

MM

Quindicinale N. 11 - 31 Maggio 2021

(Sh)e-sports

Le donne dei videogiochi competitivi
contro discriminazioni e sessismo

ECOLOGIA

LA ONLUS CHE COMBATTE
L'URBANIZZAZIONE ESTREMA

COMICITÀ

IL PODCAST PER RIDERE
DI "NOI" AFRO-ITALIANI

CALCIO

IL FEUDO GIALLOROSSO
NEL CUORE DI MILANO

Sommario

31 Maggio 2021



In copertina: una giocatrice di Esports
Foto di Eleonora Panseri

3 Scuole aperte d'estate:
si può fare
di Michela Morsa

4 Ranocchie, uccelli, lupi e orsi
Eliante difende la biodiversità
di Lorenzo Rampa

6 Un insetto nel piatto
di Maria Tornielli

7 La Cascina Boscaiola
è in vendita
di Francesco Zecchini

8 Come vive un castello
nel XXI secolo
di Francesco Dalmazio Casini

9 "Neighborhood
by Neighborhood": i quartieri
su Spotify e TikTok
di Mattia Camera

10 La rivoluzione
dei videogiochi: gli Esports
sempre più al femminile
di Filippo Gozzo

12 Nessuna statua di donna
a Milano
di Virginia Gigliotti

13 Un "petalo bianco"
contro la violenza
di Michela Morsa

14 Al mattino avvocato
in tribunale. Alla sera writer
sulle strade del mondo
di Pierluigi Mandoi

16 Il barbiere nel cuore
del Giambellino
di Filippo Menci

17 «Così ridiamo di noi stessi»
di Irene Panzeri

18 Dal joypad alla criptovaluta
gli Nft trasformano il gaming
di Giulio Zangrandi

19 La passione per la "magica"
non conosce distanze
di Andrea Lucia

20 Cinque domande a...
Manuel Antonio Bragonzi,
fondatore Anfad
di Eleonora Panseri

al desk
Andrea Lucia
Pierluigi Mandoi
Filippo Menci
Francesco Zecchini

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



Foto di Andrea Boscardin

19 Il calligrafo digitale
di Filippo Errico Verzé

Scuole aperte d'estate: si può fare

di MICHELA MORSA
@michmorsa

Le buone intenzioni del ministro dell'Istruzione Patrizio Bianchi c'erano. Anche i fondi. Il favore delle parti coinvolte (e probabilmente il tempo) no. Così, il progetto di tenere le scuole aperte d'estate per offrire agli alunni attività non solo didattiche, ma soprattutto di recupero della socialità e di sviluppo di competenze artistiche e culturali, sembra essere già naufragato. Eppure, ce ne sarebbe un disperato bisogno.

Ma se l'iniziativa a livello nazionale non decolla, perché non agire nel locale? E quale città meglio di Milano, da sempre anticipatrice di tendenze e progetti all'avanguardia, può cogliere l'occasione di dimostrare l'utilità sociale del "Piano scuola d'estate 2021"? Se il Comune, d'accordo con la Regione e il terzo settore, si mettesse all'opera, il risultato sarebbe senza dubbio positivo. Si può partire dal piccolo, in primis assicurando un presidio formativo e ricreativo nei quartieri più periferici: perché se è vero che la Dad è stata una dura prova per tutti gli

studenti, è anche vero che quelli che ne hanno patito di più gli effetti sono proprio i ragazzi che già partivano svantaggiati, con meno risorse a disposizione e una situazione familiare meno solida.

Sono già tante le proposte attive in città e nell'hinterland, dai campus nelle campagne ai centri estivi dell'oratorio, ma di certo non sono alla portata di tutti: bisogna assicurare un servizio gratuito, inclusivo e di prossimità. Un servizio capace di conciliare il recupero didattico e quello sociale, e di accompagnare chi deve affrontare il passaggio al grado scolastico successivo dopo quest'anno a dir poco turbolento.

Le associazioni disposte a mettersi in gioco non mancano. Come le 170 "fattorie didattiche" presenti in Lombardia che hanno offerto i loro spazi per le lezioni all'aperto: una didattica alternativa, affiancata all'educazione, al consumo consapevole e al rispetto dell'ambiente. I ragazzi devono riappropriarsi della loro spensieratezza, dell'entusiasmo, di stimoli sempre nuovi. Le potenzialità ci sono tutte, perché non sfruttarle?.



Foto Ansa

Ranocchie, uccelli, lupi e orsi Eliante difende la biodiversità

I progetti della onlus, con enti pubblici e privati, per la sostenibilità

di LORENZO RAMPA
@LorenzoRuben93

«Dagli ambienti alpini alle città, uomo e natura possono tornare a convivere in una dimensione di rispetto reciproco, ricostruendo un equilibrio perduto che è ormai l'unica strada per un futuro realmente sostenibile. I progetti realizzati da Eliante negli anni dimostrano che questa strada è percorribile». Queste parole racchiudono l'essenza della mission dell'onlus milanese, che da 20 anni ha fatto dell'ecosostenibilità il suo punto centrale, sviluppando progetti innovativi ed esperienze pilota in collaborazione con enti pubblici e privati.

La cooperativa sociale, nata nel 2003, ha visto crescere il numero di soci ed esperti, allargando gli ambiti del proprio raggio d'azione. «All'inizio ci occupavamo soprattutto di educazione al risparmio energetico e di diffusione di energie rinnovabili», spiega Chiara Vona, socia e project manager di Eliante, «oggi, l'associazione ha allargato i suoi orizzonti e opera anche nel campo della conservazione di biodiversità, dell'educazione ambientale e della convivenza coi grandi carnivori». Negli ultimi 18 anni Eliante ha realizzato oltre 65 progetti con circa 150 partner provenienti da 30 nazioni

diverse ed è al momento attiva con iniziative in nove regioni italiane e in sette Paesi europei. Vanta anche all'attivo la partecipazione a quattro campagne dell'Unione europea per la sensibilizzazione dei cittadini su diversi temi ambientali.

In particolare, la tutela della biodiversità, celebrata di recente nella Giornata mondiale del 6 maggio, è divenuta sempre più cruciale. Specie in un periodo storico in cui la centralità della tematica ambientale fa ormai da denominatore comune alle grandi riforme per il futuro dei governi di tutto il mondo, a fronte delle conseguenze dei cambiamenti climatici. Non a caso, il 5 giugno 2021, Giornata mondiale dell'ambiente, si aprirà il decennio delle Nazioni unite per il ripristino degli ecosistemi. Un tema, quello della perdita di biodiversità, che secondo gli esperti avrebbe avuto anche un ruolo fondamentale nella nascita del virus Sars-CoV-2, portando a contatto ravvicinato le persone con la fauna selvatica e facilitando così il "salto di specie" delle malattie infettive.

Una delle principali cause della perdita di biodiversità nelle grandi aree metropolitane è il consumo del suolo: «È il nemico numero uno», dice Vona, «l'urbanizzazione determina la perdita di territorio agricolo e naturale, ovvero di tutte quelle aree cosiddette di frangia ai confini delle città. Esse costituiscono degli habitat idonei per la fauna e la flora locale e fanno da intermezzo tra le zone urbane e le zone naturali, creando delle vere e proprie barriere». Attualmente oltre il 70 per cento della popolazione europea vive in città e dovrebbe raggiungere l'80 per cento entro la metà del secolo. Significa 36 milioni di nuovi abitanti urbani, che avranno bisogno di alloggio, lavoro e assistenza entro il 2050.



Un esemplare di rospo smeraldino europeo fotografato dai volontari del progetto Areté (foto di Eliante)



Uno dei piccoli ospiti dell'area verde di Giambellino per *Clever cities*. Sotto, Chiara Vona, socia e project manager di Eliante (foto di Eliante)



«L'urbanizzazione interferisce con la continuità delle aree verdi, minando la possibilità per le diverse specie di spostarsi nel territorio», chiarisce Vona, sottolineando «la necessità di una nuova ottica di convivenza equilibrata, che tenga conto delle connessioni naturali, in modo tale da non andare a creare delle isole ma delle reti ambientali». La capacità di adattamento è d'altro canto un ottimo alleato. Emblematico in questo senso il caso dei falchi pellegrini del Pirellone, la giovane coppia di esemplari divenuta celebre sui social per aver nidificato in cima al grattacielo milanese.

E proprio a questo scopo è rivolto *Clever cities*, il progetto europeo che coinvolge le tre città di Milano, Londra e Amburgo. Eliante prende parte alle iniziative dedicate al capoluogo lombardo, in collaborazione con il Comune di Milano. Il progetto è finanziato con i fondi Horizon 2020 della Commissione europea. «Partecipiamo a diversi programmi di rigenerazione urbana realizzati tramite le Nbs, *Nature Based Solutions*», sottolinea Vona: «Sono interventi che migliorano la qualità dell'ambiente e attraverso il verde urbano hanno un impatto sociale positivo nelle città: parliamo di tetti e pareti verdi, giardini condivisi, parchi, orti e frutteti urbani».

