QUINDI

Periodico del master in giornalismo dell'Università IULM - Anno 6 - Numero 5 - 29 marzo 2019

SocialCity

SOMMARIO

MILANO

SOCIETÀ Milano, il capoluogo delle web stars
di Niccolò Bellugi e Virginia nesi 3

SOCIETÀ Il lato oscuro degli influencer, il prezzo della popolarità 9
di Martina Soligo e Ilaria Quattrone

SPORT Un calcio alla civiltà 13
di Benny Mirko Procopio e Andrea Bonafede

EVENTI Più Fuori che Salone 16
di Eleonora Fraschini e Daniela Brucalossi

SOCIALE Un camion rosso per curare gli invisibili 20
di Sofia Francioni

C'È POSTO PER TE 23
a cura di Ivan Casati e Mauro Manca

THAT'S MILANO 25
a cura di Francesco Li Volti

Milano, il capoluogo delle web stars

di NICCOLO' BELLUGI e VIRGINIA NESI

Chiara Ferragni, Frank Matano, Greta Menchi, Chiara Biasi, Favi J, Gilda Ambrosio, Valentina Coco e Zaira Zarotti. Fashion influencer, youtuber, food blogger e artisti, le cui traiettorie professionali hanno un comun denominatore: Milano. Queste celebrità social - non milanesi - infatti proprio nel capoluogo meneghino sono riuscite a fare della loro popolarità social un lavoro. Se non addirittura un'impresa. Questa città è divenuta lo scenario di fondo dei loro affari. Con il

quadrilatero della moda, le agenzie di comunicazione, palazzi all'avanguardia e quartieri di lusso, Milano è infatti oggi la meta più gettonata per chi sogna maggiore popolarità nel mondo dei social network. La storia di Chiara Ferragni, regina della rete, lo dimostra. Nata a Cremona il 7 maggio del 1987 è, con i suoi 32 anni non ancora compiuti, la fashion influencer più potente del mondo. A definirla così è la rivista internazionale Forbes mentre il suo blog The Blonde Salad è diventato un caso di studio dell'università di Harvard. La Ferragni è stata una delle prime ad emigrare all'estero per seguire i suoi sogni nel mondo della moda e del business. Prima di trasferirsi a Milano e vivere con la sua famiglia nel quartiere di CityLife ha trascorso tre anni della sua vita in California. «L'aver vissuto a Los Angeles dal 2013 al 2016 mi ha permesso di essere riconosciuta a livello internazionale, ma Milano ha dato l'inizio a tutto», ha detto l'imprenditrice digitale in un'intervista al quotidiano spagnolo El Mundo. «È a Milano dove ho trovato la spinta per partire», commenta l'amica della Ferragni, Chiara Biasi, che vive attualmente a Milano anche se la sua città

CHIARA FERRAGNI

Imprenditrice digitale e ideatrice di The Blond Salad e Chiara Ferragni Collection.

FRANK MATANO

Youtuber, comico, attore italiano e conduttore di Italia's Got Talent.

d'origine si trova lontana dal capoluogo lombardo. Nata a Pordenone il 28 marzo del 1990, si è trasferita a Milano per studiare e poi vi è rimasta immergendosi nel mondo delle celebrità milanesi. La stessa Chiara la convinse ad aprire il suo blog personale – www.chiarabiasi.it- e oggi, più che celebre fashion blogger, preferisce definirsi come "lifestyle influencer". Nei suoi profili social non parla infatti solo di moda, ma anche di viaggi, benessere e stili di vita. C'è poi lo youtuber Frank Matano, oggi giudice di Italia's got talent: la sua storia inizia davanti a un pc in Santa Maria Capua Vetere, pubblicando video di scherzi telefonici. Ma Frank il salto di qualità lo fa proprio a Milano, pubblicando storie di vita domestica tra coinquilini alle prese con i problemi di convivenza e studio. Adesso il comico ha abbandonato il web per dedicarsi alla TV e al cinema. Altro milanese naturalizzato è Favi J, all'anagrafe Lorenzo Ustuni, youtuber torinese, classe '95, che si è trasferito in città all'inizio della sua carriera social, è stato

CHIARA BIASI

La fashion blogger più cliccata del web.

