti al Museo della scienza e della tecnica "Leonardo Da Vinci" di Milano. C'è un dettaglio che distingue Lazzarin dagli altri liutai: per lui, i violini sono una passione, non un lavoro. Un amore così grande che ha deciso di non venderne nessuno (o quasi), «perché ogni violino ha la sua storia, e quando lo prendo in mano ricordo le particolarità di ciascuno. Sono come figli, per questo non li vendo», spiega. La sua, di storia, è quella di un ragazzo originario del Veneto che comincia a suonare il violino tardi, a 16 anni, «perché con gli amici ho fondato un complessino e mancava un violinista. Prima suonavo il clarinetto per la banda del paese», racconta. Dopo il servizio militare - quando si sposa e comincia a vendere scarpe e borse nel negozio di famiglia - il violino finisce in solaio, dimenticato. Lì resta per anni, «fino a quando, un giorno, mia figlia di 7 anni è tornata da scuola dicendo che aveva sentito dei ragazzi suonare il violino e ne voleva uno anche lei. Allora è ricominciata la passione.



Il liutaio Udino Lazzarin mentre inserisce l'anima in un violino. Al centro, un suo strumento intarsiato. Nell'altra pagina, un dettaglio del laboratorio (foto di Thomas Francesconi)



E pensare che Romina (la figlia, ndr) nemmeno sapeva che avessimo un violino in casa!», ricorda soddisfatto. «Da quel momento ho cominciato a trasformare il retrobottega in una liuteria», prosegue Lazzarin. Ora che è in pensione si è trasferito a Cesano Maderno e continua a dedicarsi ai suoi strumenti in un laboratorio nel cortile di casa. Mentre chiacchieriamo mi offre una sedia, ma lui resta in piedi appoggiato al bancone, circondato dagli attrezzi del mestiere. Ci sono violini ovunque, appesi a mezz'aria lungo fili metallici, quasi fossero biancheria stesa ad asciugare.

Alcuni sono finiti, scintillanti, pronti per essere suonati. Altri invece sono opachi, appena costruiti: il legno non verniciato è così chiaro che li fa sembrare nudi. Altri ancora sono bruni, già laccati, ma incompiuti: mancano le corde, i piroli che servono per tenderle e il ponticello su cui resteranno appoggiate. «Tutto quello che è in legno lo faccio con le mie mani, anche l'archetto. Ma le corde van comprate e sono un costo, per questo tanti violini non sono montati», chiarisce il liutaio. Alla domanda se non sia tentato di venderne qualcuno per sostenere le spese necessarie a ultimare gli altri, scuote la testa: «Dal 1975 ne ho costruiti oltre 350, ma ne avrò venduti sì e no una

trentina, più qualcun altro regalato», risponde senza esitazione. Quello regalato a monsignor Angelo Majo ora è custodito in arcivescovo a Milano. I pochi violini venduti, invece, sono finiti perlopiù nelle mani di amici dei figli e di ragazzini alle prime armi, desiderosi di imparare a suonare. «Se sono rispettosi, affitto loro il violino per qualche anno a una cifra simbolica, per responsabilizzarli. Poi possono riscattarlo. Ma se noto che non ne hanno cura, non glielo permetto», chiosa Lazzarin. Che aggiunge: «Mi dispiace lasciarli andare, i miei violini, mi dispiace proprio». L'ultima affermazione arriva dal cuore, tanto che la ripete cinque volte, come un mantra.

La conversazione è interrotta per un attimo del cigolio della maniglia del laboratorio, che si abbassa. Entra Ercolina, la moglie, che ha sentito le ultime battute. Le scappa un sorriso: «Quando gli chiedi di venderli, diventa geloso», commenta con un velo d'ironia. Il marito approfitta del suo arrivo per ringraziarla, perché è stata lei a gestire il negozio di pelletteria nel periodo in cui lui studiava per diventare liutaio. «Per mesi mi sono ritagliato un giorno a settimana per andare a Cremona e rompere le scatole a maestri come Francesco Bissolotti o Takashi Ishii, che è stato liutaio alla corte dell'imperatore del Giappone. Anche Renato Scrollavezza a Brescia, Erminio Malagutti a Milano e Renzo Bechini a Bresso mi sono stati di grande aiuto per imparare quest'arte, ma potevo allontanarmi da Cantù solo perché sapevo che lì sarebbe rimasta Ercolina a mandare avanti la nostra attività», ammette Lazzarin. Ora è diventato lui maestro per altri, nella zona conta una decina di allievi. «Tutti giovanotti sulla cinquantina», scherza. Anche in questo caso non

si fa pagare, lo fa per passione. Suggestivo che si tratti di un'attività costosa. Reagisce con una punta d'orgoglio: «Tutto costa, se lo vuoi fare in un certo modo: andare in bicicletta, giocare a pallone... Costa pure andare al bar o fumare sigarette. Il mio hobby non è più caro di altri, con 250 euro di materiale metti insieme un buon violino. Poi noi siamo pensionati, non abbiamo grosse spese da sostenere», controbatte.