Tre le operazioni specifiche previste nel comune meneghino: «Rinverdiamo Milano», la campagna di diffusione di tetti e facciate verdi sugli edifici in città. E poi «Un nuovo parco per Giambellino 129», il progetto dell'omonimo quartiere per la riqualificazione di un'area verde

pubblica, cogestita con associazioni e cittadini, che sarà fornita di un giardino condiviso per attività a contatto con la natura, come il *bird-gardening* (un'area verde con mangiatoie e piante adatte a ospitare uccelli di varie specie). Prevista anche la realizzazione di un frutteto selvatico, un orto urbano e infine un prato selvatico adatto ad attrarre e ospitare gli insetti impollinatori, in particolar modo le farfalle, al fine di avvicinare le persone alla natura e alla biodiversità. «Nuova fermata Tibaldi del passante ferroviario», il progetto della nuova infrastruttura realizzata da Rete ferroviaria italiana (Rfi), che prevede l'integrazione sperimentale della vegetazione nell'edificio della fermata e negli spazi adiacenti, incluse delle barriere antirumore.

Tra gli altri progetti di Eliante attivi nel territorio lombardo c'è anche quello di «Areté - acqua in rete», incentrato sulla gestione virtuosa della rete idrica. «Co-finanziato da Fondazione Cariplo, Areté nasce per fermare la perdita di habitat naturali e agricoli, con particolare attenzione agli ambienti umidi, nella Valle del Ticino e nelle campagne tra Piemonte e Lombardia», spiega Vona, «ma anche per valorizzare le pratiche agricole tradizionali, come le marcite, terreni erbosi umidi di grande valore per l'equilibrio dell'ecosistema».

Tre le aree di intervento: le foreste, i terreni agricoli e gli ambienti acquatici. Nel concreto Eliante favorisce le condizioni ottimali per la riproduzione, il nutrimento e il riparo delle specie animali locali da tutelare. Ne è un esempio la realizzazione di pozze per anfibi,

le cosiddette borse, ovvero buche di raccolta dell'acqua piovana, che in passato permettevano di disporre di una riserva d'acqua utile. Grazie ad esse, la rana dalmatina è riuscita a trovare una nuova casa per le proprie uova nel novarese. La popolazione del raro anfibio color rosso-ruggine è in declino in tutto il continente, ma qui, grazie a un piccolo accorgimento, questa specie non è più in pericolo. Stesso discorso vale per il fanello nel Parco del Ticino, salvato dal recupero delle marcite, così come per gli aironi e le garzette di Sant'Alessandro in Lomellina, che hanno trovato spazi di nidificazione nelle garzaie, boschi umidi di ontano nero.

Eliante è da tempo anche impegnata sul tema della convivenza pacifica tra l'uomo e i grandi predatori: «Con il progetto *Pasturs* nelle Alpi Orobie bergamasche sulla coesistenza coi grandi carnivori autoctoni, lupo e orso», conclude Vona, «da anni cerchiamo di superare stereotipi e pregiudizi lavorando su una maggior consapevolezza delle misure di prevenzione insieme ai pastori del territorio, supportati dai nostri giovani volontari in tutte le loro attività quotidiane. Così i ragazzi possono trasformare semplici esperienze di alpeggio in occasioni di consapevolezza ed educazione ambientale».

Un insetto nel piatto

La startup Alia porta in Italia la farina di grillo, «ecologica e proteica»
Ma perché possa essere prodotta manca l'approvazione europea

di MARIA TORNIELLI
@MariaTornelli

La tarma della farina al posto della bistecca? Con il via libera dell'Ue alla commercializzazione delle larve di *Tenebrio molitor* dell'azienda francese Micronutris, gli insetti commestibili sono sempre più vicini al mercato italiano. Oggi si possono acquistare solo online, ma a Milano c'è chi crede che in futuro possano conquistare una parte dei consumatori. «Ho fatto nascere Alia perché ero rimasta colpita dalla grande sostenibilità che gli insetti possono portare alla nostra alimentazione», racconta Carlotta Totaro Fila, fondatrice della startup Alia insect farm. L'azienda agricola, nata nel giugno 2020, produrrà farina di grillo: la specie *Acheta domestica* sarà allevata nella stalla riconvertita di una cascina a Incugnate, a est di Milano. Sarà una delle prime in Italia ad essere totalmente dedicata alla produzione di insetti per l'alimentazione umana. Laureata in Tecnologie alimentari, Totaro Fila racconta di aver assaggiato i grilli per la prima volta tre anni fa: «Ho chiuso gli occhi all'inizio, ma poi ho finito il pacchetto». La scelta di allevare questa specie non

è stata determinata solo da fattori nutrizionali: «Per le persone è più facile accettare l'alter ego terrestre dei gamberetti che una larva», spiega. Nell'allevamento si utilizzeranno in gran parte fonti di energia rinnovabili. La polvere di grillo di Alia potrà essere usata come sostituto della farina: «Stiamo facendo delle ricerche», afferma la fondatrice, «vediamo che pane, pasta e torte vengono molto bene». Ma perché possa essere prodotta manca ancora l'approvazione europea: «Attendiamo nel prossimo futuro il parere dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare sui dossier depositati che riguardano i grilli, anche noi stiamo preparando il nostro». Dietro all'interesse di molti per gli insetti commestibili c'è anche la preoccupazione per la sostenibilità degli allevamenti tradizionali. «Rispetto agli altri animali», spiega l'entomologa della Statale Costanza Jucker, «gli insetti richiedono meno acqua e meno suolo e possono essere nutriti con alimenti di basso valore. D'altra parte, hanno bisogno di temperature elevate: per diminuire l'impatto del riscaldamento si devono



utilizzare energie rinnovabili». Jucker lavora al progetto «Maic - Modello di allevamento insetti commestibili» di Fondazione Cariplo, che ha come partner le università di Milano e di Torino e l'Istituto zooprofilattico sperimentale delle Venezie. Studia gli scarti dell'industria agroalimentare che potrebbero essere usati per l'allevamento dei grilli: «Stiamo facendo prove con le trebbie della birra e con altri scarti vegetali», racconta. Quando gli insetti arriveranno sugli scaffali dei supermercati italiani, quale fetta di mercato riusciranno a conquistare? «Potrebbero avere successo fra gli sportivi», afferma Donatella Bollini, nutrizionista che fa parte del comitato scientifico dell'associazione *Cultural frame of food*. «I grilli sono un'ottima fonte di proteine, migliori anche di carne e pesce». «A partecipare alle cene in cui serviamo insetti sono soprattutto giovani, nella fascia fra i 20 e i 40 anni», raccontano Giulia Maffei e Giulia Tacchini, che nel 2015 a Milano hanno fondato Entonote, la prima associazione italiana che si occupa della promozione dell'entomofagia. «Certamente, per riuscire a introdurli nella nostra alimentazione quotidiana il percorso è ancora lungo, ma l'approvazione del *Tenebrio* è un passo importantissimo».



La startup produrrà polvere finissima di *Acheta domestica*.
Sopra, Carlotta Totaro Fila, che ha fondato Alia nel giugno 2020 (foto di Alia insect farm)

La Cascina Boscaiola è in vendita

La storica residenza dei Visconti e degli Sforza costa 5,5 milioni
Lo studioso Claudio Salsi: «Spero sia sempre abitata da privati»

di FRANCESCO ZECCHINI
@frazecchini97



La Cascina Boscaiola Prima com'è oggi, con la facciata su via Edoardo Porro (foto di Claudio Salsi). Sotto, un'immagine del 1909 (foto del Civico archivio fotografico di Milano)



«Stavo andando a fare una visita medica, quando ho alzato lo sguardo e l'ho vista. Non ne avevo mai sentito parlare». Così il soprintendente del Castello Sforzesco Claudio Salsi parla del suo primo incontro con la Cascina Boscaiola Prima. Ora la tardogotica residenza di campagna, a due passi dalle distillerie che producono il Fernet Branca, si può comprare per 5 milioni e mezzo di euro. L'agenzia immobiliare Glorious Crew, contattata, non vuole fornire però ulteriori informazioni su chi sia il venditore. «Qualche anno fa ci abitava la famiglia dell'architetto Vittore Lattuada. È stato lui a restaurarla con grande coscienza», spiega Salsi. «Aveva già capito negli anni '60 che si trattava di una dimora di grande importanza storica. E la associava ai Visconti o agli Sforza». Lattuada ottenne così il vincolo di edificio storico da parte della Soprintendenza salvaguardando la Boscaiola da ogni rischio: «C'era chi voleva abatterla, incluso un famoso storico e divulgatore». La

residenza era un luogo ottimale per cacciare nei boschi circostanti. «Ma nell'Ottocento ha smesso di essere una residenza diventando una cascina agricola», aggiunge il soprintendente. Inizia così il suo declino, condiviso con altre cascine: «In una mappa del 1833 erano segnalate cinque Boscaiolo. Oggi è rimasta solo questa: la più grossa», spiega Salsi. Più o meno a quell'epoca i proprietari erano i Moroni, provenienti da Bergamo. «Lo sappiamo per delle lettere di protesta controfirmate dal conte». Al tempo dell'invasione napoleonica infatti, il parroco e alcuni affittuari lamentavano che i francesi avevano fatto pascolare le loro mandrie nei terreni vicino alla Boscaiola. A rendere storicamente importante la Cascina è stata la famiglia Aicardi Visconti, come ha scoperto di recente Claudio Salsi: «Sui merli ghibellini della facciata abbiamo trovato uno stemma quasi invisibile». Al centro c'è il biscione dei duchi di Milano, sui lati ci sono la lettera D e la A: «Gabriele Reina, un grande esperto di