FAVIJ

Il più famoso youtuber d'Italia.

notato dall'azienda Web Stars Channel e ha continuato ad occuparsi di gaming e intrattenimento per i più giovani. E ancora Gilda Ambrosio, 27 anni, napoletana doc ma che ormai, da quanto si è trasferita per laurearsi in moda all'Istituto Marangoni, vive in pianta stabile nel capoluogo lombardo. Del resto non poteva che essere la moda il collante tra le due città. Nel 2016 Gilda fonda insieme all'amica Giorgia Tordini il suo marchio fashion Attico, che presenta la sua prima collezione nel febbraio dello stesso anno. Da allora il brand non ha più smesso di avere successo, tanto che i suoi esclusivi abiti sono stati indossati da star internazionali come Katy Perry, Emily Ratajkovski, Rosie Huntington-Whitley ed ovviamente Chiara Ferragni. A contribuire al successo dell'azienda, manco a dirlo, i grandi numeri di Gilda su Instagram dove supera i 5mila follower. Di Catania è invece Valentina Coco, classe '76, che però vive e lavora tra Milano e Pavia. Laureata in Ingegneria Edile ed Architettura si è ritrovata, dopo aver perso il lavoro, a convertire la sua passione in

una professione ed è così cominciata la sua carriera da fashion blogger nella città meneghina. Greta Menchi è invece una youtuber romana, classe ’95, che ha iniziato postando video su facebook nel 2013, ma ha raggiunto il massimo successo su YouTube e Instagram. Adesso vive a Milano e ne sono prova gli sfondi- Duomo delle sue stories. Dopo il successo sul web, Greta è entrata nell’etichetta discografica di Fedez e J-Ax, Newthopia, ha fatto parte della giuria di Sanremo 2017 e ha anche scritto un libro “Il mio libro sbagliato”, dove si racconta come ha sempre fatto sul suo canale YouTube. C’è infine l’artista veneziana Zaira Zarotti, che dice: “A Milano ho scoperto l’indipendenza: qui ho capito cosa avrei voluto fare della mia vita – ride – più o meno”. Creatrice di The Freaky Table, sito online dedicato al cibo, al lifestyle, alla fotografia e alle ceramiche Raku, Zarotti ha vissuto a Venezia, Milano e Parigi. L’artista propone nella sua pagina web oggetti con un design che si ispirano a elementi della tradizione estetica “Wasa-sabi” della ceramica giapponese con uno stile sobrio ed elegante.

MARTINA CERA

Sul suo profilo Instagram sceglie altri temi per le sue stories: fenomeni migratori, diritti umani e politica globale.

MARTINA: "SU INSTAGRAM PER PARLARE DI DIRITTI E MIGRAZIONI"

di SOFIA FRANCIONI e LUCIO VALENTINI

Se su Instagram moda, food e viaggi vanno per la maggiore, Martina Cera sul suo profilo @martina.ce, (6mila followers) sceglie altri temi per le sue stories: fenomeni migratori, diritti umani e politica globale. Genovese, classe 1994, studia relazioni internazionali con un curriculum in Cooperazione all'università Cattolica di Milano. «In questa città ho scoperto la passione per il Mediterraneo e per la geopolitica dei Paesi che si affacciano su di esso» – scrive presentandosi sul suo blog Altra rotta. La incontriamo nella sede del Pd in via Marcona 101, dove è stata invitata a tenere un convegno, "Instagram in 15 secondi".

Martina, quale credi che sia la tua funzione su Instagram?

La mia mission, se così la posso chiamare, è smentire le fake news che circolano sulla rete e combattere la strumentalizzazione politica.

Adesso siamo nella sede del Pd, ma tu fai parte di qualche partito?

Non dico per chi voto, perché allontana le persone, ma la mia area politica è quella della sinistra. Comunque anche se partecipo ad iniziative del PD, sono contraria ad alcune loro scelte fatte come ad esempio la strategia di Minniti sulla Libia, che ha bloccato l'afflusso di migranti in Italia

Vedi la possibilità di risolvere la situazione dei campi di detenzione libici?

Dobbiamo sicuramente rivedere gli accordi con la Libia, di cui noi finanziamo la guardia costiera. Mi aspetto il mantenimento delle promesse della conferenza di Palermo e il rispetto della Road Map dell'Onu.

Il lato oscuro degli influencer, il prezzo della popolarità

di MARTINA SOLIGO e ILARIA QUATTRONE

Like, cuoricini e IG Story: qual è il prezzo da pagare per diventare un influencer di fama mondiale? Il mondo di queste nuove star non è poi così perfetto. Nonostante, in molti casi, i guadagni siano elevati l'occhio virtuale attivo 24 ore su 24 non lascia scampo: ogni minimo errore può costare caro. Apparentemente a scendere sono solo i follower, ma calano anche profitti e popolarità.

