

MIM

Quindicinale N. 2 - 23 Dicembre 2020

Chi è di scena?

La cultura non si ferma
Streaming e social al servizio dell'arte



LAVORO

INCLUSIONE E STARTUP
ESSERE IMPRENDITORI NEL 2020

SOLIDARIETÀ

UN REGALO PER TUTTI
CON LE "SCATOLE DI NATALE"

MEMORIE DI SPORT

MARADONA E MILANO
UN AMORE MAI SBOCCIATO

Sommario

23 Dicembre 2020



In copertina: la scenografia di *Edificio 3* sul palco del Piccolo Teatro Strehler
Foto di Masiar Pasquali)

3 Così Milano potrà diventare davvero green
di Rodolfo Fabbri

4 Su il sipario (online)! Mancano gli spettatori, non gli spettacoli
di Daniele Cassaghi

6 Tre associazioni e un solo obiettivo: riqualificare le periferie
di Alessandra Tommasi

7 La nuova stagione dei podcast
di Simonetta Poltronieri

8 Dalla poltrona al divano
di Samuele Finetti

9 «I musei come caveau» Racconto di una mostra mai partita
di Simone Cesarei

10 L'inclusione passa attraverso il lavoro, anche in lockdown
di Maria Teresa Gasbarrone

13 Distanziamento impossibile
di Chiara Barison

14 Aprire in pandemia: ecco PicoBrewm
di Francesco Betrò

15 Se il 2021 inizia con lo sfratto
di Davide Leo

16 Cinquantamila scatole per regalare un Natale a tutti
di Alessio Di Sauro

17 Una scuola per i ragazzi Asperger
di Samuele Damilano

18 Futsal femminile, dilettanti a chi?
di Enrico Spaccini

19 Un Maradona mai visto
di Rodolfo Fabbri

20 Cinque domande a... Manuela Stefanelli, responsabile Hoepli Milano
di Ivano Lettere

al desk
Alessio Di Sauro
Ivano Lettere
Simonetta Poltronieri
Enrico Spaccini

Con il sostegno della
Fondazione Cariplo

Quindicinale del
Master in Giornalismo/Ifg

Scuola di giornalismo "Walter Tobagi"
Università degli Studi di Milano

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
Luca Solari

coordinamento di redazione
Valeria Valeriano

Segreteria del Master
Tel. +390250321731

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

12 «Il metrò, spaccato della società»
di Giulia Cescon



La fermata di Porta Venezia - M1
(foto di "Under Milano")

Così Milano potrà diventare davvero green

di RODOLFO FABBRI



Come ogni inverno, si ripropone a Milano il tema dell'aria irrespirabile. La Pianura Padana, per via della sua conformazione geografica e antropica, è uno dei luoghi più inquinati d'Europa. Per questa ragione, ancora prima delle altre, la nostra città deve immaginare un futuro green. Dati alla mano, ciò che causa la maggior parte dell'inquinamento sono gli impianti di riscaldamento. Secondo le stime del Centro comune di ricerca europeo, a Milano il traffico incide solamente per il 25 per cento dell'inquinamento. Questo spiega perché l'aria è sensibilmente più respirabile in estate e perché i blocchi delle auto sono importanti ma non determinanti.

Il vero investimento che Milano dovrà fare, anche con l'aiuto dei fondi del Next Generation Eu, sarà dunque quello sull'efficienza energetica degli edifici. Troppi immobili hanno ancora classe energetica E o F, con alimentazione a metano o Gpl. Le caldaie più datate, alimentate a gasolio, saranno messe al bando

dal Comune entro il 2023. Il futuro è nella sostituzione dei vecchi impianti con le pompe di calore e nei "Nearly zero energy buildings" (Nzeb): edifici progettati per aver bisogno della minor quantità possibile di energia, grazie allo sfruttamento di ciò che viene fornito dalla natura, come i raggi solari e l'acqua piovana. L'Unione europea ha emanato una serie di direttive rispetto ai Nzeb, recepite con leggi *ad hoc* dall'Italia. A Milano, l'esempio più importante di Nzeb è il nuovo campus dell'Università Bicconi.

Certamente si dovrà agire anche sul fronte della mobilità. Su questo tema sarà decisivo il rafforzamento del trasporto pubblico verso l'hinterland. L'assenza di collegamenti frequenti ed efficienti con la città metropolitana è forse quello che più differenzia Milano dalle altre grandi città europee. Il sindaco, anche se eletto soltanto dai milanesi, è anche alla guida della città metropolitana. Avere una città green con una periferia costretta a spostarsi in macchina rischia di essere controproducente, oltre che iniquo.

Su il sipario (online)! Mancano gli spettatori, non gli spettacoli

Le strategie dei direttori artistici per sopravvivere alla chiusura



di DANIELE CASSAGHI

Senso di responsabilità, nuovi modi per raggiungere il pubblico e strategie di ripresa ben ponderate. Un sipario calato vuol dire anche questo, non solo la mancanza di soldi dovuta alla chiusura delle strutture. La prima della Scala ha mostrato in mondovisione il solco innaturale che la pandemia ha tracciato tra la scena e gli spettatori. Tutte le realtà teatrali milanesi sono impegnate a colmarlo.

Il pensiero di fondo ha radici classiche: «Siamo stati privati della pratica teatrale e ci stiamo rendendo meglio conto di quale sia il vero scopo del teatro: generare comunità. Il teatro è uno dei primi strumenti che l'uomo si è dato per riflettere intorno al suo essere un animale politico, che vive in un contesto sociale», dice Claudio Longhi, direttore artistico del Piccolo Teatro. E vivere in società comporta agire in modo consapevole: «Secondo me sarebbe molto responsabile prendere atto che siamo in mezzo a una pandemia, come dimostrano i morti che continuano a esserci».

Gli fa eco Fioravante Cozzaglio, direttore artistico del Carcano, in zona Crocetta: «Questa seconda

chiusura è stata più traumatica della prima. È vero che il decreto attuale dice che lo stop è fino al 15 gennaio 2021, ma non credo che con più di 500 morti al giorno saremo in grado di riaprire il teatro il 16. Non lo ritengo possibile e neanche giusto. Quando c'è un'epidemia, tutto ciò che crea movimento crea focolaio e tutto ciò che ferma l'assembramento è necessario. Mi dispiace, ma devo dirlo con decisione: se i teatri rimangono chiusi ancora per un paio di mesi, forse è meglio».

Niente passi più lunghi della gamba, dunque, anche se qualche volta a essere colpiti sono gli atteggiamenti responsabili. Il teatro Vittoria di Sesto San Giovanni è infatti chiuso. «Non abbiamo fatto in tempo a riaprirlo, abbiamo fatto dei lavori di adattamento a settembre», dice Mirko Lanfredini, capo della scuola «Teatro della Verità» e membro della direzione artistica del Vittoria. «La data di riapertura era prevista per il 24 ottobre ed è coincisa con l'avvento del coprifuoco».

La dimensione sociale stessa del teatro non può però tollerare l'assenza del pubblico e internet sta diventando

lo strumento preferito per tenere vivo il rapporto con gli spettatori. L'Elfo Puccini ha rinnovato completamente il sito e quattro appuntamenti in remoto si sono svolti a dicembre. Tra questi c'è il dietro le quinte di *Moby Dick alla prova*, spettacolo di Elio De Capitani previsto per gennaio. Al tema della distanza, il Franco Parenti dedica *Il Filo Invisibile* (di Marco Rizzolini e diretto da Marco Morrone). Sarà uno spettacolo via Zoom, in un teatro virtuale di soli 26 posti, in scena fino al 22 gennaio.

Anche la scelta del Piccolo di proporre alcune esibizioni online, tra cui lo spettacolo *Storie* di Stefano Massini di fine ottobre e il concerto della «Raffaële Kohler Swing Band» del 21 dicembre, va in questa direzione. Tuttavia, «lo spettacolo teatrale vive nella compresenza di attore e spettatore, tutto ciò che non ce l'ha è solo un'approssimazione dell'esperienza teatrale», riflette il direttore Longhi. *Edificio 3: un mosaico teatrale* nasce da queste considerazioni. Sui canali social del Piccolo è possibile vedere alcuni dei momenti della preparazione dello spettacolo *Edificio 3* di Claudio

Tolcachir: foto di scena, brevi video e audio degli attori che recitano brani dello spettacolo, interviste agli interpreti e al regista, nonché il podcast di un incontro di Tolcachir con gli allievi della scuola del Piccolo Teatro. Dal 21 dicembre è disponibile il documentario dell'iniziativa.

Va controcorrente il Carcano, che si è dato un'importante regola: non si mandano veri spettacoli teatrali online. «Il teatro è uno sport di contatto. È una cosa viva. L'idea che altri strumenti possano sostituirlo è sbagliata. Mentre l'idea che altri strumenti possano essere di agevolazione o partecipazione va benissimo», sostiene il direttore Cozzaglio.