araldica, ci ha segnalato che si riferisce a Domenico Aicardi Visconti». Questo nobiluomo aveva salvato il duca Filippo Maria da una congiura. Perciò l'ultimo Visconti a governare Milano gli consentì di utilizzare il suo cognome: «L'agnazione avvenne nel 1415. Quindi l'affresco è stato realizzato dopo». A testimoniare invece il legame della Cascina con i Visconti (o anche con gli Sforza, che riutilizzavano alcune imprese dei loro predecessori) sono altri due affreschi: il giglio e un alveare con la scritta «Per meo merito» (Grazie a me). Ed è merito di Salsi e del suo gruppo di lavoro se gli affreschi deturpati hanno ripreso vita. Questi dipinti faranno attraversare la storia anche ai nuovi proprietari della Cascina che nel 2016 è stata inserita nella lista dei luoghi del cuore del Fondo ambiente italiano (Fai). Non sembra però all'ordine del giorno l'acquisto della residenza da parte del Demanio: «Spero che questo tesoro sia sempre abitato dai privati. Lo Stato ha già una quantità di beni immensa», conclude Salsi.

Come vive un castello nel XXI secolo

La proprietà è la stessa da 500 anni, ma ora organizza visite ed eventi

di FRANCESCO DALMAZIO CASINI

Ci vogliono venti minuti in auto dal centro di Milano per arrivare al Castello di Peschiera Borromeo. Risale al XV secolo ed è uno dei pochi ad essere ancora abitato da chi lo costruì. Qui si trova ancora un fossato ad acqua corrente tutt'oggi funzionante – un caso rarissimo nel panorama dei castelli italiani. Soprattutto, è uno dei pochissimi castelli ad essere ancora “vivo”, sia nella sua funzione abitativa che come punto di riferimento per una serie di attività culturali ed economiche.

Il Castello Borromeo è innanzitutto una casa privata, dove risiedono le famiglie dei proprietari. Ma è anche un luogo di interesse artistico, che accoglie affreschi e oggetti d'arte accumulati negli ultimi 500 anni. Dall'idea di rendere fruibile a tutti questo patrimonio nacque la pratica di aprire il castello alle visite del pubblico. Si tratta di una tradizione che la famiglia porta avanti già dal secolo scorso. Ovviamente, bisogna prenotarsi e mettersi in lista, perché si tratta pur sempre di aprire le porte della propria casa a degli sconosciuti. A rendere viva l'area del castello

è il viavai di persone legato all'organizzazione di eventi come ricevimenti e matrimoni. Celebrazioni temporaneamente sospese e che già a partire da questa estate potrebbero riprendere. Ma c'è anche chi sceglie di stabilirsi a vivere qui. Uscendo dal portone – passando per il ponte levatoio adesso cementato – sulla destra si trovano una serie di abitazioni che possono essere affittate e acquistate. Sono queste le attività che contribuiscono di più a rendere economicamente sostenibile la gestione del complesso.

Proseguendo sulla stessa strada si incontra il mulino, che si affaccia sulla “zona umida”. Si tratta di un'area paludosa realizzata per ospitare la fauna tradizionale della regione padana. Lo stagno è stato ideato da Gianalfonso Borromeo – uno dei membri della famiglia – e costruito grazie al Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale. Lo scopo è quello – si legge sul progetto – di «promuovere lo studio della biodiversità con la creazione di una zona umida e un laboratorio didattico. Assicurare protezione agli uccelli migratori e lo sviluppo della flora autoctona».

Al momento si lavora sullo sviluppo degli aspetti didattici del castello e della zona umida. Dal 2017 diverse scuole collaborano al Progetto del mulino, che ha dato vita ad alcuni percorsi didattici a tema naturalistico per esplorare la biodiversità della palude e sensibilizzare sul tema ambientale. Di recente, grazie al rifacimento delle piste ciclabili, è stato anche potenziato l'aspetto green di queste visite.

Qualche problema di buon vicinato c'è ancora. La fauna dell'area, ad esempio, attira spesso le attenzioni dei cacciatori, che possono mettere a repentaglio la sicurezza delle persone di passaggio.

In alcuni casi, poi, c'è chi getta i propri rifiuti lungo le strade che costeggiano il castello. Sempre all'incuria di alcuni è dovuta la popolazione di tartarughe dalle guance rosse – specie non autoctona e aggressiva – che vive nel fossato. Spesso queste vengono acquistate nei negozi di animali e poi liberate nello specchio d'acqua più vicino quando diventano troppo grandi e difficili da gestire. Frizioni ordinarie che ricordano che il castello è ancora un luogo vivo e vegeto.



Il Castello Borromeo di Peschiera è ancora abitato dalla famiglia che lo costruì nel XV secolo (foto di Francesco Dalmazio Casini)

“Neighborhood by Neighborhood” i quartieri su Spotify e TikTok

La campagna di “YesMilano” mette in vetrina ogni angolo della città

di MATTIA CAMERA

“Neighborhood by Neighborhood”, quartiere dopo quartiere, da Calvairate a Brera, dai Navigli a Quarto Oggiaro, da China Town a la Barona. L'agenzia di promozione “Milano&Partners”, attraverso il proprio brand “YesMilano” e in collaborazione col Comune, costruisce una narrazione cittadina che parte dalle realtà più piccole. Playlist su Spotify, giochi interattivi, tour e un profilo TikTok: ogni mese i quartieri saranno i protagonisti della comunicazione della città, proponendo ciascuno un'esperienza e un'identità differente, così da regalare uno sguardo inedito su Milano. Nel mese di maggio, i primi tre (in tutto saranno 12) a fare da apripista all'iniziativa sono Baggio, Chiaravalle e Isola.

«In quest'anno di pandemia i milanesi hanno riscoperto i propri luoghi», spiega Luca Martinazzoli, General Manager di “Milano&Partners”, «e ogni quartiere si contraddistingue per peculiarità precise, che hanno fatto di Milano una città aggregatrice di anime diverse ma allo stesso tempo complementari». L'obiettivo di “Neighborhood by Neighborhood” è quello di mostrare ed esaltare queste anime attraverso la voce di chi questi luoghi li abita e li vive al cento per cento.

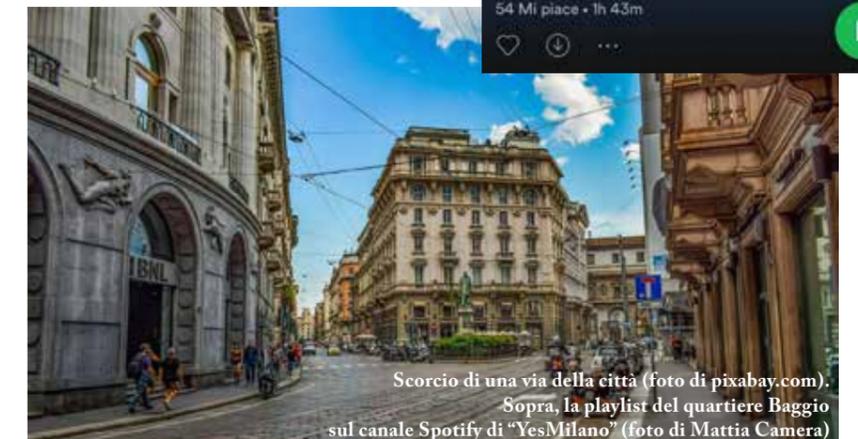
Una delle grandi novità è la creazione di una playlist su Spotify realizzata ad hoc per ogni quartiere, in modo che ciascuno abbia una propria “colonna sonora”: «Ognuna di esse sarà curata da un abitante del posto e il QR code per accedervi si troverà su decine di affissioni sparse per la città». Nella raccolta musicale di Baggio, già disponibile sulla piattaforma, è possibile ascoltare sia musica popolare, sia autori conosciuti al grande pubblico, come Enzo Jannacci

e Ghali, originari proprio del quartiere a ovest di Milano. “Neighborhood by Neighborhood” è un progetto che comincia online, attraverso uno schermo, ma con l'obiettivo di invogliare le persone a recarsi poi fisicamente in questi luoghi. «Abbiamo creato un gioco interattivo in cui vengono mostrate all'utente una serie di elementi distintivi di un determinato quartiere». A ciascuno di essi è assegnato un “punteggio di affinità” e il giocatore può decidere di “scegliere” o “scartare” a seconda del proprio gusto. «Un algoritmo calcola il punteggio finale e mostra come risultato le tre zone alle quali l'utente è più affine».