Costosi o no, al maestro Lazzarin i suoi strumenti han regalato grandi soddisfazioni. Lo scorso Natale ha ideato un "abete" molto speciale, esposto al teatro Belloni di Barlassina: al posto delle decorazioni erano fissati 100 violini. L'iniziativa ha riscosso successo e per il prossimo dicembre già si progetta una versione itinerante di questo albero musicale: a Milano sarà ospitata dall'ospedale Ca' Granda e dalla Società del Giardino, ma a farne richiesta è stato anche il teatro dell'Opera di San Pietroburgo. «Prima di arrivare in Russia, però, vorrei riuscire a fare in modo che i violini non debbano rimanere fissi sulla struttura e possano essere staccati da chi sa usarli, senza che crolli tutto», puntualizza il liutaio. Violini da ammirare e da suonare, quindi. Purché suonati da giovani o da chi lo sa fare bene. «Io ormai non li suono più, se non per testarli», rivela. Ha lo sguardo di chi si è allontanato da qualcosa ma continua ad amarla. «Il violino è una cosa seria: o ti eserciti, oppure non ha senso. E poi mia figlia e i miei nipoti suonano così bene, perché dovrei suonarli io?», conclude.



Flipper e slot machine (nell'altra pagina) all'interno del negozio di Dario Morlacchi



## Nella città di flipper e jukebox Là dove il tempo non è mai passato

Accanto a quella che corre veloce, esiste una Milano che non è cambiata

di MANUELA GATTI  
@manuelagatti\_

Un paio di anni fa aveva fatto scalpore una comunicazione recapitata dal Comune di Milano ai residenti. Nella lettera, rigorosamente cartacea e spedita per posta, si leggeva che l'invio dei moduli per il pagamento della tassa sui rifiuti doveva avvenire esclusivamente a mezzo fax. Sai che novità, si potrebbe obiettare, rieccoci con la solita pubblica amministrazione che di stare al passo con i tempi proprio non ne vuole sapere. E invece no, perché insieme alla Milano internazionale, che corre veloce verso il futuro e gareggia con le altre capitali europee in fatto di innovazione, c'è anche una Milano a cui non interessa cambiare. Quella città che all'ombra dei grattacieli spesso passa inosservata, ma che esiste. Entrarci significa ritrovarsi in una bolla spazio-temporale, in una dimensione in cui il tempo sembra non essere mai passato.

Il mondo di Dario Morlacchi, per esempio, è tutto racchiuso in un seminterrato di viale Troya, alle spalle

del Naviglio grande, sul percorso della 90/91. Le stanze sono stipate di vecchie slot machine americane, di quelle con la manovella, per intenderci, e con ancora i dollari dentro. Tra di loro fanno capolino una ventina di jukebox, che propongono i successi di Elvis Presley, Cher, Huey Lewis and the News. Ma la vera passione di Morlacchi, 50enne originario del varesotto, sono i flipper. Ne ha una novantina, manuali ed elettronici, decorati con temi che vanno dai *Simpson* ai Kiss, da *Space Jam* ai *Ghostbusters*. Sono queste le sue vere creature, che lui ripara, noleggia e rivende. L'attività l'ha ereditata dal padre Luciano: dopo la fine della Seconda guerra mondiale, alcuni soldati americani gli avevano regalato due slot e un jukebox, non potendoli riportare in patria. Quei tre aggeggi attirarono così tanta curiosità in paese e fecero un successo tale che papà Morlacchi decise di farne il suo lavoro. «La maggior parte dei clienti sono collezionisti», spiega il figlio Dario.

Se prima i pinball (questo il nome americano del flipper) spopolavano nei bar, oggi sono più i privati che li cercano. Nonostante la spesa non indifferente: un flipper costa in media 6mila euro. «Il bello di giocarci?», continua l'imprenditore, «Il fatto che si tratti di un gioco di abilità e non di fortuna e il senso di aggregazione e competizione che genera». Lui lo sa bene: da qualche anno ospita alcuni tornei di flipper "sportivo", uno degli appuntamenti è appena passato. «Di solito partecipano dalle trenta alle sessanta persone, alcuni arrivano anche dall'estero», racconta. «Età media? Molto ampia, dai 25 ai 50 anni».