Tuttavia, neanche il teatro di Crocetta trascura l'aspetto social. Le pagine Facebook e YouTube sono molto curate e ricche di contenuti, tra cui cicli di conferenze, in collaborazione con Laterza, e discussioni con artisti. Se la riapertura non sarà rapida, anche gli eventi a tema dello storico Paolo Colombo saranno messi in Rete. Infine, il Teatro degli Arcimboldi ha affidato a Instagram la diffusione di *Apnea sociale*. Gli spalti vuoti e la musica dal vivo hanno fatto da sfondo all'incisione che il tatuatore Marco C. Matarese ha eseguito sulla schiena di un ragazzo. È il simbolo dei ricordi che si imprimono durante la pandemia.

Se i direttori artistici hanno ragione, il vero teatro si ha solo riaprendo.



Nella pagina a fianco, l'interno del Piccolo Teatro Strehler. A sinistra, la scenografia di *Edificio 3* rimontata all'esterno dello Strehler dopo l'annullamento della prima del 3 dicembre (foto di Masiar Pasquali). Sotto, la sala gremita del Carcano. In fondo, l'entrata del teatro in corso di Porta Romana



Ma non è qualcosa che si improvvisa. Parlando della possibilità di rimandare alla prossima stagione la messa in scena di *Edificio 3*, Longhi del Piccolo commenta: «Il Covid-19 ci ha abituato a cambiare radicalmente i nostri orologi di programmazione. È difficile fare previsioni che vadano oltre due settimane o il mese».

E poi c'è il problema vero: il pubblico dovrà essere convinto a tornare. Muoversi comporta dei rischi. Diventano quindi importanti sia la fidelizzazione del pubblico sia, soprattutto, la proposta di un'offerta all'altezza. I riflettori sono sempre pronti ad accendersi. Il Carcano non ha mai interrotto i contatti con gli artisti, le compagnie e gli intellettuali che lo animano, e punta a rilanciare la stagione a ottobre 2021, benché l'andamento del contagio faccia sorgere più di un dubbio al riguardo. Neanche al teatro Vittoria di Sesto San Giovanni si arrendono e dicono di essere speranzosi per partire a gennaio. Hanno quattro produzioni professionistiche già pronte per andare in scena oltre a quelle amatoriali e ai saggi degli allievi della scuola.

L'Arcimboldi appare totalmente proiettato all'anno prossimo. Sono aperte le vendite per il concerto dell'artista indie Steven Wilson del 4 ottobre 2021, che promuoverà il suo nuovo album, ed è stato annunciato l'arrivo del *Rocky Horror Picture Show* sempre nel 2021. Slitta a marzo 2022 il musical *Notre-Dame de Paris* di Riccardo Cocciante, ma i biglietti

acquistati saranno ancora validi.

Infine, servono gli introiti. Molte delle iniziative proposte sono gratuite, ma non si può sopravvivere con il botteghino serrato. È qui che emerge l'affetto degli spettatori del Parenti dimostrato dalla campagna «Loro ci sono e tu?». Al 21 dicembre 2020, 141 nomi di coloro che hanno convertito i voucher in donazioni sono stati pubblicati sul sito ufficiale del teatro. L'Arcimboldi è invece protagonista di una vera e propria campagna di *merchandising* aperta fino al 10 gennaio. Sulla scia di Sant'Ambrogio, il logo Tam (Teatro degli Arcimboldi Milano) è diventato «Tanti Auguri Milano» e inserito su molti prodotti a tema natalizio.

Tuttavia, la speranza per tutti è che mantenere il contatto con il pubblico anche a luci spente dia i suoi frutti, come stava succedendo alla scuola «Teatro della Verità» di Sesto San Giovanni. I blog degli allievi della scuola, che raccontano l'esistenza del teatro durante la prima ondata, hanno aiutato ad avvicinare nuove persone alla recitazione. «Il modo migliore per coinvolgere le persone è far sentire la testimonianza di chi il teatro lo vive», commenta il direttore Lanfredini. «Ciò ha portato dei buoni frutti in termini di iscrizioni a inizio anno accademico... ma ci siamo fermati di nuovo!».

Tre associazioni e un solo obiettivo: riqualificare le periferie

Con il *crowdfunding* si realizzano progetti per migliorare la vita in città

di ALESSANDRA TOMMASI
@aletommasi3

«Pensavamo di essere quattro matite, che ancora continuano a progettare e a dire “finirà”. Invece abbiamo scoperto che ci sono tantissime persone che vogliono uscire da questo tunnel e pensare al dopo. Con la campagna di *crowdfunding* siamo arrivate a 8mila euro in poco più di due settimane. Ristruttureremo la nuova sede». Così Raffaella Tretola di “Officina della Gioia” commenta la risposta «dal basso» all’iniziativa. A breve, altri 16mila euro dal Comune di Milano. Per creare uno spazio di supporto alle famiglie tra via Farini e il quartiere Isola, quando i bambini non hanno scuola, ma anche per gli adulti in *coworking*.

Dei sette progetti partiti il 28 ottobre con l’iniziativa di *crowdfunding* civico del Comune di Milano, tre hanno raggiunto il loro obiettivo in meno di un mese. Una riconferma del suo successo per Milano, dopo il primo esperimento del 2016. Secondo l’assessora Cristina Tajani, una prova di come, nonostante il Covid-19, «sia rimasta immutata nei milanesi la voglia di essere partecipi e contribuire a progetti che migliorino la qualità della vita in città».

Si tratta di una raccolta fondi sulla piattaforma “Produzioni dal Basso”, con la formula «tutto o niente»: 60 giorni per raccogliere il 40 per cento del budget. E ottenere il restante 60 per cento a fondo perduto fino a

60mila euro. Sotto la soglia minima, i soldi tornano ai sostenitori. Lo scopo è promuovere 20 progetti di utilità sociale e rilanciare i quartieri periferici di Milano con la partecipazione dei cittadini. Le altre 13 campagne saranno online tra gennaio e febbraio. Per le tre associazioni era la prima esperienza di *crowdfunding*. Le idee di progetto c’erano già, andavano adattate. Dopo una fase

dell’orto comunitario di Parco Nord. «Un modo per sentirsi utili se si è perso il lavoro, stare all’aria aperta e produrre. L’obiettivo è mantenere vivo il tessuto sociale». L’iniziativa permetterà di acquistare tre serre tunnel e avere così più mesi di coltivazione e più raccolto. «Per noi che siamo tutti volontari la campagna è stata un impegno. Valuteremo se riprovare in futuro».

Gianni Parodi di “Teatro Pane & Mate” nomina invece la «piccola realtà» del borgo di Fallavecchia (Morimondo): quella di mamme e papà con bambini, insegnanti, amici, che frequentano l’ex scuola elementare, ora sede della compagnia teatrale, o hanno partecipato alle sue iniziative. Come “Arte, Baracche, Musica e Lanterne”, la grande festa organizzata nel borgo a giugno, o la “Scuola della Fantasia”, un viaggio teatrale per le scuole nelle installazioni della sede. Con l’emergenza sanitaria il lavoro si è fermato. Il Covid-19

non è però riuscito a bloccare l’essenza del teatro: il viaggio. E le installazioni, in genere al chiuso, sono diventate mobili e all’aperto. Sono previste dieci tappe ispirate a *Giovannino Perdigiorno* di Gianni Rodari, da portare in 13 biblioteche di periferia per un totale di 20 spettacoli. Forse una o due tappe in più, visti i soldi raccolti. «Un’esperienza positiva, deve però esserci un progetto dietro. E non può sostituire le abituali modalità di produzione».



Lorto comunitario in zona Parco Nord (foto di Luciano Cretti)

di formazione e di supporto per la campagna di comunicazione, le donazioni sono arrivate dagli stessi quartieri. Tra i motivi del successo, l’impegno degli enti negli anni come parte di vere e proprie reti di volontariato. «Il quartiere ha riconosciuto gli sforzi fatti», ha detto Arianna Bianchi, presidente di “OrtoComuneNiguarda”. Dal primo lockdown, i suoi volontari si sono attivati a sostegno delle collette alimentari locali, con i prodotti

La nuova stagione dei podcast

Cinemino e Teatro Filodrammatici si reinventano con produzioni audio

di SIMONETTA POLTRONIERI
@simonettapl



Bruno Fornasari e Tommaso Amadio, direttori artistici del Teatro Filodrammatici, durante le registrazioni del podcast in teatro (foto di Andrea Roccabella)

Cinema Confidential deriva da un’esigenza del pubblico stesso e proprio per questo ha riscosso grande successo: l’idea nasce infatti da un amico e frequentatore del cinema di Porta Romana. La serie proseguirà almeno fino a marzo 2021. «Stiamo anche prendendo in considerazione nuove collaborazioni con altre realtà mila-

«Riadattando all’audio il nostro format teatrale *CON_TESTO*, la produzione del podcast è stata una nuova stimolante sfida», spiega Fornasari. Ognuna delle sei puntate della serie è stata, infatti, prodotta nell’arco di una giornata, partendo da una notizia selezionata dalla redazione del programma *OffTopic* di Radio24. La notizia viene poi resa e interpretata dalla compagnia di attori da prospettive insolite. Come nel caso delle elezioni americane, viste dagli occhi dei due pastori tedeschi di Joe Biden, o un furto all’ufficio postale in una cittadina di provincia, raccontato dalla presunta vittima (in realtà colpevole). «Sul piano della comunicazione, i podcast sono molto utili», sottolinea Fornasari, «ma anche dispendiosi di risorse creative, per garantirne l’efficacia».