In collaborazione con l'assessorato al Turismo del Comune, nei 12 quartieri verranno organizzati tour alla scoperta di luoghi inediti e nascosti, «facendo conoscere curiosità e storia di ogni angolo della città». Ciascun cittadino può presentare una propria iniziativa attraverso la compilazione di un forum: «Vogliamo coinvolgere direttamente il territorio: basterà scrivere una breve descrizione della proposta, indicare il quartiere di riferimento, l'ambito, gli orari e i giorni in cui si svolgerà».

“Milano&Partners” punta a

promuovere il progetto anche sui social: «Tramite il nostro profilo Instagram @visit_milano spingeremo la nostra community a fotografare e pubblicare, con l'hashtag #yesmilano, i propri luoghi preferiti che rendono speciali i quartieri». Col materiale verranno poi realizzate delle guide disponibili su Instagram. «Vogliamo creare anche un canale TikTok, sempre per promuovere la città», conclude Martinazzoli. «Essendo la piattaforma più in voga, soprattutto tra i giovanissimi, il nostro obiettivo è di creare un profilo in inglese per un pubblico internazionale tra i 16 e i 24 anni». Su TikTok “Milano&Partners” vuole rappresentare la città come la migliore destinazione per studiare, lavorare e vivere.



Scorcio di una via della città (foto di pixabay.com). Sopra, la playlist del quartiere Baggio sul canale Spotify di “YesMilano” (foto di Mattia Camera)

La rivoluzione dei videogiochi:

Le appassionate del *gaming* sono il 39%, ma ancora poche quelle che competono a livello professionistico
 La blogger Fjona Cakalli: «La community online è tossica e sessista»

di FILIPPO GOZZO
 @FilippoGozzo



La blogger e conduttrice Fjona Cakalli all'evento eSerieA Tim. Nel suo podcast si raccontano le storie di donne che sono riuscite a diventare quello che sognavano (foto di Fjona Cakalli). Nella pagina a fianco, in alto, Michela "Banshee" Sizzi, gamer professionista (foto di Michela Sizzi)

Una damigella rapita e un eroe che combatte contro il cattivo per salvarla. Una trama che si è ripetuta per anni nel mondo dei videogiochi, come *Super Mario* e *Donkey Kong*. Ma oggi, davanti allo schermo e con le dita sul *gamepad*, ci sono sempre più ragazze. «Esiste un falso mito: si pensa che il *gaming* sia un'attività principalmente maschile. Invece, ci sono sei milioni di appassionati di Esports e di questi il 39 per cento è donna. È una percentuale che in tante discipline sportive tradizionali non si trova», spiega Luigi Caputo, cofondatore dell'Osservatorio italiano Esports. Dal 2019, la piattaforma si occupa di ricerche dati di mercato e di formazione e informazione per le aziende che vogliono investire in questo settore. La pandemia ha influito sull'ampliamento al femminile della fanbase e ha accentuato l'avanzamento progressivo dell'ultimo periodo. «Abbiamo passato un anno chiusi in casa. Le persone cercano di svagarsi

e così anche molte donne», analizza Michela "Banshee" Sizzi, *gamer* professionista di Bergamo che ha disputato diversi campionati italiani a Milano. Dello stesso parere anche Miryam Saidi, 25 anni, *pro-player* meneghina: «I videogiochi piacciono e basta, non c'è più lo stereotipo del nerd. Con l'arrivo di grandi eventi è diventato normale che anche le donne li seguano». Nonostante l'avvicinamento agli Esports del pubblico femminile, all'interno del mondo dei videogiochi resta palpabile la diffidenza della componente maggioritaria maschile. Un atteggiamento che spesso si esprime attraverso forme di sessismo, discriminazione e misoginia. «Su *Overwatch*, che è un gioco di squadra 6 vs 6, mi è capitato che i ragazzi nel mio team si accorgessero che ero donna e mi facessero perdere apposta», racconta "Banshee", «lo stesso succede su *Rainbow Six* o *Call of Duty*, dove i compagni si rivoltano contro di te perché sei donna». «C'è molta aggressività e a volte

non ti lasciano nemmeno parlare al microfono», commenta Saidi, «l'essere una ragazza è la prima cosa su cui vengo attaccata dal giocatore "medio"». Lo stesso non avviene, invece, con il *gamer* agonistico, che è abituato a vincere o perdere e ha una mentalità professionale. «Quella del *gaming* è una community che spesso risulta tossica. Molte ragazze si nascondono dietro a pseudonimi, usano nomi maschili per giocare nelle live o scrivere nelle chat. Per una donna è difficile esprimere la sua passione per i videogiochi», spiega Fjona Cakalli, blogger, tech influencer e conduttrice della eSerie A Tim, la competizione calcistica virtuale di *Fifa* e *Pes* promossa dalla Lega Serie A. Di origini albanesi, Cakalli si è trasferita a Milano da piccola, assieme al suo Nintendo Nes. Da allora non ha mai smesso di giocare, una passione che è cresciuta fino a diventare un lavoro. «Mi piace raccontare storie e recensire videogiochi. Mi sono proposta ad alcuni siti che parlavano di *gaming*

gli Esports sempre più al femminile

poche quelle che competono a livello professionistico
 I tornei divisi per genere? Un male necessario per sensibilizzare»

ma sono stata respinta», racconta Cakalli, «mi dicevano che non ero pronta, che non ne sapevo abbastanza ma nessuno mi dava la possibilità di informarmi. Quindi, ho aperto un blog per divertirmi». L'esperimento nato nel 2011 si chiamava *Games Princess*. La particolarità? Era un sito di videogiochi con una gestione interamente al femminile: «Ho conosciuto ragazze che volevano scrivere. Siamo state accusate di "autoghetizzarci", ma in realtà era un modo per proteggersi. Molte hanno utilizzato il sito come porto sicuro», afferma la blogger.

Il numero di appassionate di Esports è aumentato nell'ultimo anno ma non dal punto di vista agonistico. «Bisogna fare una distinzione tra *player* competitivo e *streamer* o *content creator*», analizza Luigi Caputo, «le *streamer* donna sono tante e anche famose. A livello competitivo, invece, ci sono molti più uomini».

A Milano, le professioniste si contano sulle dita di una mano. «Non siamo spinte a provare seriamente a diventare *gamer*. Molte ragazze giocano per divertimento. Ma quelle che vogliono raggiungere un obiettivo partono svantaggiate», spiega Saidi, «all'inizio anche io ho provato a cercare un team ma nessuno ha voluto farmi fare un tentativo "per non rovinare l'ambiente all'interno della squadra"».

Ma questa è solo una delle giustificazioni che impedisce alle ragazze di provare una carriera professionistica. Spesso le *gamer* non trovano sponsor perché il pubblico del settore non è pronto a gestire il fatto che una donna possa competere contro un uomo. Di conseguenza, nascono anche tornei divisi per genere, nonostante negli Esports non esista una differenza di prestazione fisica

che, invece, potrebbe essere presente negli sport tradizionali. «È un male necessario», afferma Cakalli, «creare team femminili è un modo per puntare il faro. Partecipare a campionati per sole ragazze dà l'opportunità di farsi conoscere, per poi entrare in squadre miste». «Sono sempre stata molto contraria», ammette Saidi, «finché non li ho guardati da un punto di vista diverso. È come se si stesse cercando di normalizzare il fatto che le donne giocano agli Esports. Si cerca di introdurle facendole giocare fra di loro, per farle sentire più a loro agio». In ambito competitivo, come in quello lavorativo della vita quotidiana, emerge la questione degli ingaggi. In Italia non si possono ancora fare bilanci sulle differenze reali di stipendi tra *player* maschili e femminili perché il mercato non è ancora così sviluppato e i contratti non sono ancora così remunerativi. Ma avvicinare il pubblico femminile agli eventi di Esports (e al *gaming* più in generale) è uno degli obiettivi di business delle aziende e degli organizzatori per ampliare la platea degli appassionati. Un esempio è quello delle fiere del videogioco, che da tempo hanno eliminato la figura



delle *booth babes*, le ragazze in top e shorts che avevano il compito di attirare gente agli stand. Per normalizzare il fatto che le donne si occupino di videogiochi e tecnologia si deve partire dalla formazione, soprattutto quella scolastica. «Per creare una parità c'è bisogno di strategie mirate», conclude Cakalli, «a scuola cercavo di condividere con le amichette la mia passione per i videogiochi, ma mi sentivo un alieno. Avevo solo amici maschi perché con le ragazze non avevo un interesse comune. Ma le donne possono essere coinvolte già da piccole per dire loro che è normale amare i videogiochi, le scienze e la tecnologia».



Foto di Eleonora Panseri

Nessuna statua di donna a Milano

La consigliera Vasile: «La prima entro fine anno, magari in periferia»

di VIRGINIA GIGLIOTTI

L'artista Artemisia Gentileschi, la patriota Cristina Trivulzio di Belgiojoso, la matematica Maria Gaetana Agnesi, l'educatrice Maria Montessori, la premio Nobel per la Medicina Rita Levi Montalcini. La lista delle donne che hanno fatto la storia e la cultura del nostro Paese è davvero lunghissima. Eppure, girando per le strade delle città italiane, non si incontrano mai. Poche le vie (solo lo 0,2 per cento nel capoluogo lombardo), quasi assenti le statue dedicate alle grandi donne.