L'effetto *déjà vu* nel seminterrato di viale Troya è assicurato, ma non isolato. Da storia nasce storia, e basta seguirne il filo per scoprire un mondo invisibile ai più. Così si approda, per esempio, a Sesto Marelli, al confine nord-est di Milano. Per rimanere in tema giochi, qui si ritrovano i fanatici di dama, scacchi, risiko, *mah jong*,

burraco. Muovendosi più verso il centro, in piazzale Cadorna, ci si imbatte invece nella Drogheria, con la «D» maiuscola. Un'unica vetrina incastrata tra il portone di un palazzo e un cocktail bar anonimo. Sulle pareti i distributori di decine e decine di tipi di caramelle sfuse da pesare sulla bilancia, ovviamente analogica. E poi spezie, tè e magneti a forma di liquori. Un'atmosfera diversa ma in un certo senso affine a quella che si prova al bar Picchio, in via Melzo, zona Porta Venezia. Telefono pubblico alla parete, tavolo da biliardo ora dedicato ai giornali, pavimento di ceramica azzurro-piscina, le insegne di Lotto e Totocalcio e prezzi più che popolari per bere qualcosa. Dietro il bancone c'è un mosaico di fototessere degli avventori, una sorta di Facebook non virtuale. Viene quasi da controllare la data sul calendario per essere sicuri di essere nel decennio giusto.

Niccolò Moronato, artista padovano d'origine ma attivo tra Milano e Chicago, definisce questa sensazione "pre-nostalgia": la presa d'atto di alcuni elementi della città di cui non ci accorgevamo più e di cui riprendiamo coscienza solo nel momento in cui vengono fatti riemergere visivamente di proposito. È quello che lui ha fatto con le cabine telefoniche nel progetto *Rip*, gioco di parole da Sip, la società che fino al '94 ha gestito le telecomunicazioni italiane, oggi Telecom. Moronato, con l'aiuto di un vecchio Tuttocittà, ha mappato i



telefoni pubblici ancora esistenti e li ha trasformati in installazioni artistiche e in polaroid. Facendo scoprire ai milanesi che tanti angoli della loro città sono ancora occupati dalle cabine dai profili rossi. Precisamente sono 770 i telefoni pubblici ancora funzionanti, semplicemente noi non ce ne rendiamo più conto. Il traffico telefonico è in calo progressivo di anno in anno, certo, ma secondo l'Agcom sono ancora parecchio gettonate le postazioni di Centrale, Cadorna, corso Buenos Aires e piazza Duomo. «Ognuno di noi vive in una dimensione temporale e storica differente, determinata anche dal posto dove viviamo, che sia la città o la provincia», spiega Moronato, in arte Moronauta, «in città puoi avere persone che vivono in un loro percepito futuro accanto ad altri che telefonano con le cabine, e magari i due neppure si vedono. La pre-nostalgia è un modo per avvicinare il passante a questa bolla e metterlo in condizione di domandarsi e

riflettere sugli aspetti che questa riporta in mente».

La città, insomma, non ha un'unica geografia. Quella della pre-nostalgia, ad esempio, non può non passare da Brera e da viale Tunisia. Due luoghi che apparentemente non hanno niente a che fare l'uno con l'altro, ma che per chi ancora noleggia e compra film sono mete di frequenti viaggi. VideoBrera resiste dall'86 in corso Garibaldi, con i suoi 8.400 titoli disponibili. Bloodbuster è nato qualche anno dopo, nel '99, alle soglie del boom

di internet e dello streaming. Eppure continua a proporre agli appassionati «tutto il cinema dalla B alla Z», come recita il sottotitolo dell'insegna. Sugli scaffali c'è il cosiddetto cinema di genere, dal fantastico all'horror, dal poliziesco all'erotico. «Teniamo quei film che piacciono a Tarantino», sintetizzano scherzando i due soci, Manuel Cavenaghi e Daniele Magni. E poi colonne sonore, riviste di cinema, super 8, qualche numero di *Playmen*. E ancora rassegne ed eventi, perché tenere in vita un luogo così, nell'epoca di Netflix, non è per niente scontato. «La nostra clientela va mediamente dai 30 anni in su. Bisogna considerare il gap del supporto: gli adolescenti non sono abituati a usare i dvd», racconta Cavenaghi nella pausa tra un cliente e l'altro. «Per sopravvivere bisogna continuamente reinventarsi. Noi ci proviamo».