Dalla *Dolce vita* di via Veneto al mito di Hollywood, passando per le storie di grandi personaggi come Roberto Rossellini e James Dean. Così il Cinemino di Porta Romana ha dato il via a una nuova stagione, «tra i film e la vita». E non si tratta di un nuovo spettacolo o documentario, ma, per la prima volta, di un podcast. Già sperimentati dalla Triennale di Milano a partire dal 2019 come approfondimenti a margine di mostre ed eventi, i podcast si stanno rivelando uno strumento efficace per le realtà culturali milanesi che si reinventano, mantenendo così il legame con i propri spettatori, in attesa di poterli riaccogliere dal vivo. «L’argomento cinema si presta molto a essere reso anche a livello audio, stimolando le persone a ricostruire con la mente quello che non possono vedere. Per questo abbiamo lanciato la serie *Cinema Confidential*», racconta Agata De Laurentiis, tra i soci fondatori di Cinemino e co-autrice della serie. «Questo ci sta permettendo di raccontare al nostro pubblico il cinema classico attraverso storie poco conosciute, curiose e nascoste, lungo due filoni narrativi: uno incentrato sui personaggi e l’altro su “affreschi” di storia del cinema».

I podcast conquistano anche il mondo del teatro. A dicembre il Teatro Filodrammatici ha pubblicato la serie podcast *Sul Filo – Teatro in tempi di radio*. «Crediamo che qualsiasi spettacolo accada in realtà nella fantasia dello spettatore e per questo la vocazione del nostro teatro alla drammaturgia contemporanea ci sembrava naturalmente traslabile sul piano dell’audio», racconta il codirettore artistico e autore, Bruno Fornasari.

In ogni caso, la speranza di un ritorno, non solo d’immagine, sostiene l’impegno degli autori, tanto più se c’è in gioco la ripartenza della città di Milano. I podcast, disponibili gratuitamente sulle principali piattaforme online come Spotify, Spreaker o Apple Podcast, «raggiungono persone in tutta Italia», racconta Agata De Laurentiis, «che vengono così a conoscenza delle nostre realtà locali».



La sala cinematografica del Cinemino, ora utilizzata anche come studio di registrazione (foto di Cinemino)

Dalla poltrona al divano

Pellicole online e dirette Facebook: così il Beltrade resiste
«E per sostenere la filiera, puntiamo sui film dei piccoli produttori»

di SAMUELE FINETTI

Santa Lucia, protettrice degli occhi e della vista e propiziatrice del ritorno della luce, è diventata per un giorno la patrona dei cinema. E così, il 13 dicembre, 18 sale indipendenti della Lombardia, tra cui cinque a Milano, hanno riaperto le insegne e accolto gli spettatori, anche se le poltroncine sono rimaste vuote. Tra i cinema che hanno aderito all'iniziativa c'è il Beltrade di via Nino Oxilia (zona Loreto): porte aperte per nove ore di proiezioni, ma solo assaggi di normalità per gli spettatori che hanno potuto entrare in sala uno alla volta e per pochi secondi ciascuno. Il Beltrade ha dovuto interrompere le proiezioni a fine febbraio, ma non ha mai abbandonato gli spettatori. Su loro richiesta, il 12 marzo è stata lanciata la piattaforma video on demand "Beltrade sul sofà", sulla quale oggi sono disponibili oltre 70 pellicole. «La nostra piattaforma», afferma Monica Naldi, che gestisce il Beltrade, «si distingue dalle altre perché abbiamo scelto di rendere disponibili film realizzati da piccoli produttori e distributori, in modo da sostenere con i ricavi tutta la filiera e non solo il nostro cinema».

Una scelta ribadita con l'introduzione del "biglietto responsabile": ogni spettatore può scegliere quanto pagare, in un range che va da 1,50 a 9 euro. La media, per ora, è di 6,50 euro. Certo, le difficoltà ci sono state: «Non avendo mai gestito una piattaforma simile», continua Naldi, «abbiamo dovuto improvvisare. Per la scelta delle pellicole abbiamo utilizzato gli stessi criteri che adottiamo quando dobbiamo proporre un film per la sala. Anche online il film più visto è stato *La scomparsa di mia madre* del regista milanese Beniamino Barrese. Abbiamo anche deciso di non proporre alcuna prima visione, rimandando quelle previste a quando potremo riaprire. L'unica eccezione è stata fatta per *I am Greta*, il documentario su Greta Thunberg». "Beltrade sul sofà" è anche un archivio online delle migliori pellicole passate sullo schermo di via Oxilia negli ultimi anni, «uno strumento per affermare la diversità di sguardi rispetto alle grandi piattaforme», il cui potere, sul web e non, mette in difficoltà i piccoli cinema. «A differenza delle grandi sale, noi non siamo contrari a piattaforme come

Netflix», continua Naldi, «perché crediamo che i film debbano essere disponibili sia online sia al cinema. Ma è evidente che i meccanismi della grande distribuzione complicano la vita di sale indipendenti come la nostra. È un problema che necessita una regolamentazione: alle grandi piattaforme non dovrebbe essere permesso acquistare in esclusiva i diritti dei film». La piattaforma del Beltrade rimarrà attiva anche dopo la riapertura della sala. E forse proseguirà anche il "BeltrAvvento", lanciato su Facebook in dicembre, con le sue pillole quotidiane di cinema. Tra queste ci sono clip tratte da "Lo Strillo", l'appuntamento settimanale online con i redattori della rivista cinematografica *FilmTv* e con i gestori di altre sale indipendenti, inaugurato durante il lockdown. Sebbene non ci sia ancora una data certa, Naldi è sicura che gli spettatori torneranno a frequentare il Beltrade in gran numero: «La piattaforma è uno strumento in più, ma è evidente che vedere un film in sala è un'esperienza differente».

Dopo la riapertura del 15 giugno, il numero degli ingressi è stato in linea con quello degli ultimi due anni: «Quest'estate i clienti abituali sono venuti al cinema anche più volte a settimana, per non farci mancare il sostegno». Per il 2020, la stima era di circa 45mila ingressi, un risultato che colpisce se si pensa che il Beltrade, un ex cinema parrocchiale, è nato nel 2012 e che nel primo anno gli spettatori furono 7mila. Negli anni la sala è diventata un punto di riferimento per i cinefili milanesi e non.



Monica Naldi davanti al cinema Beltrade (foto di Samuele Finetti)

«I musei come caveau» Racconto di una mostra mai partita



La mostra del Tiepolo nei suoi primi e unici giorni di apertura (foto di Luca Rossi).
A destra, la sede museale di Gallerie d'Italia in piazza della Scala (foto di Gallerie d'Italia)

Alle Gallerie d'Italia l'esposizione sul Tiepolo è sospesa, ma un team si prende cura delle opere. Nell'attesa, approfondimenti social e tour virtuali

di SIMONE CESAREI

«La mostra sembra un caveau. Le opere sono sigillate, abbiamo rafforzato la sicurezza e il nostro team di restauratori, per garantire l'incolumità dei quadri». Il racconto è quello di Silvia Foschi, responsabile patrimonio storico, artistico e attività culturali di Gallerie d'Italia a Milano. In occasione del 250esimo anniversario della morte di Giambattista Tiepolo, Gallerie ospita la prima mostra meneghina dedicata a uno dei principali pittori del '700 veneziano. Un'esposizione partita il 30 ottobre scorso, ma che dopo qualche giorno è stata sospesa per l'aggravarsi della situazione pandemica in Lombardia. La data di riapertura è ancora incerta, e anche quella di chiusura, che, fissata per il 21 marzo 2021, è slittata a data da destinarsi. A due passi dal teatro della Scala e patrocinata da Intesa Sanpaolo, «nei suoi primi giorni la mostra ha