Se i protagonisti del vecchio star-system potevano assicurarsi dei momenti privati e avere giudici meno severi, Instagram ha reso le cose più complicate. I Vip nati sui social – e anche quelli che ci sono arrivati in un secondo momento – per mantenere la loro popolarità sono costretti a postare

ogni loro momento di intimità. Spesso questo ha scatenato polemiche, critiche e scandali.
Il più recente riguarda la 29enne Yovana Mendoza, nota come Rawvana. L'influencer, con un milione e 300mila follower, è nota per essere una crudista vegana. Sul suo profilo affermava, infatti, di cibarsi solo di frutta e verdura cruda. Qualche giorno fa, durante una vacanza a Bali, un'amica l'ha filmata al ristorante inquadrando anche il piatto che conteneva del pesce. La ragazza ha cercato di nascondere l'imbarazzo, spostando in avanti gli avambracci ma il fatto non è sfuggito all'occhio attento dei suoi follower. Il suo profilo è stato bersagliato da migliaia di commenti pieni di icone di pesci e insulti, tra i quali c'era chi le ha consigliato di trovarsi «un buon psichiatra». Rawvana è stata costretta a scusarsi con un video di 33 minuti, in cui ha spiegato dettagliatamente i problemi di salute che l'hanno portato a dover integrare delle proteine nella sua dieta. Questo però non le ha ridato la sua popolarità.
In casa nostra le cose non vanno diversamente. Anche la regina degli influencer, Chiara Ferragni con i suoi 16 milioni di follower, è stata vittima di attacchi e insulti. Il motivo? Il compleanno del marito Fedez organizzato all'interno del supermercato Carrefour a CityLife a Milano. Durante i festeggiamenti, rigorosamente trasmessi in diretta su Instagram, gli amici e i parenti si sono scatenati. Secondo il giudizio dei follower, anche fin troppo! A farli infuriare il lancio di una foglia di lattuga e di un panettone da parte del rapper. I seguaci della coppia hanno commentato fin da subito l'accaduto accusando i due di

FESTA AL CARREFOUR

Chiara Ferragni ha organizzato una festa a sorpresa per il compleanno di suo marito Fedez all'interno del Carrefour di CityLife scatenando diverse polemiche.

sprecare il cibo. Le giustificazioni e il tentativo di placare gli animi dichiarando che i prodotti sarebbero stati donati in beneficenza non hanno però fermato la polemica che si è protratta per giorni.
Tra gli influencer molto spesso troviamo anche volti emergenti della televisione. La categoria più seguita è quella dei personaggi del programma di Maria de Filippi "Uomini e Donne". Valentina Dallari, ex tronista, alla fine del programma è diventata un volto noto di Instagram. La 25enne però non è riuscita a reggere le pressioni che questo nuovo ruolo le imponeva: essere bella, perfetta e soprattutto magra. All'inizio del programma, il suo peso era di 60 kg. In poco tempo è arrivata a pesarne 37. L'anoressia di Valentina è nata sui social: «in questi luoghi il tuo corpo non è solo tuo, ma anche di tutti quelli che mettono il like». Nella sua testa 1 kg perso significava avere 1 follower in più. Era diventato quasi un dovere per il suo pubblico. L'obiettivo era quello di essere più giusta, più cool e più nel giro attirando così nuovi sponsor e diventando una donna di successo. Valentina oggi sta meglio, sta riprendendo un po' di peso ma per lei il cammino è ancora lungo. Oggi ha anche aperto un blog in cui parla di anoressia.
Il tribunale di Instagram non è quindi solo composto da follower, ma anche da sponsor che vedono negli influencer una ricca occasione di guadagno. Il mercato divide queste web star in: micro e macro. I macro comprendono volti come Chiara Ferragni o Chiara Biasi, il cui ingaggio si aggira intorno ai 10mila euro per ogni post pubblicato. Per i micro invece le aziende

VALENTINA DALLARI

Ex tronista di "Uomini e Donne" diventata anoressica dopo il suo approdo su Instagram.