A Milano però, città che punta all'inclusione, qualcosa sta per cambiare grazie all'impegno della presidente della Commissione Welfare Angelica Vasile. Da quattro anni infatti, la consigliera comunale si sta battendo per risolvere il problema della sottorappresentazione femminile: «Se le statue vengono

costruite per ricordare qualcuno che ha fatto qualcosa di importante, e se su 121 presenti in città sono tutte di uomini, si sta implicitamente dicendo che non ci sono al mondo donne che abbiano fatto cose importanti che meritassero una statua. Per questo ho iniziato la mia battaglia, depositando una mozione, poi approvata dal Consiglio comunale, in cui chiedo che vi fosse almeno una statua dedicata a una donna di rilievo, una donna che avesse dato un contributo letterario, storico o artistico alla città e al Paese».

L'intento è quello di sensibilizzare più persone possibili, partendo dai più piccoli, al tema delle asimmetrie di genere e di far capire l'importanza di rileggere la storia facendo emergere quel contributo femminile ignorato dai libri: «Il progetto prevede la partecipazione delle scuole e della



Angelica Vasile, presidente della Commissione Welfare (foto di Angelica Vasile)

cittadinanza. Per questo è stato chiesto sia all'assessore alla Cultura Filippo del Corno che all'assessora per l'Educazione e Istruzione Laura Galimberti di collaborare all'iniziativa. La mia idea», prosegue la consigliera Vasile, «era quella di aprire un bando per l'identificazione degli artisti e che ogni scuola, nella parte di laboratorio di educazione civica, approfondisse la vita e le opere di una donna a seconda dell'indirizzo dello specifico istituto. Per esempio, Artemisia Gentileschi per un liceo artistico o Maria Gaetana Agnesi, una delle più grandi matematiche di tutti i tempi, per un liceo scientifico». Saranno le scuole infatti a proporre il primo personaggio, che dovrà rispettare diversi criteri: essere nata e vissuta preferibilmente prima del '900, essersi distinta in ambito scientifico, artistico, letterario ed essere milanese o, se non nativa, aver fatto qualcosa per la città.

«Oltre a individuare una figura che metta d'accordo tutti», prosegue Angelica Vasile, «si dovrà stabilire dove posizionare la statua. La maggior parte si trovano nel Municipio 1. Credo che però non tutto debba per forza accadere nel centro di Milano. Mi piacerebbe che la prima statua fosse installata in un quartiere magari più periferico. Sono convinta che dopo la costruzione della prima statua, che avverrà entro la fine dell'anno, anche gli altri otto Municipi vorranno abbracciare la causa e cercare la donna che più li rappresenta».



Piazza Affari, il dito di Cattelan tinto di rosa (foto di Virginia Gigliotti)

Un "petalo bianco" contro la violenza

Lo sportello per le vittime di abusi che fingono di fare shopping

di MICHELA MORSA
@michmorsa

«A more vado a fare shopping». Una frase come tante altre, ma che per una donna vittima di violenza può ora essere la "copertura" per chiedere aiuto. Alla Coin di piazza Cinque Giornate, la responsabile marketing Monica Gagliardi e l'onlus Farexbene hanno dato vita al servizio "Il Petalo Bianco", uno sportello di ascolto e supporto psicologico per le donne vittime di abusi. «Con il lockdown la violenza domestica è aumentata almeno del 30 per cento. Dai dati del 1522, il numero antiviolenza, abbiamo realizzato che erano sempre di più le donne che chiamavano fingendo di voler ordinare del cibo a domicilio perché impossibilitate a chiedere esplicitamente aiuto. Allora abbiamo immaginato un luogo dove le vittime potessero uscire allo scoperto senza destare sospetti nel partner, dicendo banalmente di andare a fare un giro per negozi», spiega Giusy Laganà, segretario generale di Farexbene.

Ogni cosa è pensata nel dettaglio per assicurare la privacy e la serenità delle dirette interessate: allo sportello, attivo ogni venerdì dalle 15 alle 19, si accede tramite un codice emesso durante la prenotazione online e, una volta arrivate all'appuntamento, si compila un questionario anonimo. «Il servizio è gratuito e la scelta dello store non è casuale: l'essere al centro di Milano lo rende insospettabile e facilmente raggiungibile. In più, tutti i dipendenti sono a conoscenza dell'iniziativa e sono in grado di indirizzare le donne al sesto piano in modo discreto», continua Laganà, che specifica come il servizio sia attivo

anche online per raggiungere chi vive in un contesto di violenza tale da non poter uscire di casa o allontanarsi. Perché l'obiettivo è quello di intercettare più donne possibile e dare loro l'occasione di essere ascoltate e sostenute in un percorso di riappropriazione della loro vita: «Molto spesso le cose brutte che ci

bisogno di un presidio in ogni angolo della strada, nei supermercati, nelle scuole, nei mercati rionali. Gli abusi sono come il Covid: colpiscono tutte, senza distinzioni di età, ceto sociale, livello di istruzione. E tutte raccontano la stessa storia di manipolazione. La violenza fisica è la punta dell'iceberg: c'è in primis una

sudditanza economica e psicologica, una dipendenza materiale e affettiva malsana da cui non è facile liberarsi». Ancora di più in un contesto in cui la struttura sociale tende a normalizzare il fenomeno e il sistema legale non consente alla donna di essere tutelata fino in fondo: «Il Codice rosso è una legge meravigliosa. Se ci dessero i soldi per applicarla sarebbe anche reale. È come provare a costruire una diga con una matita: il fondo economico stanziato è irrisorio rispetto al numero delle vittime». Per dare un'idea, una donna italiana su tre dichiara di essere stata vittima di violenza almeno una volta.



Giusy Laganà, segretario generale di Farexbene, con la psicoterapeuta dello sportello Irene Simi de Burgis (foto di Farexbene)

accadono diventano reali solo quando le diciamo ad alta voce. La donna sa che qualcosa non va ma si tiene tutto dentro, per vergogna o per paura. Il confronto con la psicoterapeuta le permette di prendere coscienza della violenza che subisce. Questo è il primo passo fondamentale: solo a quel punto possiamo accompagnarla verso la modalità di intervento più opportuna, che siano le forze dell'ordine, una consulenza legale o un centro antiviolenza.

Il riscontro ottenuto a due mesi dall'apertura è tristemente positivo: sono almeno due a settimana le donne presso lo sportello. «Ci sarebbe

ta. Quasi sette milioni di donne. Un dato indicativo di un problema sistemico.

«Non si può continuare a ragionare in un contesto solo emergenziale. Bisogna agire alla radice del problema, ossia l'educazione», afferma Laganà, che con Farexbene è impegnata da anni nella prevenzione e sensibilizzazione attraverso percorsi interdisciplinari nelle scuole: «Analizziamo il fenomeno della violenza di genere, ma anche tra pari, con l'aiuto di un avvocato, uno psicologo e un esperto digitale. Nel 2020 gli incontri online ci hanno permesso di raggiungere più di 25mila ragazzi in tutta Italia».



Maschera da writer e ventiquattrore da avvocato: gli strumenti di Domenico Melillo, alias Frode. A destra, la sua ultima opera a Malax, in Finlandia (foto di Domenico Melillo)

Al mattino avvocato in tribunale. Alla sera writer sulle strade del mondo

Domenico Melillo: «Difendo chi, come me, è accusato di imbrattare»

di PIERLUIGI MANDOI
@pi_mandoi

«Il mio nome doveva comparire dappertutto: in metropolitana, sui treni, sui palazzi. E dare fastidio a chi lo leggeva, evocare qualcosa che non andava bene. Per questo ho scelto Frode: un comportamento che è in apparenza rispettoso delle regole, ma in realtà le aggira». Domenico Melillo ha deciso la sua tag (la firma che usano i writer per scrivere sui muri) a 15 anni, nel 1995. Cresciuto alla Barona, periferia sud-ovest milanese, due anni prima era venuto a contatto con il mondo dei graffiti. Era rimasto affascinato dal writing come strumento per farsi sentire da chiunque. Anche da chi vorrebbe girarsi dall'altra parte. Sono passati 26 anni. Oggi Melillo si divide tra le bombolette spray e la toga: è diventato allo stesso tempo uno street artist di grande successo e un ottimo avvocato. Anche se il suo nome si vede più sugli atti di appello che sui vagoni della metropolitana, non ha smesso di far sentire la propria voce. E lo fa difendendo in tribunale i writer come

lui dall'accusa di imbrattamento di cose altrui. L'ultima vittoria giudiziaria lo scorso aprile a Milano: un'altra assoluzione per «particolare tenuità del fatto». Ma Melillo punta alla modifica della norma, per eliminare la procedibilità d'ufficio: meno processi e condanne solo nei casi più gravi. «Ho già scritto un disegno di legge». Presentato al Parlamento da Erasmo Palazzotto di Leu, non è stato ancora discusso. Frode, però, promette: «Un giorno, riuscirò a cambiarla, questa legge». E pensare che il mestiere dell'avvocato non faceva parte dei progetti di vita di Melillo. Si era iscritto a Giurisprudenza quasi per caso, la famiglia non avrebbe approvato un percorso da artista. «Ma non mi sentivo un giurista e trovavo lo studio pesante. Ho odiato l'università. Ero un writer e continuavo a fare il writer. La mattina andavo a lezione e a mezzogiorno a scrivere sui treni». Poi si è messo di mezzo il caso. Un graffito non autorizzato («Avevo il permesso,