avuto un ottimo riscontro, tanto da dover gestire la fila e incentivare l'acquisto dei biglietti online. Anche l'audioguida è stata trasformata, rendendola accessibile sui dispositivi dei visitatori. Abbiamo sempre cercato di valorizzare la mostra e farne conoscere i contenuti, soprattutto sul web». Gallerie si è fatta trovare pronta, pur dovendo affrontare «gli stessi problemi di tutti i musei del mondo. Le opere non hanno potuto viaggiare con il proprio curiar, il restauratore che le accompagna», rivela Foschi, «abbiamo quindi potenziato il nostro staff, così da poter rassicurare i proprietari dei quadri». Il Covid-19 ha gettato la cultura in una crisi senza precedenti, mettendo a nudo debolezze già esistenti: «Ci sono categorie in estrema sofferenza, come le guide o altre figure fragili ma importanti per il settore. C'è molto precariato e bisognerebbe riflettere, alla fine della pandemia,

su come garantire loro il ritorno alla professionalità che gli si richiede». La missione di Gallerie d'Italia, dice Foschi, è comunque quella di «non subire lo stop finanziario del lockdown. Da parte nostra abbiamo continuato a lavorare, per dare un segnale di resistenza e resilienza culturale». La pandemia ha cambiato i paradigmi del settore, che si è dovuto reinventare secondo le nuove esigenze. «Il web è stato il modo per raggiungere i cittadini: visite virtuali, approfondimenti social e materiale didattico online», afferma la responsabile, «il buon uso della tecnologia è uno strumento complementare per le arti, ma non potrà mai essere sostitutivo». La voce di Foschi suona appassionata e commossa: «L'opera è spirito e materia e non si può dialogare appieno con essa se non la si vede dal vivo».



L'inclusione passa attraverso

Cosa hanno in comune un servizio di prestito a domicilio promosso da due giovani imprenditrici che assumono disabili e disoccupati per dar loro una possibilità lavorativa futura. Bibliotecari come rider, in giro per le strade della città in bicicletta, a consegnare libri agli utenti iscritti: nella Milano ai tempi del Covid-19 la pandemia non spegne la solidarietà. Lo dimostrano due progetti inaugurati proprio durante il secondo lockdown: il servizio Biblio Express del Sistema Bibliotecario della città e l'apertura di un secondo punto vendita del *food market* solidale ZeroPerCento. Anche se in due ambiti diversi, la cultura il primo e il biologico il secondo, entrambe queste iniziative promuovono il reinserimento nel mondo del lavoro di quelle categorie sociali più svantaggiate. Parliamo di disoccupati, disabili o senzatekto, persone che, per un motivo o per un altro, rischiano di essere tagliate fuori dalla società.

di MARIA TERESA GASBARRONE
@Mt_Gasbarrone

Un *food market* biologico gestito da due giovani imprenditrici che assumono disabili e disoccupati per dar loro una possibilità lavorativa futura. Bibliotecari come rider, in giro per le strade della città in bicicletta, a consegnare libri agli utenti iscritti: nella Milano ai tempi del Covid-19 la pandemia non spegne la solidarietà. Lo dimostrano due progetti inaugurati proprio durante il secondo lockdown: il servizio Biblio Express del Sistema Bibliotecario della città e l'apertura di un secondo punto vendita del *food market* solidale ZeroPerCento. Anche se in due ambiti diversi, la cultura il primo e il biologico il secondo, entrambe queste iniziative promuovono il reinserimento nel mondo del lavoro di quelle categorie sociali più svantaggiate. Parliamo di disoccupati, disabili o senzatekto, persone che, per un motivo o per un altro, rischiano di essere tagliate fuori dalla società.

«Porre attenzione alle categorie più svantaggiate in questo momento è fondamentale», racconta il responsabile del servizio prestiti della Biblioteca Centrale di Milano, Simone Sironi, a proposito dell'ideazione di Biblio Express: un servizio di prestito a domicilio, destinato gratuitamente ai cittadini over 70 e a coloro che, causa Covid-19 o per altri motivi di salute, non possono uscire di casa (o è preferibile che non lo facciano). Il progetto nasce dalla necessità di escogitare un'alternativa al divieto, imposto in zona rossa, di effettuare il prestito sulla soglia: «Abbiamo pensato a un'iniziativa che andasse davvero incontro ai cittadini», spiega Sironi. Biblio Express è nato infatti in un primo momento con lo scopo di far recapitare a tutti gli utenti interessati i libri richiesti prima del Dpcm del



3 novembre e già pronti per essere consegnati. In seguito, l'uscita dalla zona rossa e il ritorno del personale nelle biblioteche di nuovo aperte hanno imposto un ripensamento dell'iniziativa. Così, a partire dal 5 dicembre, Biblio Express è diventato un servizio di prestito a tutti gli effetti, ma rivolto solo a quelle categorie di persone più fragili o impossibilitate a recarsi di persona in biblioteca. A fare da "rider della lettura" non sono solo i 66 dipendenti volontari dell'Area Biblioteche del Comune di Milano. Accanto a loro, ci sono anche alcuni operatori della rete sociale "Ugo", una società già attiva a Milano con servizi di affiancamento e accompagnamento ad anziani e disabili. Mentre la collaborazione con la casa di accoglienza "Enzo Jannacci" permetterà invece di coinvolgere come

rider alcuni dei suoi ospiti, selezionati e formati tramite la stessa "Ugo": persone spesso in gravi condizioni di bisogno, disoccupati e senzatekto. Secondo Sironi, l'attenzione a queste persone costituisce un aspetto essenziale: «È stato proprio il Comune a chiedere il coinvolgimento di queste categorie svantaggiate. Credo che valorizzare risorse in difficoltà in un progetto di natura sociale come il nostro sia fondamentale: se si può dare un'opportunità, è giusto darla a chi non ce l'ha».

Non è la prima volta che le biblioteche milanesi offrono un aiuto concreto alle fasce sociali più deboli. L'obiettivo è favorirne l'incontro con il mondo del lavoro e un'integrazione reale nella società, a prescindere dalle condizioni attuali o dal passato del singolo utente. È l'idea di biblioteca come

il lavoro, anche in lockdown

dalle biblioteche cittadine e una bottega biologica e solidale? Biblio Express e ZeroPerCento promuovono il reinserimento



A sinistra, Teresa Scorza e Paola Maisto con un loro collaboratore (foto di ZeroPerCento). A destra, l'iniziativa Biblio Express (foto di Maria Ritucci)

luogo di formazione, che negli ultimi anni è diventata realtà anche grazie all'affermazione dell'*information literacy*. Sironi la spiega in questi termini: «L'*information literacy*, ovvero l'alfabetizzazione informativa, significa "imparare a imparare", mettere le persone nelle condizioni di poter apprendere, un tipo di formazione in cui la biblioteca sta assumendo un ruolo sempre più importante». È in questo spirito che negli ultimi anni le biblioteche della città hanno ospitato corsi gratuiti e aperti a tutti, per permettere a chiunque di appropriarsi di quegli strumenti necessari nella ricerca di un lavoro, dalla conoscenza della lingua al sapere scrivere un *curriculum vitae* o utilizzare un pc. Questi servizi, così come fa indirettamente Biblio Express,

puntano a recuperare quelle persone costrette a vivere in condizioni di marginalità sociale. Ma, sebbene la mancanza di lavoro sia un punto chiave, non sempre essa può essere spiegata alla luce di una difficoltà economica: «Il disagio è difficile da inquadrare, così come lo è individuarne le cause», sottolinea Sironi, «spesso all'origine c'è la bassa scolarizzazione, ma anche molti altri fattori possono costituire dei limiti, come ad esempio può esserlo la scarsa conoscenza dell'italiano per un immigrato».

Contro i limiti che spesso impediscono a queste categorie di diventare parte attiva della società si schiera un altro progetto solidale, quello inaugurato lo scorso 26 novembre, in una Milano ancora zona rossa: l'apertura in via Signorelli 13, nel quartiere Chinatown, del secondo punto vendita di ZeroPerCento, la bottega biologica e solidale che assume e forma persone disoccupate o con disabilità intellettive per promuovere il loro ricollocamento lavorativo e sociale.

Il progetto nasce quattro anni fa, nel 2016, quando Teresa Scorza e Paola Maisto, dopo anni di esperienza lavorativa sul campo, decidono di aprire la cooperativa sociale Namastè. Da lì a un anno, in zona Niguarda, in un locale concesso in comodato d'uso dal Comune di Milano e poi riqualificato, apre ZeroPerCento: come suggerisce il nome, nella bottega in via Padre Luigi Monti 24 (e ora anche in quella di Chinatown) si vendono prodotti sfusi, biologici e per la maggior parte a chilometro zero, spesso provenienti da aziende agricole locali o da altre cooperative sociali.