Un'immagine del progetto Rip (foto di Niccolò Moronato). A fianco, l'interno di Bloodbuster



# In barba (e baffi) alla tradizione

Con la moda *hipster* in tutta Italia è boom di *barber shop*  
A Milano la ricetta vincente è fatta di lusso e follower

di JACOPO BERNARDINI  
@jacopo\_bern

**H**iroshi Vitanza ha abbandonato la scuola a 15 anni. I suoi genitori, per punizione, lo mandarono subito a lavorare. «A Buccinasco, il paese dove sono cresciuto, un barbiere e un benzinaio avevano bisogno di aiuto. Era febbraio e non volevo stare all'aperto, per cui decisi per il primo». Per fortuna che quell'inverno faceva freddo perché, poco più di vent'anni dopo, Vitanza ha una linea di prodotti di bellezza, una pagina su Facebook da quasi 350mila like e, soprattutto, due negozi sempre pieni.

Il successo della sua barberia non è un caso isolato. La proliferazione di *barber shop* è un fenomeno ormai diffuso: dal 2013 a oggi, in Italia, il numero di barberie è aumentato del 70 per cento. Nel 2017 gli uomini hanno speso circa 163 milioni di euro per saponi e prodotti per la barba. Milano, capitale della moda, guida la tendenza.

Accanto a negozi di vecchia data come l'antica barberia Colla, a due passi dalla Scala, che può vantare di aver avuto tra i suoi clienti Giovanni Agnelli, sorgono a ogni angolo nuovi negozi come Bullfrog, nato nel 2013 nel quartiere Isola e che ora ha già quattro *store* in città. «La moda *hipster* fatta di barbe lunghe ha reso le barberie un business, ma noi eravamo tra i pochi ad esserci prima», rivendica Vitanza mentre mostra con orgoglio le braccia piene di tatuaggi di rasoi, forbici e attrezzi del mestiere. Già, perché la sua storia è nata per punizione ma è proseguita nel migliore dei modi. «Ho imparato il mestiere con un barbiere che aveva quarant'anni di esperienza. Poi, quando avevo 21 anni ho rilevato l'attività». E così, da piccolo negozio di periferia, è diventato il

barbiere più seguito d'Europa. «Ho subito capito che i social potevano essere un ottimo mezzo per farmi pubblicità», racconta Vitanza, «così ho iniziato a postare video di noi all'opera su un taglio particolare o a pubblicare foto di vita quotidiana all'interno del negozio». Ora, un suo video-tutorial di un taglio può arrivare a 500mila visualizzazioni su YouTube. Una strategia che funziona sia per attrarre clienti («vengono dalla Sicilia e dalla Germania») sia per aumentare il prestigio del brand, tanto che La Barberia di Milano ha



lanciato una propria linea di prodotti. Nel giugno 2017, infine, è arrivata l'apertura di un nuovo negozio, questa volta in pieno centro, dietro la basilica di San Lorenzo.

Ma l'innovazione della barberia non è solo una questione da ragazzi. Prendete Francesco Cirignotta: porta avanti da anni la propria attività, imparata dal padre. Ma guai a dargli del tradizionalista. «La tradizione è fondamentale ma se c'è bi-

sogna buttarla via e cambiare, non mi faccio problemi». Cirignotta si definisce un "tricoesteta" (*trichós*, in greco, vuol dire capello) e il *Financial Times* lo ha di recente definito il «barbiere migliore al mondo». Dalla sua barberia davanti alla Darsena, che descrive come «una dimora, un salone da bagno», detta consigli e tendenze. Se la prende con alcuni colleghi che «aprono barberie nuove che in un attimo si etichettano come "storiche"», e diffonde il suo credo. «Nel mio salone accolgo solo un cliente alla volta: fare il barbiere significa trattare una persona, io studio antropologia, sociologia e filosofia per offrire il meglio».

Il menù non offre solo barba e capelli, ma anche analisi computerizzate della pelle, trattamenti per il viso, prodotti di bellezza selezionati e il *peristilium*, una sala in cui rilassarsi e bere un caffè, una tisana o una bevanda, ascoltare musica soft o leggere libri come «L'abc dell'eleganza». «Quella della barberia è una tradizione italiana che si è contaminata con influenze straniere e sta risorgendo più forte che mai», spiega Vitanza, che l'anno scorso al Cosmoprof di Bologna ha organizzato il più grande raduno di barbieri al mondo, lo *United barber show*. Cinquemila professionisti del settore che si sono esibiti in show, *workshop* e gare di taglio. Cirignotta era uno degli ospiti speciali. Quest'anno si replica e sono attesi ancora più partecipanti. «Questo è un mestiere che si è, non si fa», conclude Cirignotta, «e io lavoro per soddisfare il cliente: null'altro. Se il solco che ho tracciato porta altre persone a lavorare con la mia stessa cura, ho raggiunto l'obiettivo».