muovono cifre inferiori: per ogni influencer con una media di circa 100.000 follower, i prezzi si aggirano intorno ai 200 euro per post. Il costo varia in base alle direttive che l'azienda fornisce. I grandi brand preferiscono rivolgersi ai macro influencer perché hanno una platea mondiale e un engangement migliore. Le piccole aziende invece preferiscono i micro. I loro pubblici sono più ristretti, ma più fedeli. Molto spesso tra i micro vi sono anche coloro che possiedono meno di 100.000 follower, ma vogliono aumentare il numero di seguaci e accettano anche sponsorizzazioni gratuite. Le agenzie di comunicazione alle quali le aziende si affidano per la ricerca delle web-star hanno inoltre il compito arduo di verificare la veridicità dei follower. Spesso infatti molti micro-influencer hanno la tendenza di comprare i seguaci rendendo così inutile la sponsorizzazione del brand. Le agenzie hanno allora affinato le loro tecniche di ricerca: troppi ristoranti e follower con nomi improbabili sono sintomo che qualcosa non va. A tal proposito, Instagram vuole bandire like, commenti e profili falsi così da garantire maggior trasparenza anche di chi ha fatto di questo social il proprio lavoro.

RAWVANA

L'influencer è nota per essere una crudista vegana. Qualche giorno fa è stata sorpresa a mangiare pesce fritto.

Un calcio alla civiltà

di ANDREA BONAFEDE e BENNY MIRKO PROCOPIO

Mancano cinque minuti al termine di Inveruno-Casale, quando Umberto (nome di fantasia), stanco dei continui insulti rivolti alla terna arbitrale, chiede ai tifosi ospiti di smetterla. Pur trattandosi di calcio giovanile, la categoria della Juniores Nazionale (17/18 anni) ha una certa importanza. Un gruppo di genitori passa l'intera partita a offendere pesantemente il direttore di gara e i suoi assistenti. Uno di questi è una ragazza, la guardalinee, e ha la sfortuna di trovarsi proprio sotto la "curva" del Casale. «Torna in cucina» è solo uno dei tanti insulti che è costretta a ignorare, e neanche il più violento. Se l'arbitro è per definizione cornuto, la guardalinee è "una poco di buono". Stereotipi e riferimenti sessuali si sprecano, l'assistente è diventato ormai il bersaglio di quei genitori-ultras. Genitori prima che ultras, padri e madri che augurano il peggio ai coetanei dei propri figli. Umberto, accompagnato dal fratello Riccardo, per tutta risposta viene minacciato da uno dei più facinorosi del gruppo. Riccardo accorre in suo aiuto, e volano quindi gli spintoni. Scene che per coloro i quali non frequentano i campi da gioco delle categorie minori potrebbero sembrare fuori dal comune, ma che per gli addetti ai lavori sono la norma-

lità. Attimi di tensione scatenati da un vortice di violenza che ogni domenica inizia al primo minuto e finisce al novantesimo. Il triplice fischio ha infatti il potere di rimettere in sé tutti i presenti allo stadio. Gli ultras tornano ad essere genitori, le curve si sciolgono e gli screzi si appianano. Inveruno-Casale non fa eccezione, la rissa si seda e tutto torna alla normalità. O quasi. Perché quello che resta è l'amaro in bocca degli arbitri insultati, che per correre dietro alla loro passione devono sopportare ingiurie e minacce. Rimane la vergogna di quei 22 giocatori costretti ad assistere al comportamento ignobile dei propri genitori, che utilizzano la partita dei figli come valvola di sfogo dove mostrare il peggio di sé.

Sedriano-San Leonardo. Semifinale di ritorno dei playoff, campionati provinciali categoria Juniores. Già nella partita di andata c'erano state tensioni, in particolar modo nei confronti dell'arbitro, accusato dai genitori dei ragazzi della San Leonardo di aver concesso un rigore molto generoso a favore del Sedriano; un penalty che avrebbe poi deciso il match. Gli ospiti si portano dietro gli strascichi della prima sfida, tanto è vero che dagli spalti srotolano e appendono uno striscione con una scritta che rimanda alla decisione contestata di pochi giorni prima, con una frase al veleno anche nei confronti della società Sedriano. Il clima prepartita non si può certo definire pacifico. I loro ragazzi scendono in campo determinati, ma la gara si svolge ampiamente dentro i limiti della correttezza. La situazione invece degenera fuori dal rettangolo verde. Per gran parte della partita, i genitori della San Leonardo criticano ogni decisione arbitrale, con commenti che a volte risultano piuttosto pesanti. Fino a che uno di loro non si lascia sfuggire una frase offensiva nei confronti della "forma fisica" di un gio-

VIOLENZA

Sono sempre di più gli episodi di violenza che si verificano durante le partite delle categorie minori.