Ma l'obiettivo di questa realtà è

soprattutto accompagnare i suoi dipendenti lungo il loro percorso di reinserimento socio-lavorativo. Alla domanda su come definirebbe questa realtà, Scorza non ha dubbi: «Noi siamo una palestra per i nostri ragazzi. La nostra missione è fornire a queste persone, altrimenti prive di possibilità lavorative, delle abilità da spendere concretamente nel mercato del lavoro, attraverso l'esperienza e la formazione». Questo percorso si realizza lungo periodi che durano dai sei ai dodici mesi, durante i quali le persone assunte, oltre ad apprendere un mestiere, scoprono anche come approcciarsi alle possibili occasioni di lavoro future, imparando per esempio a scrivere un *curriculum* o a comportarsi nel modo giusto durante un colloquio.

A fare la differenza per queste persone è, secondo le due imprenditrici, innanzitutto la possibilità di maturare un'esperienza concreta sul campo: «Il nostro fine ultimo è far sì che dopo i mesi trascorsi da noi, queste persone possano trovare lavoro in contesti esterni, attraverso tirocini retribuiti o assunzioni vere e proprie», conclude Scorza.

Dopo tre anni dall'apertura del primo locale, i numeri danno ragione alle due imprenditrici Scorza e Maisto: circa 20 persone formate, la maggior parte assunta oggi in altre realtà aziendali, un'ottima risposta da parte dei milanesi e tanti riconoscimenti e premi vinti. Tra i più recenti, il secondo posto nel concorso "Best Startup for Impact 2020" della Fondazione Social Venture Gda. Ma, riconoscimenti a parte, la prova più grande del loro successo è stata la stessa apertura del nuovo negozio in via Signorelli 13, nonostante i tempi bui del Covid-19.



La fermata Lima M1 (foto di "Under Milano")

«Il metrò, spaccato della società»

Il progetto fotografico "Under Milano" mostra chi sono e come sono cambiati con il coronavirus i viaggiatori sotterranei

di GIULIA CESCONE
@GiuCescon

«C'è una precisa tensione nello scambio degli spazi». Anche prima del coronavirus «nessuno guardava nessuno», chi impegnato a *scrollare* sullo schermo del cellulare e chi, più raramente, a leggere un libro. Ma ora in metropolitana a Milano la diffidenza e il distacco tra i passeggeri sono ancora maggiori. Eppure, è proprio «questo scontro di vite che non si incrociano mai» che attrae Tiziano Demuro e Sergio Raffaele, i due fotografi professionisti che dal 2018 raccontano la quotidianità del metrò milanese attraverso i loro scatti. «La volontà di riuscire a fermare piccoli dettagli di tutte queste vite e di farli incontrare indirettamente in un'immagine» è ciò che li accomuna e che due anni fa ha dato vita a "Under Milano". È un progetto fotografico destinato a diventare un libro, ma anche un diario quotidiano su Instagram, che raccoglie foto in cui ogni viaggiatore possa immedesimarsi. Non a caso, Raffaele racconta che un'immagine

molto condivisa in questi ultimi mesi raffigura due guanti monouso bluette che si incrociano: le mani di un comune passeggero sulla M2 durante la pandemia. «Forse è stata letta come una foto che in qualche modo ha restituito un'immagine dei tempi attuali». In realtà, Raffaele e Demuro non hanno mai voluto focalizzarsi sull'effetto Covid-19. Hanno continuato a scattare nell'ottica della vita quotidiana e guanti e mascherine sono entrati a far parte dei loro scatti solo di conseguenza. Si sono così trovati a raccontare un mondo sotterraneo in mutamento. «Il metrò è cambiato. Sono cambiate le persone». Perfino l'uomo che lungo la M1 cambia i cartelloni pubblicitari pare diverso. Raffaele lo incrocia ogni lunedì mattina mentre va al lavoro. Con Demuro, infatti, scattano durante i loro viaggi quotidiani, da fotografi-passeggeri. «L'uomo della pubblicità sembra più rilassato e lo sembrano anche tutte le persone che lavorano dentro il metrò, forse perché

non ci sono più le orde di pendolari». Non è però solo una questione di quantità di viaggiatori (circa la metà rispetto all'anno scorso, secondo i dati Atm). «Di solito in metropolitana a Milano vedi più o meno qualsiasi ceto sociale. Durante il lockdown, invece, vedevi solo persone straniere o appartenenti a una classe più povera, gente che di solito fa un certo tipo di lavoro». Sono mancati i lavoratori dell'ufficio, quel filone di «capi gessati e colletti inamidati», insomma i «colletti bianchi», come li definisce Demuro. «Il metrò dà uno spaccato della società». Prima del coronavirus queste differenze sociali si riflettevano negli orari di utilizzo, adesso in chi il metrò lo prende e in chi no, perché in smart working. I pochi viaggiatori rimasti hanno paura. «Le persone non sostano, non si incrociano, non si sfiorano più nei passaggi», conclude Demuro. «Sono tutte azioni percepite con elettricità». La fruizione dello spazio metropolitano è cambiata. E un po' anche le persone.

Distanziamento impossibile

La pandemia allontana la clientela ma non ferma la prostituzione

di CHIARA BARISON

«Non disponiamo di dati precisi, ma si parla di circa 5mila persone che si prostituiscono *indoor* (in appartamenti, ndr) e circa 600 su strada, di cui il 50 per cento è transessuale», racconta Vincenzo Cristiano, presidente dell'associazione Ala Onlus. Il territorio meneghino è diventato così in particolare il centro della prostituzione transessuale di origine sudamericana in Italia. Perché proprio il capoluogo lombardo? «È la città con la maggiore dimensione internazionale», dichiara Cristiano, «c'è un grande via vai di uomini d'affari e turisti». «Scappano da Paesi machisti in cui la loro sessualità non è accettata e per questo non riescono a lavorare», afferma Antonia Monopoli, attivista e responsabile dello sportello di Ala. «Lasciano la famiglia e vedono nella prostituzione l'unica via possibile di fuga». «Ricordo però anche il racconto di una ragazza trans che faceva la parrucchiera: tutte le sere si presentavano uomini che pretendevano di fare sesso con lei. Se non si fosse concessa le avrebbero distrutto il locale».

La vendita del proprio corpo come scelta quasi obbligata, ma non significa che il *sex work* sia necessariamente sinonimo di sfruttamento. «Spesso sono persone che arrivano nel nostro Paese consapevoli di esercitare questa professione», chiarisce Cristiano. A causa delle misure relative a distanziamento sociale e coprifuoco, sulle strade non si sono

più viste le ragazze che erano solite lavorare *outdoor*. L'assenza di entrate ha reso loro difficile provvedere al sostentamento: «Per due mesi abbiamo aiutato 54 ragazze transgender con pacchi alimentari». Chi lavora in appartamento ha visto solo diminuire i propri clienti, i quali hanno continuato a rivolgersi alle *sex worker* nonostante l'emergenza sanitaria. «Il cliente tipo va dai 30 ai 50 anni, tendenzialmente con famiglia, per compensare una vita sessuale poco soddisfacente tra le mura domestiche», dice il presidente, «tutte le estrazioni sociali sono coinvolte, dall'operaio al manager affermato». Inevitabili i contagi. «Un paio di *sex worker* sono decedute, ma a causa di patologie pregresse», chiarisce Cristiano, «paradossalmente sieropositive e tossicodipendenti non sono state più colpite della media della popolazione. Molte hanno pensato di

avere una banale influenza». Magari non emarginate, ma sicuramente poco tutelate giuridicamente anche in questa situazione. Nel 1958, la senatrice Lina Merlin ha proposto e fatto approvare la legge che ha chiuso le case di tolleranza e introdotto i reati di sfruttamento e favoreggiamento della prostituzione. Di ispirazione abolizionista, la normativa aveva l'obiettivo di tutelare le donne, ma di fatto impedisce il riconoscimento del *sex work* quale professione, «escludendo dall'erogazione di bonus e ammortizzatori sociali quelle che sono lavoratrici a tutti gli effetti. Noi di Ala Onlus ci battiamo affinché la prostituzione ottenga un riconoscimento legislativo», sostiene Cristiano. Da sfatare il binomio fra transessualità e prostituzione: «Quando trovano un lavoro decidono di lasciare perché è un mondo in cui non si sentono serene», rivela ancora Monopoli, «in strada non mancano le violenze da parte dei clienti». E non solo. «Riceviamo moltissime telefonate di genitori i cui figli vogliono intraprendere la transizione. Una volta la famiglia li rifiutava», aggiunge Vincenzo Cristiano, «da questo punto di vista la realtà milanese è molto più progredita di altre città». «Possiamo definire l'Italia un Paese accogliente, ma c'è ancora molto da fare», conclude Antonia Monopoli, «non mancano gli episodi di mobbing a danno delle ragazze trans che trovano un lavoro».



La bandiera simbolo della comunità transessuale (foto di Wikimedia Commons)

Aprire in pandemia: ecco PicoBrew

La storia di tre giovani imprenditori lombardi e della loro birra artigianale
«Inaugurare a fine 2019? Senza locale non avremmo avuto stipendio»

di FRANCESCO BETRÒ
@BetroFrancesco

«Molte persone ci dicono: «Che sfiga, avete aperto il locale proprio l'anno del Covid-19». Per noi invece è stato fondamentale inaugurare la "Pico Station" appena in tempo. Se non l'avessimo fatto, nel 2020 saremmo stati tutto l'anno senza stipendio».