# Second Life, do you remember?

La rivoluzione non è mai avvenuta  
Ma il mondo virtuale è ancora popolato da utenti affezionati

di GIACOMO DETOMASO  
@gdetomaso

«**S**tasera allo Stregatti Prestige Club fanno musica dal vivo. Sarà così tutta la settimana, si festeggiano i dieci anni del circolo. Io ci sarò, se vuoi ti *teleporto* lì». A parlare è Elena Rovelli, una ragazza abbronzatissima e formosa. Vive su un'isola tutta sua, «perché mi piace la privacy». Lo Stregatti sorge proprio nel mezzo dell'isola. In un'altra vita, quella che noi chiamiamo reale, Elena è una casalinga milanese di origini salernitane. Non di notte, però. Di notte, diventa Demona Luv, la ragazza abbronzatissima e formosa che vive in un'isola privata, il suo alter ego in Second Life.

Già, Second Life. A metà anni Duemila si pensava che avrebbe rivoluzionato irrimediabilmente le interazioni umane. Nel 2007 erano più di 500 gli articoli che uscivano ogni giorno sulla creazione di Philip Rosedale, fondatore della software house Linden Lab. Lanciato in Rete nel 2003, Second Life è, più o meno, un ibrido tra un videogioco e un social network: personaggi virtuali per comunicazioni reali. Oggi, giornali e tv hanno smesso di parlare della piattaforma. I numeri, però, non sono cambiati più di tanto. Lo fa notare un altro avatar, Lion Igaly: «Rispetto agli anni di maggiore fama, la media di utenti attivi contemporaneamente si è addirittura alzata. Nel 2007-2008 erano circa 38mila, poi si è saliti a 60mila, oggi ci si è stabilizzati intorno ai 45mila».

Certo, la rivoluzione annunciata non è mai avvenuta. Forse, però, le aspettative erano esagerate: «Il boom di metà dello scorso decennio è stato più che altro una bolla mediatica tutta



italiana. All'estero avevano capito benissimo cosa fosse Second Life e non si sono mai azzardate previsioni simili».

Dietro i pixel dell'avatar di Lion Igaly si cela Riccardo, un signore milanese di 65 anni che fa il consulente informatico. Per anni, dal 2007 in poi, ha dedicato parte della sua vita a Second Life. «Anche 7-8 ore al giorno, dalle nove di sera in poi». Lui è un *content creator*, un creatore di contenuti. Tutto, all'interno della piattaforma, è generato dagli utenti. Ogni casa, ogni specchio d'acqua, ogni lembo di terra. Ad oggi, l'estensione del mondo virtuale ha superato i 1.500 chilometri quadrati, quasi quanto la provincia di Milano. Per costruirlo, in ogni suo dettaglio, sono stati utilizzati anche programmi esterni, come Blender o 3D Studio Max. Software che richiedono competenze e ore di lavoro. Chi non ha tempo e voglia di imparare, può però acquistare tutto quello di cui ha bisogno, da una villa a un vestito nuovo, spendendo i Linden, la moneta di Second Life, convertibili in dollari e quindi in euro. Vendendo fontane e fuochi d'artificio, i suoi oggetti di maggior successo, Riccardo riusciva a guadagnare - al netto delle spese, come quelle per l'affitto dei terreni - circa 70 euro al mese. Non sufficienti per giustificare tutto il tempo trascorso: «Second Life ti riduce a uno straccio, ti toglie

il sonno». Non è una vetrina della vita reale come Facebook e Instagram, è proprio un'altra vita. E in quanto tale, richiede molte attenzioni. «Ultimamente ci accedo sempre meno, solo per partecipare ad alcune manifestazioni d'arte. In passato ho organizzato tante mostre, in cui esponevo le mie sculture (sempre virtuali, ndr) e le opere di altri». Non solo esposizioni artistiche. Su Second Life si può riprodurre quasi ogni aspetto della vita reale: si può fare shopping virtuale, partecipare a concerti animati da veri cantanti che danno voce ai loro avatar, scattare fotografie, seguire lezioni accademiche (anche l'Accademia di Brera ne ha organizzate alcune), partecipare a gruppi di discussione utilizzando il microfono del proprio computer, guardare un film. E ovviamente fare amicizia e innamorarsi. «Credo sia capitato a tutti. A livello di emozioni, poi, è tutto amplificato, sarà per via dei panorami e dei colori bellissimi», spiega Elena «Demona» Rovelli. Sebbene ci siano innumerevoli coppie nate su Second Life, a lei non è mai venuto in mente di conoscere chi c'è dietro l'avatar dei suoi spasimanti: «Ho già una mia famiglia e la testa sulle spalle. Il mio compagno sa che ci gioco e a volte mi guarda mentre lo faccio». Vicino a lei, forse c'è proprio lui, che le sta reclamando attenzioni: «Ora vado in *real life*. Buona giornata».