catore del Sedriano. Parole che, a quel punto, mandano su tutte le furie i genitori dei ragazzi del Sedriano, già oltre il limite della sopportazione, e in particolare il padre del destinatario dell'offesa. Quello che succede dopo è solo uno spettacolo raccapricciante per il calcio, ma soprattutto per dei ragazzi di 17/18 anni. Si alzano le mani, volano gli schiaffi e forse qualcosa di più. La gente fatica a dividere i due, caratterizzati oltretutto da una stazza fisica da pesi massimi. Non finisce male, per questa volta, solo perché tutti gli altri genitori si coalizzano nel tentativo di non far scoppiare una rissa che metta in secondo piano la partita e la sua importanza per coloro che la stanno disputando.

San Vittore Olona-Ticinia, gara valevole per il campionato Giovanissimi fascia B, equivale a dire ragazzini di massimo 14 anni. Questo non ferma però i genitori-ultras, la cui violenza sembra invece inversamente proporzionale all'età dei giocatori. Per buona parte della gara un padre bersaglia, oltre al malcapitato arbitro, diversi ragazzi. Il tormentone più ricorrente è: «Fagli male, spezzagli le gambe!». Una madre s'indigna e lascia il campo dell'oratorio, ma questo non basta a fermare lo pseudo-tifoso. I figli iniziano a risentire del nervosismo dei padri e la partita s'infiamma. Uno dei genitori presenti sbotta, si dirige verso il sostenitore esagitato e lo strattona. «La devi smettere» gli urla, mentre l'altro fa il gesto di togliersi la giacca. I due vengono a contatto, il più nervoso finisce a terra, tutti intervengono a dividere i due prima che la situazione degeneri. Un dirigente dei padroni di casa allontana il genitore-ultras, che però la prossima partita sarà di nuovo tranquillamente a bordo campo, a incitare alla violenza i propri ragazzi.

VERGOGNA

Molte volte sono gli stessi ragazzi a dover riprendere i propri genitori a causa del loro comportamento.

Più Fuori che Salone

di ELEONORA FRASCHINI e DANIELA BRUCALOSSI

Nessun evento rappresenta la Milano eclettica, cosmopolita e sempre in fermento come il FuoriSalone.

Ogni anno, nel mese di aprile, la città non dorme per sette giorni, in balia del ciclone modaiolo della Design Week, il più importante evento internazionale di arredamento e progettazione che nell'edizione dello scorso hanno ha contato 434mila presenze da 188 Paesi. Durante questa settimana coesistono due mondi paralleli: il Salone Internazionale del Mobile nei padiglioni di