Guardare le cose da un'altra prospettiva e trovarne il lato positivo. È un po' questo il mantra dei ragazzi di PicoBrew, giovani imprenditori milanesi attivi nel campo della birra artigianale. Dopo aver fondato nel 2016 la "PicoBrew srl" e aver venduto birra in giro per Milano con una *cargo bike* per quasi quattro anni, Pietro Tognoni, Jacopo Volontè e Milo Madia hanno aperto il loro primo locale il 30 novembre 2019.

Con l'Italia in lockdown e il divieto di assembramento, il carretto non sarebbe bastato e il locale ha salvato l'attività. Ma le difficoltà non sono mancate. «Il Covid-19 ci ha messo a dura prova. Siamo stati chiusi quattro mesi, quindi abbiamo lavorato un terzo dell'anno». Con il mutuo da pagare per ristrutturare il locale, le

cose sono diventate ancora più difficili. «Ad aprile 2020 abbiamo deciso di sospendere il mutuo e questa cosa ci è costata altri mille euro di interessi». Gli sgravi fiscali per il Covid-19, con cui hanno risparmiato il 60 per cento dell'affitto, e il decreto ristori hanno aiutato a rimanere a galla. Tuttavia, la produzione di birra ha risentito della pandemia: «Nel 2019 abbiamo prodotto 80mila litri di birra, nel 2018 ne avevamo prodotti 65mila. Quest'anno avevamo programmato di produrre, e quindi di vendere, 100mila litri, ma alla fine non riusciremo ad arrivare nemmeno a 50mila».

Dentro PicoBrew, Jacopo Volontè tiene la contabilità e Milo Madia è il tuttofare. Pietro Tognoni, invece, segue la produzione della birra ed è l'ideatore del progetto: la birra artigianale era già il tema della sua tesina di maturità. La prima produzione Tognoni la inizia in casa, per poi spostarla in un'azienda agricola a pochi chilometri da Milano. Tognoni produceva, Volontè e Madia bevevano. L'idea della società nasce così, ma per guadagnare tre stipendi le cose dovevano crescere. Per

questo motivo, all'inizio del 2017 la produzione viene spostata al birrifico Serra Storta. Qui vengono affittati i macchinari per produrre tutte le birre, ma il sogno nel cassetto è quello di comprare un birrifico.

«Ogni anno ci sediamo attorno a un tavolo, ne parliamo e ci rendiamo conto che non è l'anno buono», dice Volontè. Un birrifico di proprietà che economicamente abbia senso aprire - quindi di una grandezza minima per produrre abbastanza, per avere un prezzo basso della birra, che faccia rientrare degli investimenti - costa circa 500mila euro. Una somma inaccessibile per piccoli imprenditori che non vogliono indebitarsi.

Ma nonostante le difficoltà e il Covid-19, i ragazzi di PicoBrew non si arrendono e anticipano novità per il 2021: «Nei primi mesi usciranno con un nuovo prodotto, la birra passata in botte». Una terza ondata e le regole stringenti, però, potrebbero complicare le cose. «Il rischio non è tanto il fallimento della società, che non ha contratto debiti», conclude Volontè, «ma il non poter pagare i nostri stipendi».



Pietro Tognoni versa il luppolo che diventerà la birra di PicoBrew (foto di Jacopo Volontè)

Se il 2021 inizia con lo sfratto

Con la fine del Cura Italia in forte aumento chi perderà la casa
Jannuzzi (Sunia): «A rischio oltre 16mila famiglie»

di DAVIDE LEO
@DavideLeo6

Il primo giorno disponibile è a metà maggio 2021. Il fittissimo calendario delle udienze di sfratto del Tribunale di Milano fornisce una fotografia chiara della situazione abitativa in città successiva al 31 dicembre 2020, giorno in cui avrà termine il blocco degli sfratti introdotto dal decreto Cura Italia. Oltre 400 udienze già prenotate da avvocati e agenzie di recupero crediti e l'incubo, per gli inquilini morosi, che il nuovo anno possa aprirsi con la visita dell'ufficiale giudiziario.

Gli ultimi dati disponibili sull'emergenza abitativa in atto a Milano sono quelli raccolti dalla Caritas Ambrosiana nel periodo tra aprile e agosto, quando già 314 persone erano state sfrattate e altre 611 dichiaravano di non essere più in grado di pagare affitto e utenze. «Ma quei dati sono ormai vecchi», afferma Giuseppe Jannuzzi, segretario generale della sezione milanese del Sunia (sindacato unitario nazionale inquilini e assegnatari), «e l'aggravarsi dell'emergenza sanitaria ed economica non lascia spazio a dubbi, si prospetta una bomba sociale. Oltre 16mila famiglie potrebbero rimanere senza casa».

Un vero e proprio boom di sfratti, dovuto soprattutto all'ingresso nel novero dei soggetti a rischio di categorie che un anno fa godevano di sicurezza economica: «Oltre ai più fragili», continua Jannuzzi, «che sono stati messi definitivamente in ginocchio dal Covid-19, quest'anno

abbiamo ricevuto centinaia di richieste e segnalazioni da parte di professionisti, artigiani e commercianti milanesi ritrovatisi di colpo in una situazione di profonda indigenza». Il problema della morosità però non può essere risolto scaricando tutto sulle spalle dei locatori: i proprietari

locazione, incentivando e agevolando la rinegoziazione degli affitti, dando ristoro economico ai proprietari e aumentando le risorse dei fondi di sostegno all'affitto, per consentire alle parti di mantenere in vita i contratti dentro un più ampio patto sociale per la casa». A preoccupare è anche l'impatto che una ripresa degli sgomberi in un contesto di emergenza sanitaria avrebbe sulla diffusione

del virus e sulla campagna di vaccinazione in partenza a gennaio: consapevoli dell'impossibilità di giungere nel breve periodo a riforme in grado di fornire tutele adeguate, i sindacati e le associazioni sono uniti nel richiedere una proroga di almeno sei mesi alla sospensione delle esecuzioni di sfratto. Una "misura cerotta" secondo Giacomo Pozzi, antropologo e ricercatore dell'Università di Milano-Bicocca e autore del libro *Fuori Casa: Antropologia degli sfratti a Milano* (Le-dizioni): «Prorogare il blocco degli sfratti fino a luglio 2021

è un primo passo importante, ma non rappresenta la soluzione. Avere un tetto sopra la testa crea sicurezza ontologica, attribuisce senso di ordine e continuità all'esistenza dell'individuo: chi viene sfrattato perde questa sicurezza e subisce un trauma, una percezione di declassamento che porta il soggetto a relegarsi ai margini della società. Oggi più che mai è importante comprendere», conclude Pozzi, «che lo sfratto non è effetto di una condizione pregressa, bensì la causa dell'inizio di un percorso di povertà in molti casi irreversibile».



Una veduta di Milano (foto di Wikimedia Commons)

degli immobili non sono immuni alla crisi e in un periodo come quello attuale la riscossione del canone d'affitto mensile può rappresentare una fonte essenziale di reddito. Lo sanno bene anche i sindacati degli inquilini, che in una nota congiunta indirizzata al governo lo scorso 16 dicembre hanno manifestato il loro interesse nell'attuazione di «misure che consentano di salvaguardare la

Cinquantamila scatole per regalare un Natale a tutti

Da San Siro a Palermo: la campagna di solidarietà che ha conquistato l'Italia



Uno dei doni per i bambini. A destra, Marion Pizzato tra le "Scatole di Natale" (foto di Marion Pizzato)

di ALESSIO DI SAURO

«Ho faticato così tanto che nell'ultimo mese ho perso cinque chili, ma ne è valsa la pena». Marion Pizzato, origini francesi ma milanese d'adozione, giovane titolare di un'agenzia di *relocation*, è esausta ma felice. Quando il 23 novembre scorso ha lanciato la sua campagna di solidarietà delle "Scatole di Natale", mai ne avrebbe immaginato la portata del successo. La sua proposta era semplice: donare un indumento caldo, un prodotto da toeletta, un passatempo e una leccornia, da confezionare con un bel biglietto di auguri. A distribuirli ai più bisognosi avrebbe poi pensato lei. Per regalare un Natale a tutti. Doveva essere null'altro che una colletta di quartiere milanese, è diventata un fenomeno virale (in senso buono) in tutta Italia, con oltre 50mila consegne nella sola città del Duomo. «L'idea è nata prendendo spunto da una vecchia iniziativa francese», spiega Marion Pizzato, «quindi ho chiesto consiglio a mia mamma e contattato via WhatsApp alcune