# Milano-Paperopoli andata e ritorno

A novant'anni dalla prima comparsa di Topolino in America artisti e sceneggiatori ricordano le gite disneyane in città

di NICOLA BARONI  
@nicobaro\_nb

Qualcuno giura di ricordare ancora quel 10 giugno 1956 in cui in piazza Duomo scoppiò il finimondo per colpa di cinque paperi. Il più anziano, bastone da passeggio e cilindro nero, afferra un piccione con l'intento di mangiarlo e viene subito fermato in malo modo da un cane poliziotto: «Non sapete che è vietato molestare le bestie?». I suoi tre nipoti si scagliano sul ghisa e tutti e cinque riescono a fuggire, inseguiti da una folla di milanesi inferociti. In piazza Scala si nascondono in un'auto che li porta a Torino. Erano Zio Paperone, Paperino, Qui, Quo e Qua nella seconda puntata di *Paperino alla scoperta dell'Italia*, pubblicata

nero pubblicate fino al 1943, per riprendere dopo la Liberazione. L'Italia è stato il primo produttore di storie Disney per quantità, e a Milano, centro dell'editoria fumettistica, passavano tutti i disegnatori e sceneggiatori italiani: qualcuno per confrontarsi con la redazione, altri per consegnare le tavole completate. E anche chi non amava il trambusto della città, come Giorgio Pezzin, storico sceneggiatore veneziano, finì col venirne influenzato: sua è una delle storie meneghine più care ai lettori, *Zio Paperone duca di Milano* del 1994. «C'era una fame di storie e spunti realistici. Era importante trovare vicende che insegnassero qualcosa. Io ho una formazione

scientifico e la documentazione iniziale era una parte fondamentale del lavoro. Di Milano mi piaceva solo il Castello Sforzesco. Da qui l'idea di fare acquistare a Zio Paperone una pergamena che lo rendeva duca della città e padrone del castello». Tra invidie degli immobiliari («Potrebbe ricavarne migliaia di miniappartamenti») e timori della giunta comunale, ne nasceva una rivolta popolare, con battaglia in stile disneyano. A questo punto al papero avaro veniva un'idea: rinunciare a titolo e castello in cambio dei diritti tv della battaglia, che si sarebbe dovuta svolgere ogni anno col nome di Palio di Milano.

Ancor prima di visitare la città, il topo Disney conosceva già bene il capoluogo lombardo, come dimostra il Canto XIII dell'*Inferno di Topolino* del 1949. Il topo-novello Dante arriva in un bosco molto simile al parco Sempione dell'epoca: «Noi andavamo per solingo piano», scrive, «finché ad un bosco fummo appropinquati/che somigliava al parco di Milano./Alberi secchi e tronchi scortecciati/bucce d'arancia e pelli di salame» dove «il cittadino cammina fra il letame/e invano cerca intorno una panchina/per riposar le membra lasse e grame». La prima comparsa fisica del topo in città fu invece con *I promessi topi* del 1989: Renzo Topogolino deve risolvere i problemi creati da «quella peste della marchesina Esmeralda de Gomez». Nello stesso periodo storico a Milano bazzicava anche Paperenzo Strafalco, come si legge nei *Promessi paperi*. A causa del diffondersi dell'elisir dello



Sullo sfondo della Paperopoli disegnata da Marco Rota, sveltano anche Torre Velasca, grattacielo Pirelli e Torre Breda

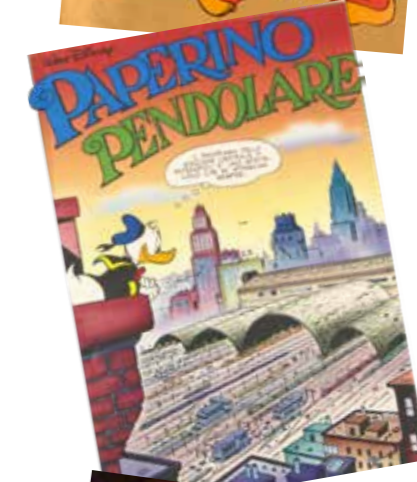
sciopero, il papero si trova a dover fronteggiare lo scoppiare delle poste: centinaia di pacchi e lettere che fuoriescono dagli uffici postali, bloccando la città.