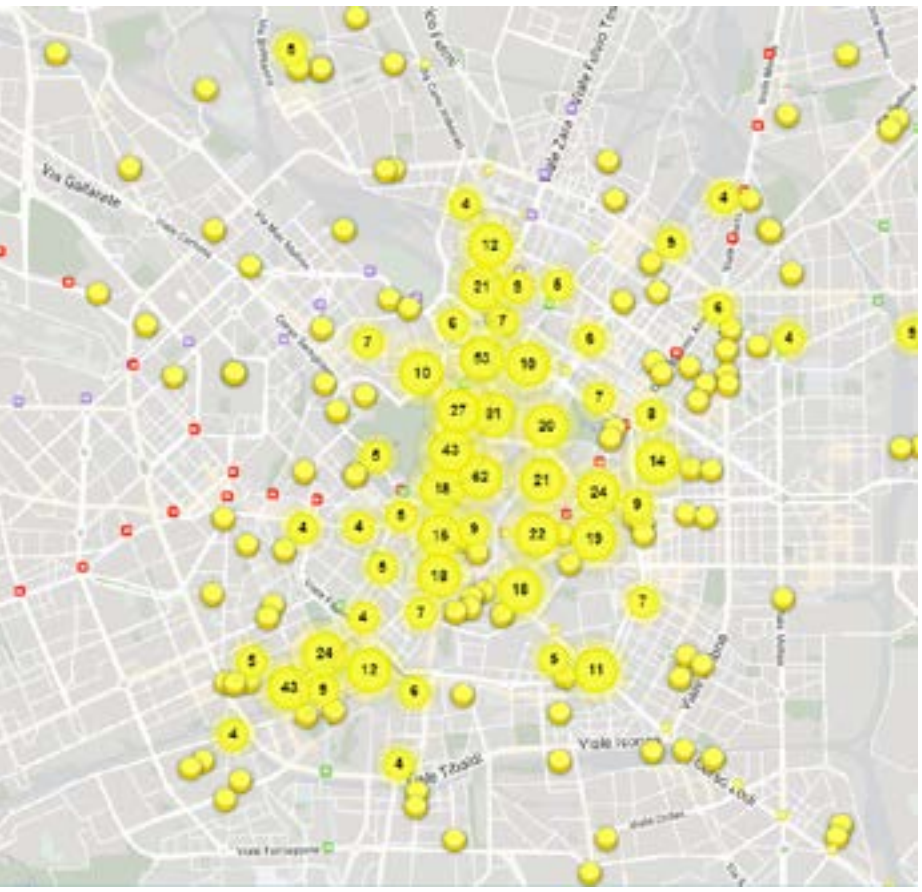
Rho Fiera e i corrispondenti eventi del FuoriSalone, distribuiti su tutta l'area milanese.
«Migliaia di curiosi affollano showroom, locali, giardini, chiostri, università e possono toccare con mano un mondo, quello dell'arredamento, spesso non molto conosciuto. Negli ultimi anni, l'evento ha visto un'espansione anche a molti settori affini, tra cui automotive, tecnologia, telecomunicazioni, arte, moda e food» racconta Romeo Sozzi, Ceo del brand Promemoria e storico espositore.
Secondo Paolo Casati, fondatore di Studiolabo, la web agency di riferimento dell'evento, e autore del progetto Brera Design District, la formula del FuoriSalone non ha subito dei mutamenti sostanziali nel corso delle diverse edizioni. Si sono invece verificati degli spostamenti delle zone di interesse: «negli anni sono nate nuove aree mentre altre hanno iniziato una fase di declino. Spesso gli espositori migrano per motivi logistici, ma non è tanto il luogo ad essere importante quanto il progetto».
Anche alcuni espositori hanno notato dei cambiamenti, come spiega Romeo Sozzi: «all'inizio eravamo meno, ora gli eventi si sono allargati. Quando i numeri aumentano, la competizione sale, ma spesso la qualità di quello che si espone ne risente.

10 ANNI DI BRERA DISTRICT

Paolo Casati, creatore di Brera Design District: «negli anni sono nate nuove aree di interesse mentre altre hanno iniziato una fase di declino».

Credo che il grande cambiamento dunque sia per il pubblico, gli interessati, che devono destreggiarsi tra tutti questi eventi».

Una novità di quest'anno riguarda invece le date: solitamente quelle di Fiera del Mobile e FuoriSalone coincidevano. Da quest'anno invece, «il FuoriSalone inizia lunedì 8 aprile, con moltissime preview già da domenica, mentre il Salone, come da tradizione, partirà martedì. Questa novità si deve a Miart (la fiera internazionale d'arte moderna e contemporanea) che chiude il 7, fondendosi così con la nostra apertura. Molti progetti sono cross: pur facendo parte del FuoriSalone, saranno già visibili come anticipazioni al Miart».



EVENTI IN TUTTA MILANO

Andrea David Cuman, storico del FuoriSalone, è diventato il modello per le diverse week milanesi.

Il professor Andrea Davide Cuman, storico del FuoriSalone e partner di Studiolabo, mette in luce alcune novità dell'evento che «è diventato un modello per le diverse "week" milanesi. Non ha perso la sua spinta propulsiva, ma si possono intravedere gli indizi di una nuova fase di maturità».

Un primo segnale di cambiamento nel modo di percepire il FuoriSalone da parte del pubblico e delle istituzioni è il diverso approccio del Comune di Milano, «che da qualche anno ha mostrato segnali di apertura per interloquire con questo evento, che però per fortuna continua a rimanere anarchico nella sua essenza».

A partire dall'anno scorso infatti la città di Milano ha deciso di adottare le istallazioni del FuoriSalone: attraverso il registro "Spazi diffusi del Design", gli espositori possono mettere a disposizione della città le proprie creazioni gratuitamente.

Un'altra novità di questa edizione è la presenza, per la prima volta nella storia del progetto, di eventi con ingresso a pagamento: l'accesso al Ventura Future di via Bergognone prevederà infatti un ticket di 5 euro, con «un'inversione della logica di apertura e inclusività che ha da sempre contraddistinto

ZONA TORTONA

Automobili e oggetti tecnologici per un pubblico generalista.

il FuoriSalone. Un esperimento i cui effetti potremmo capire solo nei prossimi anni» conclude Cuman.