amiche e ho deciso di provare anch'io a fare qualcosa del genere. All'inizio non sapevo neppure come avrei gestito il tutto. Mi sono detta: "Intanto lanciamo il sasso, poi vedremo". Invece di chiedermi "Perché?", mi sono domandata "Perché no?". Così ha creato una pagina Facebook e vi ha pubblicato un appello ai cittadini: il suo post, diventato virale in men che non si dica, ha catalizzato la solidarietà di migliaia di meneghini, che hanno iniziato a recapitarle i loro regali di Natale per i più bisognosi. «All'inizio stipavo le scatole nell'atrio condominiale di casa, a San Siro», ricorda, «poi, quando il numero dei *like* Facebook e quello dei pacchi si è impennato, ho capito di avere innescato un meccanismo più grande di me. Mi sarei ritenuta soddisfatta con qualche decina di adesioni. Ebbene, dopo soli due giorni erano 6mila. Ero orgogliosa, ma anche stordita: non avendo mai fatto volontariato prima, temevo di non riuscire a gestire la situazione». Le Onlus "Amici di Don Palazzolo" e "Il Pane quotidiano" sono state

le prime a offrirle il loro supporto, seguite dal Banco Alimentare di Milano e da 140 piccole associazioni di beneficenza. Un'ottantina di referenti si è quindi occupata della raccolta, dello smistamento e della distribuzione dei doni, trasferendo le scatole dal pianerottolo di casa Pizzato ai più ampi locali delle parrocchie di Sant'Elena, in zona San Siro, e di Santa Maria Nascente, al QT8: il loro numero intanto aumentava sempre più, fino a superare quota 50mila. Con il passare dei giorni la gara di solidarietà si è estesa a macchia d'olio a tutta Italia. Da Torino a Palermo, passando per Genova e Firenze, le "Scatole di Natale" hanno toccato tutte le principali tappe dello Stivale. Moltissimi comitati autonomi hanno infatti lanciato un analogo appello in tutta Italia e utilizzato lo stesso volantino milanese, con il patrocinio di Marion Pizzato: «Purtroppo la fretta ha ostacolato il coordinamento tra realtà locali», chiosa, «ma l'anno prossimo ci organizzeremo per tempo e costruiremo qualcosa di ancora più grande».



Una scuola per i ragazzi Asperger

L'istituto, aperto a tutti, prepara gli studenti per il mondo del lavoro

di SAMUELE DAMILANO

«Chi dice che non abbiamo voglia di stare con altre persone non ha capito nulla. È una grande scemenza». Davide, ventenne milanese, ha la sindrome di Asperger, forma di autismo che incide in particolare sulle capacità relazionali. «Da piccolo venivo considerato un ragazzo rabbioso, problematico», prosegue Davide, «poi mi è stata certificata l'iperacusia, un aumento della sensibilità uditiva che può sfociare nell'isteria. «Per me era come stare dentro una stanza ed essere picchiato a sangue». Davide ha deciso di iscriversi a "Scuola futuro lavoro", istituto nato a Milano nell'ambito della fondazione "Un Futuro per l'Asperger". «Ho lanciato questa iniziativa dopo essermi interrogato sul futuro di mio figlio. Dopo il liceo, non vedevo niente», afferma il presidente della fondazione, Massimo Montini. La scuola è aperta a tutti, non solo ai ragazzi Asperger, e si propone di traghettare gli studenti nel mondo del lavoro. Offrendo loro corsi innovativi e specializzanti, come *Data science*, *digital fabrication* o *game design*, tutti scelti appositamente in base alle competenze richieste

al giorno d'oggi. Il workshop finale consiste in un progetto, generalmente commissionato dall'impresa di settore coinvolta nella preparazione dei corsi: questi, però, a oggi non sono tutti in presenza. «Condizione fondamentale per garantire socializzazione e sviluppare l'empatia, di cui i ragazzi Asperger sono carenti», commenta Montini. «L'adattamento all'online è stato difficile, i ragazzi sono più nervosi. Alcuni hanno staccato la spina». Francesco Zaccaria, docente di *Web design*, sta impartendo il suo corso a distanza. E spiega come si fa: «Mi rivolgo agli studenti senza alcuna distinzione, che semmai avviene a monte quando preparo la lezione: nelle slide provo a dare risalto alla componente visuale, inserendo per esempio video o meme». Nelle sue classi non riesce comunque a distinguere i ragazzi Asperger. Ce lo conferma Sara, 20 anni, nata in provincia di Verbania in Piemonte: «Quando entriamo in classe non è che dico: "Ciao, sono Sara e ho l'Asperger"». Sara sta frequentando in presenza il corso di *visual effects*. Da grande non sa che farà. Ma è convinta di stare nel posto giusto. «Ho provato l'università, ma non era fatta per

me. Vivevo con ansia queste aule enormi con centinaia di persone», afferma. «Essere in un ambiente che non giudica mi fa essere me stessa. Senza dover mascherare il modo di comportarmi e di dire le cose come le penso». Inclusività. È il tema che emerge con maggiore convinzione dalle parole di chi vive le aule e i corridoi della scuola. Tra aprile e giugno, secondo i dati Istat, il 23 per cento dei ragazzi con disabilità non ha frequentato le lezioni. «L'esperienza della didattica a distanza sta dispiegando i suoi effetti più gravi su chi ha bisogno di inclusione e socializzazione», afferma Antonella Inverno, responsabile politiche sociali di Save the Children Italia. «Esperienze del genere sono fondamentali, perché l'inclusione è alla base del metodo educativo per i giovani con disabilità. Che hanno diritto alla stessa qualità di istruzione degli altri studenti».



Alcuni studenti frequentano una lezione di "Scuola futuro lavoro". In alto, il presidente Massimo Montini (foto di "Scuola futuro lavoro")

Futsal femminile, dilettanti a chi?

Il calcio a 5 chiede il riconoscimento del professionismo per le donne Russo, allenatore della Kick Off: «La Figc faccia la sua parte»

di ENRICO SPACCINI
@EnricoSpa

Gli spalti del “Seven Infinity” di Gorgonzola sono ancora vuoti, ma la Kick Off continua il suo cammino in Serie A. La squadra di San Donato Milanese, una delle più importanti e titolate del calcio a cinque femminile italiano, sta resistendo alla crisi sanitaria guardando al futuro. «Il mondo del futsal femminile nel nostro Paese ha visto negli ultimi anni una vera e propria esplosione», commenta il

tampone rapido prima di ciascuna gara è arrivata a novembre, mentre una convenzione che ne abbassasse i costi (a carico delle società) solo a dicembre.

Un altro problema è rappresentato dagli spostamenti: «Noi ci muoviamo come la Juventus, ma abbiamo le stesse norme di un campionato provinciale», osserva Russo. La Serie A conta dieci squadre provenienti da tutto il Paese: dalla Futsal Femminile

calcio a cinque in Figc. Il prossimo Consiglio federale di febbraio lo voterà, così come previsto dallo statuto della federazione: lo stesso Gravina si è esposto in favore della riforma. Con questo cambio di “casa” la Kick Off e le altre società più importanti del futsal femminile italiano avranno «i presupposti per poter decollare: un’organizzazione predisposta alla crescita e che permette di vendere meglio il prodotto pubblicitario»,

assicura Russo. Sì, perché nello sport non conta solamente ciò che fai sul campo di gioco, ma anche come lo fai vedere. «Le sponsorizzazioni rendono una società sportiva autonoma dalle volontà di un singolo finanziatore», continua, «e queste puntano ai palcoscenici che godono di una certa quantità di pubblico».

Lo sforzo fatto dalle squadre di Serie A per tenere alto il livello in questi anni è stato notevole e ora «è arrivato il momento che le federazioni facciano la loro parte», sollecita Riccardo Russo. Fino a questo momento la Kick Off sta «provvedendo autonomamente alla trasmissione in streaming delle partite e alla produzione degli highlights», e questo lo possiamo vedere tramite i loro canali social, ma rimane frutto della sola iniziativa personale. Come già accaduto in Spagna, un primo passo per far crescere questo sport potrebbe essere l’ottenimento di sovvenzioni che permettano l’acquisto di strumenti adeguati e che richiedano il raggiungimento di un certo standard qualitativo.



Kick Off C5-Granzette, prima giornata di campionato. Le capitane Debora Vanin (destra) e Ilaria Andreasi (sinistra) al lancio della monetina (foto di Alida Lazzaro)

fondatore e allenatore Riccardo Russo, «abbiamo alcune delle giocatrici più forti del mondo e il campionato più competitivo. Stiamo però navigando senza bussola».