Francesco Artibani più recentemente, in *Topolino e il codice armonico* (2013), ha fatto tornare il personaggio in città l'8 febbraio 1872, in compagnia di Pippo. I due vengono catapultati dalla macchina del tempo nei Navigli, aperti e navigabili, tanto che Pippo crede di essere finito a Venezia. «Ho fatto un lavoro d'archivio enorme», spiega Artibani, «per scrivere una storia realistica. Per esempio ho dovuto calcolare quanto ci potevano mettere i due ad andare dalla Stazione centrale a Busseto, prima in treno a vapore e poi in carrozza». I due eroi riusciranno a portare Verdi alla Scala e a salvare la prima della Traviata. Un luogo, questo, molto frequentato anche dai paperi. Double Duck, la versione 007 di Paperino, ci va per due missioni segrete, e in un caso incontra il maestro Felino Felynis alias il celebre direttore d'orchestra Daniele Gatti. A conquistarsi le copertine e un ruolo di primo piano in molte storie sono state anche le rivalità calcistiche meneghine e un dolce entrato nei menù di Topolinia prestissimo: il panettone.

Protagonista di diverse storie, la città della redazione di *Topolino* è stata anche ispiratrice sotterranea di molte ambientazioni, come racconta Marco Rota, in redazione nel 1962 e capo servizio disegnatori fino al 1988, sue moltissime copertine degli anni Settanta e Ottanta: «La maggior parte di noi, provenendo da paesi di provincia – per esempio Giuseppe Perego, che era di Arcore – disegnava storie ambientate in paese, come erano anche le prime vicende americane, tra fattorie e casali di fieno. Io invece, da milanese, immaginavo delle ambientazioni cittadine, soprattutto per i paperi. Per questo in *Paperino Pendolare* disegnai una stazione tale e quale alla

Stazione centrale, con sullo sfondo dei grattacieli che allora non c'erano e oggi sembrano esser stati premonitori». Lui i paperi a Milano giura di vederli da sempre: «Io stesso sono un papero, quando mi guardo attorno vedo paperi e topi, non è una fantasia per bambini e noi ci rivolgevamo a tutta la famiglia». Basta aprire uno dei centinaia di numeri di cui Rota ha disegnato la copertina per capirlo: sul *Topolino* del 26 aprile '81, per esempio, sveltava uno Zio Paperone in piedi davanti alla Borsa di Milano, e all'interno un gioco di fantaborsa a puntate, con premi che i piccoli lettori potevano aggiudicarsi in base all'andamento di alcuni titoli realmente quotati a Piazza Affari. «Più che i bambini erano e sono i genitori ad affezionarsi a una serie e ai personaggi. Mi sono soffermato spesso davanti a un'edicola: il rito era l'acquisto del quotidiano o del femminile e poi la domanda al figlio: «Cosa vuoi? Prendiamo *Topolino*?» ma era il genitore a proporlo, a comprarlo e poi ovviamente anche a leggerlo», spiega Rota. Giorgio Pezzin conferma: «Negli incontri con l'ufficio marketing ci spiegavano che parlavamo a un certo numero di bambini ma al triplo di adulti, tra fratelli e genitori».

Dopo la traumatica esperienza del 1956, il Duomo è restato un luogo da cui topi e paperi si sono tenuti alla larga. Solo Pico ne ha avuto a che fare in occasione del seicentenario dalla fondazione della cattedrale: spedito indietro nel tempo per capire chi ne fosse stato l'ideatore, scoprì che era merito di un garzone di una bottega di panettoni. «Avevo progettato lo storyboard di una vicenda incentrata sul Duomo, che purtroppo non è mai stata portata a termine», spiega Rota. E anche Artibani ha attualmente in cantiere una storia sulla costruzione del Duomo: «Spero di realizzarla il prima possibile, ma non è ancora certo si farà». Per ora la Madonnina l'ha



Dall'alto:  
la copertina di *Topolino* del 26 aprile 1981;  
l'avventura *Paperino pendolare*  
del 1° maggio 1977;  
la copertina di *Topolino* del 13 dicembre 2011.  
Tutti consultabili a Wow,  
il Museo del fumetto di Milano



La seconda puntata di *Paperino alla scoperta dell'Italia*, su *Topolino* del 10 giugno 1956

raggiunta solo Pk, il papero supereroe. Ci è salito di notte, a documentarlo solo un disegno inedito di Claudio Sciarrone (in *copertina*), altro disegnatore milanese che della città ha assorbito soprattutto lo spirito internazionale: «Erano gli anni Novanta quando iniziai, ci venivano chiesti dei look alternativi: girai la testa dei cappellini di Qui, Quo e Qua all'indietro, ispirandomi agli *skater* che vedevo in corso Vittorio Emanuele. E allora fu una piccola rivoluzione».