Nonostante la sua portata, il FuoriSalone non è però un evento fieristico: non ha un'organizzazione centrale e non è gestito da un singolo organo istituzionale. Nasce spontaneamente nella "Milano da bere" dei primi anni '80, dalla volontà di aziende attive nel settore dell'arredamento e del design industriale, che vogliono portare il progetto anche "fuori" dal Salone del Mobile, per non essere limitati dagli orari di chiusura della fiera e avere la possibilità di essere presenti in spazi indipendenti in giro per la città. I 2000 sono anni di grande cambiamento, oltre alla Zona Tortona nascono Brera, Ventura-Centrale, Isola, Lambrate, Sant'Ambrogio, Porta Venezia e 5vie.

Paolo Casati spiega che ogni zona si è caratterizzata con una propria identità. «in Brera si trovano il design più tradizionale e i brand più famosi. Quest'anno supereremo i 200 eventi e 350 espositori. Tortona espone automobili e oggetti tecnologici, sulla base delle esigenze degli spazi ospitanti e dei desideri di un pubblico generalista. Ventura-Centrale invece ospita un design di ricerca con installazioni più sperimentali».

Brera Design District, continua Casati, «quest'anno si concentrerà sulla sostenibilità. Partiamo dal concetto storico di sostenibilità legata ai materiali, ma con una visuale a 360°».

Un camion rosso per curare gli invisibili

di SOFIA FRANCIONI

Casi di autolesionismo, aborti, scabbia, bronchiti, influenze e mal di pancia. Donne che si presentano con contraccettivi sottocutanei, impiantati da mesi, perché «prima di partire – dice l'infermiera Camilla Cecchini – sanno già che verranno violentate ripetutamente dai trafficanti». Ragazzi che arrivano con dolori all'addome e alla fine - continua - «hanno solo bisogno di essere abbracciati». Siamo in via Odazio, dove il lunedì mattina dalle 10:30 alle 18:30 il Politruck di Emergency apre le porte ai propri pazienti, domani lo farà in via Faà di Bruno, dopodomani e venerdì all'angolo tra via Vitruvio e via Marcello e il giovedì nel piazzale Selinunte di Milano.

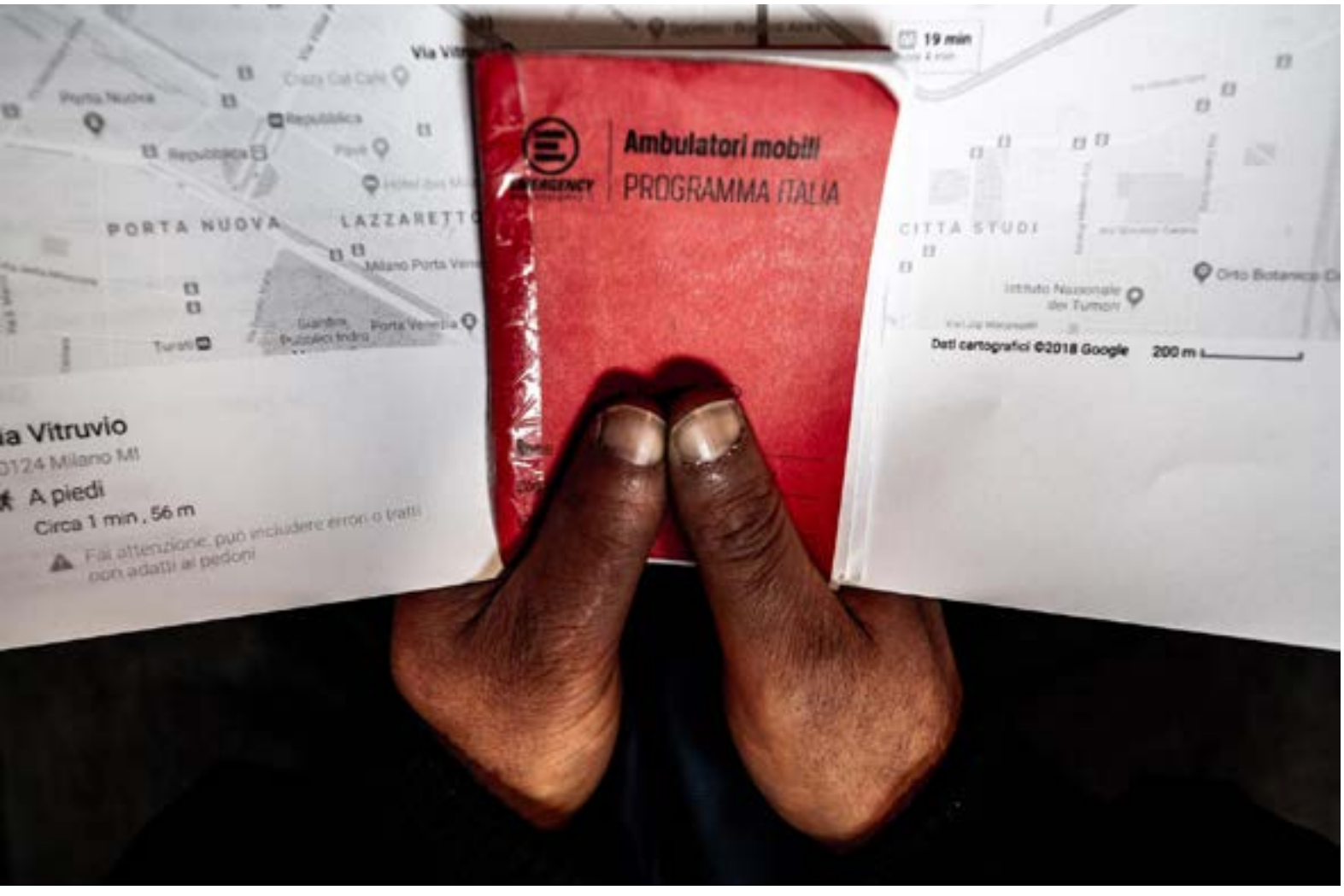
Una sala d'aspetto, un bagno, due ambulatori medici e una sala di mediazione. Il