ma solo orale», assicura Melillo), un processo e un avvocato d'ufficio, Giuseppe Quaglia. Il quale gli offre un posto nel suo studio. «Gli sono tantissimo grato», spiega Melillo, «con lui ho capito quanto sia bella questa professione, se fatta nel modo giusto, con correttezza e onestà». Dopo l'esame di Stato i primi clienti writer. Poi si è sparsa la voce e oggi Melillo è il riferimento giuridico della comunità della street art, mettendo insieme il lavoro e la passione e ritagliandosi uno spazio nel mercato, molto competitivo, dei servizi legali. «Cerco il punto di contatto tra il mio essere avvocato e il mio essere artista: ho portato le due cose ad avvicinarsi così tanto, che ora si toccano. In tribunale difendo i writer e le mie opere sono ispirate ai diritti», racconta. Ma ci tiene a precisare: «La strada è sempre più sincera delle aule di giustizia. Non ci sono interpretazioni fantasiose, realtà rovesciate. Nel writing vai avanti solo se vali».



Il calligrafo dell'era digitale

Dall'hip hop ai graffiti: le mille vite di Luca Barcellona
Una sola costante: «Scappare da noia ed etichette»

di FILIPPO ERRICO VERZÉ
@FilippoVerze

Luca Barcellona è seduto, assorto sulla sua scrivania. Il pennino, intinto d'inchiostro, scivola sul foglio davanti a lui, formando prima lettere e poi parole. Il fluire della mano è l'unica cosa a occupare la mente. Intanto, fuori dal suo studio in via Pestalozzi, c'è il caos che ci si aspetta di trovare vicino ai Navigli. «Quando mi metto a scrivere per me stesso, diventa una pratica meditativa. Ma il mio lavoro, di solito, ha ritmi più frenetici». Barcellona si occupa di calligrafia, l'arte applicata alla scrittura. Da freelance, si hanno molti incarichi su commissione. In genere loghi e scritte per vestiti o prodotti di marchi internazionali. «Con i clienti è sempre una questione di dialogo, devi dimenticarti di essere un artista e pensare anche alle loro esigenze». Tanti lavori hanno dato risultati soddisfacenti, come la linea di etichette della vodka Absolut. «Mi piace occuparmi di prodotti popolari, mi ha sempre affascinato vedere la mano artistica su qualcosa che trovi al supermercato». Sin da bambino, ha la passione per la scrittura. Dopo gli studi in grafica alle superiori, decide di specializzarsi in calligrafia e di farne la sua professione nel 2000. Proprio quando lo scrivere a mano iniziava a essere eclissato dal boom del digitale. «In realtà il web è servito anche a me: dividevo tutto quello che facevo per raggiungere più persone possibili; prima dei social era abbastanza raro».

Sempre in quel periodo, si è unito con i writers Rae Martini e Marco Klefisch nel collettivo *Rebel Ink*. Il trio organizzava esibizioni dal vivo riempiendo, con parole e illustrazioni, grandi rotoli di carta appesi ai muri dei locali. Qualcosa di unico nel panorama italiano. I loro spettacoli erano pura improvvisazione, come una *jam session* di musica jazz: «Il pubblico era convinto che sapessimo cosa stavamo facendo, ma non era affatto così!». Barcellona ha continuato anche dopo la fine di questa esperienza. Nel 2015, al Teatro Dal Verme, ha dipinto parole accompagnate dal pianista Cesare Picco. «Durante la performance mi sono dimenticato del pubblico, tanto ero assorto», poi aggiunge, «il pianista seguiva la mia mano per capire che velocità dare alle note».

Oggi Barcellona ha una fama di livello internazionale nel campo della calligrafia. Dal 2008 la insegna pure, come docente riconosciuto dall'Associazione calligrafica italiana. «Nei miei workshop, più che uno stile di scrittura, spiego agli studenti il mio modo di vedere le cose». Ha pubblicato anche diversi libri: l'ultimo è *Anima e Inchiostro*, appena uscito per la casa editrice *Utet*. La sua cifra stilistica è unica e personale, somma di tante esperienze e passioni. Dalla calligrafia classica, guardando a maestri come Hermann Zapf, ai graffiti, grazie a cui ha imparato a lavorare su grandi superfici. «Non mi sono mai precluso nulla, per scappare dalla noia. E dalle etichette». Tra queste, una ogni tanto gli crea dei grattacapi. Perché Barcellona a fine anni '90, quando aveva 19 anni, è stato un protagonista dell'età d'oro dell'hip hop italiano. Molti lo ricordano ancora con lo pseudonimo di Lord Bean. C'era anche lui nella *Maison des Artists* di Milano, la casa del rapper Esa da cui sono passati, tra gli altri, Fabri Fibra, Nesli, Fritz Da Cat e Inoki. Di quel periodo rimangono due dischi. «Quando ho iniziato a lavorare, alcuni mi chiedevano ancora delle mie canzoni e un po' mi infastidiva», spiega. Il rap, per lui, era ed è rimasto un hobby: «Tra musica e calligrafia, ho scelto la seconda. Oggi moltissime persone mi conoscono come Luca Barcellona e, solo in un secondo momento, scoprono che un tempo mi chiamavo Lord Bean».



Luca Barcellona all'opera nel suo studio (foto di Alessandro Ummarino)

Il barbiere nel cuore del Giambellino



Da sinistra: Nani, Ali, Mido, Junior e Nesty (foto di Filippo Mencì)

Mido, 35enne egiziano, ha rilanciato lo storico “Acconciature Enzo”: «Alle poche persone che mi hanno aiutato ho ridato il triplo»

di FILIPPO MENCI

Mziena in arabo vuol dire “colui che ti fa bello”. La sua famiglia si tramanda questo cognome da generazioni, da ben prima del 2014, anno in cui Mido ha inaugurato il Barber Z.6 al numero 2 di piazza Tirana, al Giambellino. Per secoli gli Mziena hanno tagliato barbe e capelli agli uomini di Sharqiyya, in Egitto. Mido ha capito che quella parola racchiudeva il suo destino a 11 anni, quando rimasto orfano di padre ha preso le forbici in mano e ha imparato il mestiere. A quella parola si è aggrappato come a un salvagente mentre, ancora minorenne, nel tentativo di raggiungere l'Europa naufragava al largo della costa tunisina. In Italia è arrivato col secondo viaggio per mare, dalla Libia. E a Milano, tra permessi e documenti falsi, ricordarsi chi era, ripetere *Mziena* è stata la professione di fede che per dieci anni gli ha permesso di lavorare come manovale nei cantieri. «Ora sono regolare, ho 35 anni e la schiena a pezzi», scherza Mido sorridendo.

La sua storia è quella di molti che vivono nel quartiere. Per primi

giunsero gli sfollati di guerra, dopo gli operai e i ferrovieri dal Sud, poi gli stranieri, soprattutto dal nord Africa, e con la chiusura dei campi i rom. Sono tutti partiti portando con sé nome e mani operose, facendo del Giambellino un quartiere fondato sul lavoro.

«La cosa di cui più vado orgoglioso è che nessuno mi ha regalato nulla», racconta Mido. «E ai pochi che mi hanno aiutato ho restituito il triplo». Tra questi c'è Enzo, il barbiere siciliano che gli ha venduto l'attività. «Prima di morire, lo scorso dicembre, si è commosso nel vedere il suo negozio ampliato e in funzione». Irriconoscibile, certo, ma con l'insegna storica “Acconciature maschili Enzo” in bella vista e le sedie antiche restaurate.

Oltre a conservare la memoria, Mido si sdebita con chi lo ha accolto offrendo a sua volta opportunità: sono molti i giovani che hanno appreso il mestiere al Barber Z.6. Alcuni sono inciampati lungo il cammino. Altri hanno spiccato il volo, uno persino a Londra. Oggi al negozio lavorano Ali, pakistano; Nani, del Cairo; e

Nasti, colombiano nato a Messina. La mascotte è lo stagista Junior, 17enne palestinese, tutto ammaccato dopo una caduta in motorino.

«Far andare d'accordo le persone è la mia arte più grande», assicura Mido. E c'è da credergli. Nell'ultimo giorno di Ramadan, in negozio c'è chi lavora digiuno e chi con la pancia piena, mentre fuori, appoggiato alla vetrina, c'è chi si accende una sigaretta. Un banner dichiara il Barber Z.6 *Lgbt+ friendly* e mentre Mido spunta la barba a un giovane poliziotto, alcuni ragazzi impomatati escono per partecipare a un matrimonio rom.