# Ballare tra tradizione e tecnologia

Anche la danza (con l'Accademia) cambia al passo di tv e web  
«Continua ad attrarre pubblico d'élite, ma oggi c'è più accessibilità»

di **LORENZO NICOLAO**  
@LolloNicolao

L'Accademia del Teatro alla Scala è una delle prime al mondo per la formazione dei ballerini del futuro. Insieme a New York, Parigi, Mosca e Londra, è una nicchia di giovani eccellenze che fa i conti con l'innovazione. Paola Bisi è la responsabile comunicazione dal 2006, in un'era di cambiamenti nella relazione fra la società e il balletto.

**Lo spettacolo di Roberto Bolle ha fatto in tv 4,8 milioni di spettatori. C'è un rapporto diverso fra la danza e il pubblico?**

Premesso che nessuna tradizione è venuta meno, non possiamo dimenticare che il mondo cambia. Per quanto la danza continui ad attrarre un pubblico d'élite, oggi c'è più accessibilità, sia per le promozioni rivolte ai giovani, sia per il carisma di figure come Roberto Bolle. Programmi tv come Amici hanno suscitato interesse verso il ballo, ma quello che può darti un fenomeno come lui non ha eguali. Oggi con la tecnologia anche la comunicazione è più forte.

**Che ruolo hanno avuto il web e i social network?**

Sono fondamentali. Non perché siano parte integrante del balletto, ma perché hanno cambiato i media. I giornalisti una volta volevano solo intervistare i ballerini, ora è impossibile che non chiedano dei video da diffondere sui canali delle testate. La Scala è su Facebook e su Twitter, come ente istituzionale, ma gli allievi della scuola, che vanno dai 6 ai 18 anni, preferiscono Instagram. È una pubblicità che fa comodo,

sempre che non dia delle anticipazioni gratuite degli spettacoli da mettere ancora in scena.

**Lavora all'Accademia da 12 anni. La sua attività è la stessa di quando ha iniziato?**

La comunicazione, dai primi anni Duemila, è cambiata completamente. Gli sconvolgimenti sono stati

**rispetto al passato?**

Non è l'Accademia in sé a essere diversa. Noi manteniamo le stesse tradizioni dal 1813, anno della fondazione. Sono i nostri allievi a cambiare, influenzando corsi e metodi di insegnamento. Gran parte dei nuovi talenti non viene dalla Lombardia, uno su cinque è straniero e porta culture diverse. La danza li unisce, nei corsi le differenze emergono, ma non è detto sia un male. Non c'è un numero chiuso di allievi che la scuola prende ogni anno. Come il vino, a volte sono bravissimi a volte meno. L'Accademia sceglie quelli che ritiene validi per fare un percorso professionalizzante, nel campo della danza e delle arti associate, come la sartoria e la scenografia.

**Cosa accomuna e cosa distingue un allievo dell'Accademia oggi da quello di 30 anni fa?**

I nuovi modi di comunicare hanno formato ballerini che sanno già tutto. Per paradosso, non hanno affinato i fondamentali, gli stessi di sempre, ma sanno benissimo come funziona il settore. Pensiamo ai giovani coreografi. Prima un sarto di scena aveva la licenza elementare. Oggi deve possedere almeno una laurea triennale. Tornando ai ballerini, l'impatto di una figura come Bolle è superiore a quella di Nureyev 40 anni fa. Basta pensare a questo: un allievo ha aspettato Bolle solo per potergli dare la mano, fuori dalla sala, dopo una lunga sessione di conferenze stampa e interviste che si erano tenute all'Accademia. Ha aspettato seduto sul pavimento per quasi 10 ore. Ecco l'impatto che ha oggi un étoile, trascinando un intero settore.

maggiori rispetto al balletto in sé, perché un conto era lavorare con i giornali e i comunicati stampa cartacei, un conto è farlo oggi con le mail e WhatsApp. Bisogna essere sempre connessi, i giornalisti hanno sempre bisogno di qualcosa e la tempestività è il primo requisito. È tutto più veloce, anche se come scuola abbiamo la possibilità di mettere in evidenza le storie personali dei nostri allievi rispetto alla semplice rassegna degli spettacoli.

**I criteri di selezione e la formazione dei vostri allievi sono cambiati ri-**