La pandemia ha portato alla luce lacune e squilibri nelle federazioni sportive che stanno mettendo in difficoltà le società. La Lega nazionale dilettanti (parte della Federazione italiana giuoco calcio e che controlla la Divisione calcio a cinque) ha imposto un protocollo sanitario per la tutela della salute di atlete e staff incompleto e interpretabile. Per le prime giornate della “Regular season 2020/2021” iniziata il 18 ottobre era sufficiente l’autocertificazione di ognuno. L’obbligatorietà del

Cagliari raggiungibile solo con un aereo di linea, alla veneta Granzette per cui basta noleggiare un pullman. «Rispetto a quelle regionali appare evidente lo squilibrio con la nostra competizione», continua Riccardo Russo: «Serve una “casa” più adeguata alla nostra realtà». Inoltre, per molte di queste calciatrici lo sport è l’unico mezzo di sostentamento, un vero e proprio lavoro. Tuttavia, figurano come delle semplici dilettanti legate alla squadra attraverso un accordo economico.

La milanese Kick Off, così come il quasi 75 per cento delle altre società di Serie A, ha perciò fatto richiesta al presidente Gabriele Gravina del passaggio completo della Divisione

Un Maradona mai visto

Il Pibe de Oro e la città meneghina: un amore mancato

di RODOLFO FABBRI

«L’atmosfera era tesa. Era difficile trattare con Coppola, aveva sempre richieste molto alte. Del resto, sapeva che non potevamo perdere il miglior giocatore del mondo. Diego ebbe allora uno dei suoi caratteristici colpi di genio: prese una mela dal cesto della frutta e iniziò a palleggiare. Il frutto fluttuava perfettamente tra i suoi piedi. Poi all’improvviso con un colpo di tacco fece cadere la mela in un cestino».

A Dario Zanotto, ex responsabile promozione Puma, brillano ancora gli occhi nel ricordare gli aneddoti del suo rapporto con il campione argentino. Era il 1990 e da qualche tempo l’azienda lo aveva incaricato di tenere le relazioni con i propri atleti. Gli capitava dunque spesso di andare a Napoli, mentre altre volte accoglieva Maradona e il suo agente Guillermo Coppola a Milano in via Imperia, zona Famagosta. Qui, in un edificio che oggi ospita loft destinati ai turisti, aveva sede la Fiori, l’azienda milanese che curava gli interessi della Puma in Italia. «Quello della mela fu solamente il caso più eclatante, ma già altre volte Maradona si era fermato a

fare due palleggi con i magazzinieri. Si intratteneva con tutti, volentieri si fermava più del dovuto per firmare autografi. Nonostante fosse il migliore del mondo, Diego era una persona incredibilmente alla mano», continua Zanotto.

La storia tra Maradona e la Puma iniziò dopo il Mondiale del 1982. La filosofia di Armin Dassler, amministratore delegato della casa tedesca, era chiarissima: prendiamo solo i migliori. Naturale a quel punto la corte serrata a Paolo Rossi, eroe dell’Italia Mundial. Tuttavia, Pablito rifiutò e Dassler si buttò su Diego Armando Maradona, già Pallone d’oro sudamericano e neo numero 10 del Barcellona. Il futuro Pibe de Oro accettò e da allora gli iconici scarpini “King” divennero parte integrante della sua immagine.

Nonostante le visite alla Fiori, Diego non entrò mai in sintonia con la città di Milano. Nel capoluogo lombardo, Maradona rimaneva poco più dello stretto indispensabile. Nessuna visita agli amici argentini che giocavano nel nord Italia, nessun ristorante o locale di riferimento. Pare, ma qui il condizionale è d’obbligo, che



il campione si trattasse in città qualche ora in più del necessario solo se avesse rimediato un appuntamento sentimentale.

Il mancato affetto di Maradona per Milano era peraltro ricambiato. Diego non era solo un calciatore: era il leader di un popolo che aveva messo per la prima volta in discussione l’egemonia del Nord, almeno sul campo di pallone. Con la maglia del Napoli, Maradona ha giocato molte partite a San Siro, dove veniva regolarmente subissato di fischi e insulti.

Non fece eccezione l’unica partita giocata a Milano con la maglia della nazionale argentina, la gara di inaugurazione del Mondiale 1990. L’Albiceleste, campione del mondo in carica, venne clamorosamente sconfitta per 1-0 dal Camerun. Con

grande gioia del pubblico, Maradona quella volta giocò una partita ampiamente al di sotto delle aspettative. Intervistato a fine partita, il Pibe de Oro lanciò una provocazione durissima: «L’unico piacere di questo pomeriggio è stato scoprire che, grazie a me, i milanesi hanno smesso di essere razzisti: per la prima volta hanno fatto il tifo per gli africani». All’epoca non c’era la forte attenzione che c’è oggi sul tema e queste frasi passarono quasi inosservate. Ma in queste parole c’è tutta l’essenza di Diego Armando Maradona: il capopopolo degli oppressi contro gli oppressori, veri o presunti che fossero.



Un graffito del Pibe de Oro (foto di Wikimedia Commons). In alto, un poster con dedica a Dario Zanotto (foto di Dario Zanotto)

Speranze di cellulosa

Il 2020 raccontato dal direttore della libreria Hoepli
«Algoritmi? I nostri librai ci hanno salvato»

di IVANO LETTERE

Quattro anni fa è arrivata a un passo dal vincere il premio “Bookstore of the Year” di Londra. Per descriverla bastano i numeri: sei piani, 1.500 metri quadrati e 200mila titoli. Dal 1870, la Hoepli di Milano è cresciuta fino a diventare un’istituzione culturale. Ma come ha affrontato la pandemia? Ne parliamo con il direttore Manuela Stefanelli.

Seconda ondata, secondo lockdown. Il Dpcm del 4 novembre 2020 prevedeva che le librerie restassero aperte. Che misure avete adottato?

Abbiamo rispettato le norme di sicurezza già previste a giugno, con l’inizio della Fase 3. Negli ultimi due mesi il personale è stato sottoposto continuamente a tamponi rapidi e molecolari. Volevamo creare le condizioni per lavorare in un ambiente sicuro. Ma non sono mancate le tensioni alimentate dalla paura del virus. Siamo 57 dipendenti e ognuno di noi ha affrontato questo periodo in modo diverso. È stato in assoluto l’anno più difficile da quando lavoro in Hoepli.

Dopo l’entrata in vigore del decreto autunnale, come si sono comportati i nuovi clienti?

A dire la verità, questa seconda prova è stata più sopportabile. Certo, i primi giorni pensavo non valesse la pena restare aperti. L’affluenza era bassa, parliamo del 50 per cento in meno del pubblico attuale. Un cambiamento è arrivato dopo il

primo weekend (7-8 novembre, ndr). Lo zoccolo duro del pubblico abituale ha dimostrato il forte legame con la Hoepli. È per questo motivo che abbiamo continuato a lavorare: desideravamo mantenere un presidio culturale, che fungesse da collante sociale.

Acquisti online: quali sono stati gli effetti della pandemia?

volevano sapere cosa leggere. È stato bello.

Il Sars-CoV-2 ha modificato i gusti dei lettori?

Ad aprile sono tornati in voga i grandi classici sull’epidemia: *La peste* di Camus o *Amore al tempo del colera* di Marquez. Ma non è mancata la curiosità per il meccanismo del “salto di specie”, alla base del contagio: David

Quammen, con il suo *Spillover*, ha riscosso un notevole successo. La voglia di svagarsi ha invece prevalso durante il secondo periodo critico. La gente ha cercato libri di evasione: gialli e avventura. Uno dei titoli più venduti è *Io sono l’abisso* di Donato Carrisi. Con i loro magnetici intrecci narrativi, Ken Follett e John Grisham hanno mantenuto un irresistibile fascino per chi desidera evadere da una quotidianità ripetitiva.

Se dovesse concretizzarsi una terza ondata, avreste richieste per salvaguardare il ruolo delle librerie?

A novembre abbiamo condiviso il pensiero dello scrittore Nicola Lagioia, critico nei confronti della

“svista” nel Dpcm, che prevedeva la chiusura delle librerie all’interno dei centri commerciali. Il libro è un bene essenziale e deve esserlo dappertutto. Basti pensare al rapporto di mutuo aiuto che ci lega alle librerie indipendenti. Le piccole realtà ci forniscono titoli difficili da reperire e noi, per sdebitarci, mettiamo a disposizione i nostri. Non parliamo solo di libri, ma anche di rapporti: quello di cui facciamo parte è un ecosistema vero e proprio.



Manuela Stefanelli,
responsabile della libreria
Hoepli di Milano

A novembre non abbiamo ottenuto i numeri stratosferici di marzo e aprile durante la prima ondata. In quel caso, non c’era la concorrenza di Amazon e dei suoi algoritmi: l’azienda aveva considerato i libri beni non essenziali. Il servizio online che offrivamo si è rivelato un’ancora di salvezza per tutti quelli che non potevano uscire di casa. In quel momento abbiamo compreso il valore aggiunto dei nostri librai e l’importanza del ruolo che svolgevamo. I clienti ci chiamavano,