Secondo i residenti, la qualità della vita è peggiorata negli ultimi dieci anni. Lo pensa anche Mido, che però il quartiere lo capisce, sicché non si scoraggia: «È tutto un fermento», assicura. Piano piano la M4 si avvicina, col capolinea proprio in piazza Tirana. E di certo porterà nuove energie, come quelle dei giovani che stanno cercando abitazioni a buon mercato a soli 15 minuti di distanza dal Duomo. Anche loro doneranno al Giambellino storie, nomi nuovi e mani operose.

«Così ridiamo di noi stessi»

John Modupe, comico afro-italiano, ha creato un podcast contro gli stereotipi: «Scherzare sui difetti significa normalizzarli»

di IRENE PANZERI
@Irene_panz

Lo ripete spesso John Modupe: «Potete fare di meglio». A se stesso quando, nel 2017, crea un podcast costruito su piccoli sketch ed è un fallimento. Ma l'appello è soprattutto agli italiani e all'Italia, il Paese dove è nato 27 anni fa da genitori nigeriani e dove è cresciuto. «Potete fare di meglio per una società più bilanciata e meno razzista in cui anche noi afro-italiani possiamo sentirci rappresentati», dice.

Lui sta provando a dare il suo contributo. Il podcast è rinato nel 2019 con il nome di *Omj- Oh my John*, dopo una breve parentesi universitaria alla facoltà di Scienze Politiche. *Omj* ha superato le 100 puntate: «È un contenuto comico in cui cerco di creare una conversazione con gli ascoltatori e di “condividere una dimensione”». La dimensione di cui parla è quella vissuta ogni giorno dalla comunità afro-italiana, tra integrazione e richiami quotidiani alla cultura d'origine. Su Instagram e YouTube John Modupe si è fatto conoscere: «Mi considero ancora in evoluzione. Tuttavia sono felice di poter contare su un pubblico non vastissimo ma fedele. All'inizio è stata dura: ci ho messo mesi a farmi notare, ero l'unico nero comico».

Da quando si è diffuso *Omj*, anche altri giovani rappresentanti di culture diverse hanno provato a lanciare il loro podcast, ma il panorama rimane ridotto. Il problema per Modupe è di rappresentanza: «Spesso mi viene chiesto perché noi neri siamo così pochi nel mondo dell'intrattenimento. Ma è difficile seguire un percorso per fare un lavoro che di solito è fatto da gente molto distante da te». Basti pensare ai comici italiani che, tentando di ironizzare sulle culture altrui, si addentrano in battute fatte di stereotipi e pregiudizi. Tra gli ultimi casi la polemica del duo Pio e Amedeo e la gaffe di Michelle

Hunziker e Gerry Scotti dietro il bancone di *Striscia La Notizia*. «Non li considero razzisti», precisa John Modupe, «ma mettono in scena una ultrasemplificazione delle altre culture che non fa ridere perché non rappresenta la realtà. Purtroppo però questa immagine superficiale coincide con la visione dello spettatore tipo». Secondo il podcaster una vera presa in giro può e deve essere fatta quando si conosce ciò di cui si vuole ridere. «Per cambiare il ritratto degli afro-italiani dato dalla tv servirebbero confronto e dialogo con i diretti interessati. Ma questo non è possibile perché non c'è nessuna presenza nera in televisione». L'assenza degli afro-italiani dallo schermo è dovuta anche alla paura di esporsi: «Come minoranza sociale abbiamo sempre il timore di essere rappresentati male, fraintesi. Questo è molto limitante», assicura il comico. In una delle puntate di *Omj* Modupe ha ammesso senza mezzi termini: «Noi neri abbiamo un sacco da nascondere». E lo spiega così: «Ci sentiamo in dovere, per essere accettati, di raccontare sempre i tratti migliori della nostra cultura, come i colori, i suoni, il cibo. Ma mai

raccontiamo dei tratti negativi: noi nigeriani abbiamo paura di dire che il nostro è un Paese omofobo, dove essere gay è un reato. Non parliamo nemmeno dei difetti più innocui perché sarebbero solo un altro motivo per essere presi di mira».

Eppure come si può accettare la diversità, tanto da riderne, se nemmeno a loro stessi è permesso? «Per noi è fondamentale avere la libertà di prenderci in giro da soli», assicura Modupe, «ridicolizzare i nostri difetti vuol dire normalizzarli» e, nella migliore delle ipotesi, vederli se non compresi, almeno accettati. Per questo la sua convinzione è che «l'ironia sia un'arma incredibilmente forte per una società più equa».

La sua prossima avventura sarà salire sui palchi di tutta Italia, presentando dal vivo la sua stand-up comedy. Un terreno scivoloso dove la differenza tra battuta e offesa si gioca sul filo delle parole. John Modupe sa cosa vuol dire: «Sono stato messo in imbarazzo più volte e in maniera pesante per essere nero, ma ho smesso di lamentarmi perché non ne vedo i benefici. Preferisco rispondere con una battuta».



John Modupe, 27 anni (foto di John Modupe)

Dal joypad alla criptovaluta: gli Nft trasformano il gaming

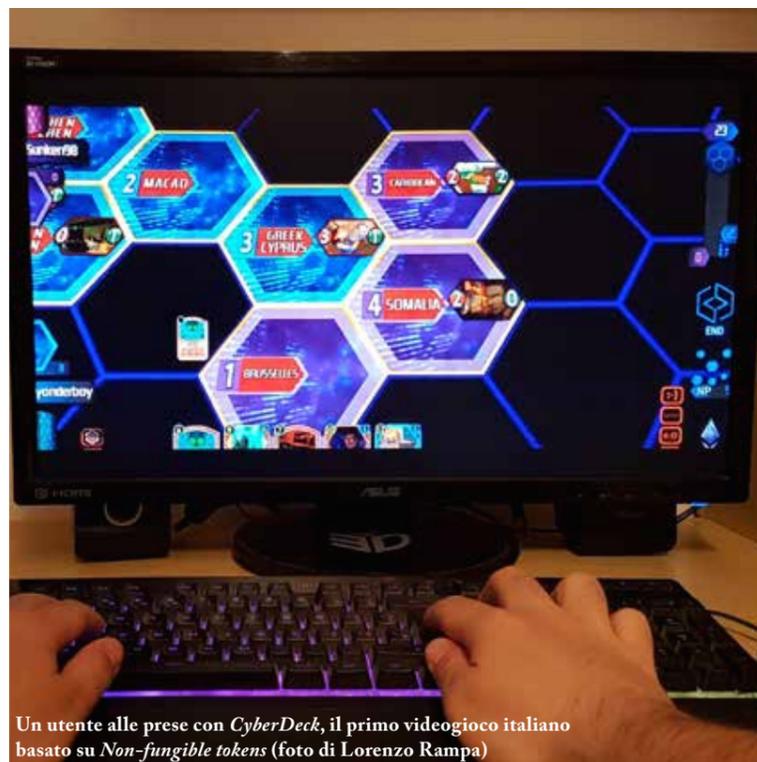
La tecnologia del momento applicata anche ai videogiochi

di GIULIO ZANGRANDI
@zangrandigiulio

«Un ecosistema aperto dove scambiare *item* virtuali per i propri *avatar* ricavandone anche un profitto». Pierluigi Maori, informatico romano, riassume così l'intuizione dietro a *CyberDeck*, il gioco di carte online che ha sviluppato nel 2017 per applicare al *gaming* la tecnologia del momento: i *Non-fungible tokens*. Si tratta di codici univoci, quindi non falsificabili né duplicabili, che vengono applicati tramite blockchain a file digitali come foto e audio così da autenticarli, crittografarli e renderli negoziabili al pari di beni reali: con tanto di prezzo e una proprietà chiaramente attribuibile.

Finora gli Nft sono stati usati soprattutto nel mercato multimilionario delle opere d'arte virtuali. Maori è tra i primi che ne ha applicato il potenziale ai videogiochi. E a permetterglielo è stato il tessuto imprenditoriale di Milano. È qui che quattro anni fa la sua Mangrovia Blockchain, una *software house* fondata con alcuni colleghi, ha stregato Angelomario Moratti, figlio dell'ex patron dell'Inter. «La sua holding ha rilevato la maggioranza di Mangrovia e ha investito in *CyberDeck* aiutandoci a dare corpo a un'idea nata nel 1993 ma fino ad allora mai decollata», racconta Maori.

Il gioco, disponibile nella versione beta da giugno, è ambientato in un universo a tinte cyberpunk dove quattro fazioni si contendono i nodi di un'enorme blockchain. Personaggi, armi ed eventi sono incarnati in figurine che l'utente deve accumulare e organizzare in un mazzo con cui sfidare gli avversari secondo dinamiche a metà tra Risiko e *card-games*. «A ogni carta sottostà un Nft che potrà essere venduto sul mercato in cambio di denaro o di criptovalute come *Bitcoin* o *Ethereum*», spiega



Un utente alle prese con *CyberDeck*, il primo videogioco italiano basato su *Non-fungible tokens* (foto di Lorenzo Rampa)

Maori. «Questo mercato sarà secondario: si potranno commerciare le singole carte solo su un *exchange* esterno a *CyberDeck* mentre sul sito ogni acquisto sarà limitato a pacchetti e potrà essere pagato anche in "gettoni"». Una meccanica sufficiente, per l'informatico, a smorzare la speculazione senza privare la piattaforma di un guadagno e i *gamer* del controllo sugli asset digitali: «Nulla esclude che gli stessi "gettoni" diventino oggetto di compravendita ma noi ne distribuiremo gratis all'iscrizione e in occasione di vittorie o altri eventi. In tal modo, chi è bravo o non vuole spendere soldi potrà comunque giocare al pari di chi cerca il guadagno».

Per Maori il futuro del settore passa da qui e il mercato sta iniziando a capirlo: «Le major avranno accesso a un pubblico enorme grazie all'uso di blockchain private e quindi economicamente sostenibili; i

giocatori vivranno un'esperienza gestionale a 360° da cui potranno ricavare, se dotati, anche un mestiere». La stessa convinzione ha guidato a Milano anche Antonio Paone e Fabio Mazzerò, due universitari torinesi che hanno scelto la città come base per la loro *Ipermatch*. Si tratta di un'app in cui scambiare giocatori di Serie A "tokenizzati" sia per creare un team con cui giocare sia per scommettere sulle fluttuazioni di valore subite dagli *avatar* in base alle prestazioni dei calciatori reali. Un *concept* che promette di intercettare l'ampio bacino dei tifosi di calcio e cavalcare l'onda degli e-sports. A breve i primi token verranno acquistati dagli utenti, che poi saranno smistati in gironi dove accumulare punti validi a stilare una classifica finale. Ci saranno premi in pacchetti mentre gli scambi di Nft avverranno in *Ipercoin*, criptovalute validate dalla blockchain del partner Noku e usabili sul suo *marketplace*.

La passione per la "magica" non conosce distanze



Il presidente del Roma club Milano, Giuseppe Barra (foto di Giuseppe Barra)

Il Roma club Milano: un grande feudo giallorosso nel nord Italia

di ANDREA LUCIA
@andreLuc8

Nell'aprile del 2010 José Mourinho era il rivale numero uno della Roma di Claudio Ranieri e un gruppo di amici si ritrovava nello stesso pub in zona Lambrate per guardare insieme le partite e sognare lo scudetto. Così nasceva il primo Roma club Milano, divenuto ben presto un punto di riferimento per i tifosi romanisti del nord Italia e fonte d'ispirazione per realtà simili anche in Europa. Giuseppe Barra ne è il presidente: chissà se un decennio fa lui e i suoi soci avrebbero immaginato che proprio quel rivale reo di aver infranto i loro sogni avrebbe annunciato con un «Daje Roma» il suo approdo sulla panchina giallorossa.

«Siamo tutti contenti ma ho anche qualche perplessità, troppe volte ci siamo esaltati all'inizio senza poi festeggiare nulla». Non sembra di ascoltare l'opinione del romanista medio che respira l'aria della capitale, dove il calcio non è solo passione ma cultura ed esaltarsi in anticipo è naturale. Che siamo a Milano lo si capisce anche dall'approccio diverso al tifo. «Quello del tifoso è un lavoro:

c'è chi lo fa (interisti e milanisti) e chi lo è (i romanisti)», spiega Giuseppe Barra, che vive qui da anni e dimostra l'influenza milanese con la sua cauta scelta dello Special One.

L'atmosfera che si respira al pub Hemingway Café, sede del Roma club Milano, sembra essere l'antitesi dell'ambiente romano, che si divide per qualsiasi cosa in una guerra quotidiana tra correnti ideologiche e altri interessi. «Il nostro club è come la livella di Totò», parafrasando la celebre poesia dell'artista napoletano. In questo caso a rendere tutti uguali, ricchi e poveri, non è la morte ma la Roma. Dall'avvocato in carriera al lavoratore più umile, dal tifoso più eccentrico a quello più silenzioso: tutti uniti da un amore incondizionato.

Gli oltre 120 iscritti, tutti presenti in un gruppo WhatsApp, vengono da Milano e provincia e molti si ritrovano al club non solo per programmare una trasferta o vedere la partita su un maxischermo. «Più di 50 persone prenotate per un inutile Roma-Crotone non sono un caso, ormai siamo diventati una famiglia», dice orgoglioso Barra. «Altri dicono

di avere 300 soci, ma vanno a vedere le partite in 12... io ho voluto che gli iscritti lo fossero per davvero, partecipando alle tante attività che si organizzano».

Tornei di calcetto e aperitivi, presentazioni di libri e cineforum, come l'ultima proiezione in Bicocca del documentario su Francesco Totti recentemente premiato ai David di Donatello. L'affiliazione alla Onlus Utr (Unione tifosi romanisti) consente poi di fare anche tanta beneficenza, come le donazioni all'«Operazione Ricominciamo» per le vittime del terremoto umbro-marchigiano del 2016.

Attività, queste, che si stanno pian piano riprogrammando. «Sono sicuro che ritornerà tutto come prima e non vediamo l'ora di andare a San Siro». Quando la Roma gioca qui, contro Inter o Milan, si muove la macchina organizzativa del club e una rappresentanza va a salutare la squadra nell'albergo alla vigilia. Quella del ritorno di Mourinho sarà speciale per i tifosi nerazzurri. Figuriamoci per il piccolo angolo giallorosso a Lambrate.

Alla ricerca delle proprie radici

Il fondatore dell'Anfad racconta le difficoltà di figli e genitori adottivi
«Ognuno vive un'esperienza diversa ma le reazioni si somigliano»

di **ELEONORA PANSERI**
@eleonorapanseri

Lo stop ai viaggi imposto dalla pandemia ha impedito a quasi 3mila coppie italiane di spostarsi per incontrare i figli adottivi nei loro Paesi di origine. Ne abbiamo parlato con Manuel Antonio Bragonzi, fondatore e presidente di Anfad, l'Associazione nazionale figli adottivi che dal 2019 organizza attività di supporto per ragazzi adottati e genitori adottivi. Bragonzi nasce a Sant'Elena, in Cile, nel 1976. Dopo aver visto il nonno uccidere la madre, decide di scappare nel bosco e ci rimane dai cinque agli otto anni quando viene adottato da una famiglia italiana e arriva a Milano.

Lei ha vissuto in prima persona l'adozione e ha raccontato la sua storia in un libro, *Il bambino invisibile*, uscito nel 2012. Qual è l'insegnamento che ha lasciato e che può trasmettere attraverso l'associazione?

Al contrario di tanti ragazzi adottati, io non sono stato abbandonato: ho conosciuto mia madre, anche se per poco, e ho vissuto un'esperienza, quella nel bosco, che mi ha fatto accettare e guardare il dolore con occhi diversi. So da chi sono nato, ricordo e conservo tutta la mia storia, un percorso doloroso ma anche di crescita e meditazione. Con le persone volevo condividere l'idea che ci può essere bellezza anche nel dolore, che esiste sempre una soluzione per le difficoltà che ragazzi e genitori adottivi possono avere, se queste vengono affrontate

con gli strumenti giusti e insieme a dei professionisti.

Quali sono le attività principali dell'Anfad?

Organizziamo incontri con esperti e momenti di condivisione tra persone adottate. Nel secondo caso c'è chi si racconta in modo aperto e spontaneo. Le persone sanno di essere in un ambiente dove vengono capite, dove

emergono i traumi dell'abbandono e le domande sulle origini che sono estremamente importanti per tutti, in realtà. Abbiamo tutti bisogno di sapere chi siamo e da dove veniamo, di conoscere le nostre radici.

Il caso della coppia di Firenze bloccata in India per adottare una bimba ha fatto emergere i limiti imposti dalla pandemia. Come associazione, quali ostacoli avete incontrato in questo periodo?

Il periodo della pandemia è stato complicato perché per molto tempo i bambini sono rimasti in attesa dei genitori adottivi che non potevano raggiungerli nei loro Paesi. Recentemente abbiamo avuto contatti con coppie che sono riuscite a partire e rientrare in Italia senza problemi. Una di queste, per esempio, ha incontrato i figli adottivi in Colombia e non ha avuto particolari difficoltà.

Più in generale, che cosa si potrebbe fare, nell'immediato futuro, per aiutare le adozioni internazionali?

Qualche tempo fa due genitori mi hanno fatto una proposta interessante: vaccinare le coppie che hanno avviato le procedure per l'adozione internazionale, per far loro incontrare i figli che li aspettano da più di un anno. Per i bambini dev'essere stato tremendo sapere di avere dei genitori senza poterli vedere. Sono attese dolorose per entrambi ma non bisogna pensare solo ai genitori, che spesso hanno gli strumenti per gestire questo tipo di situazioni. Non bisogna dimenticare la tutela dei bambini.



Manuel Antonio Bragonzi, presidente dell'Associazione nazionale figli adottivi

non ricevono risposte banali. Anche ai genitori diamo un sostegno, cerchiamo di aiutarli a capire cosa provano i loro figli e come comportarsi. Ognuno vive un'esperienza diversa ma ci sono domande che appartengono un po' a tutti, atteggiamenti e reazioni che si somigliano.

Quali problematiche ricorrono più frequentemente nei casi che affrontate?

In età adolescenziale, ma non solo,