Politruck di Emergency si riconosce subito, è un camion rosso con una scritta in alto: «Ogni individuo ha diritto alla cure mediche e ai servizi sociali necessari». E in nome di questi due commi dell'articolo 25 della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, un medico, un infermiere, tre mediatori culturali e un autista-logista cinque giorni a settimana offrono gratuitamente a chi lo richiede assistenza sanitaria di base e servizi di mediazione e orientamento medico per facilitare l'accesso alle cure. Si sono rivolte a noi persone di circa 65 nazionalità diverse, ma anche italiani senza dimora e anziani che vivono situazioni di disagio sociale» – ci dice Alice Piazza, mediatrice culturale e coordinatrice di progetto. «Il Politruck cura tra le dieci e le quindici persone al giorno, riusciamo a coprire cinque lingue e da poco abbiamo aperto anche lo sportello di psicologia a Casa Emergency. Le zone scelte per il nostro ambulatorio mobile non sono casuali: Lorenteggio, Giambellino, Calvairate, Molise, Stazione Centrale e San Siro sono zone dove le condizioni di marginalità sono estreme e diffusi, più che altrove, sono il senso di isolamento e abbandono».

IL CAMION ROSSO

Un medico, un infermiere, tre mediatori culturali e un autista-logista cinque giorni a settimana offrono gratuitamente assistenza sanitaria.

Il Politruck di Emergency nasce a Milano del 2015 in collaborazione con il Comune di Milano, la ASL cittadina e l'Agenzia di Tutela della Salute (ATS). Da allora fino al dicembre del 2018,



in quattro anni l'ambulatorio mobile ha accolto precisamente 6.823 pazienti: di cui il 49% sono extracomunitari con permesso di soggiorno, il 27% extracomunitari senza permesso, il 10% italiani, il 9 % cittadini europei irregolari e il 4% comunitari regolari. Per lo più uomini (73%), hanno tra i 18 e i 40 anni (54%), mentre i pazienti minorenni dal 2015 al 2018 sono stati 670. Provengono – in ordine – dal Marocco (18%), Egitto (12%), Romania (11%), Bangladesh (10%), Italia (8%), Senegal (4%) e Tunisia (3%).

«La barriera linguistica ai front office degli ospedali o nelle pratiche amministrativo-burocratiche non permette alle persone, che ne hanno diritto, di accedere al Sistema Sanitario Nazionale; anche se alcuni, come ad esempio i comunitari irregolari, questo diritto nemmeno ce l'hanno e vengono quindi presi in carico da Emergency» – spiega la coordinatrice Alice Piazza. Sono le 15, nel piccolo ambulatorio entra la pediatra Cinzia Reina, che, medico di base a Milano, due volte a settimana visita gratuitamente i bambini all'interno del Politruck. «Perché lo faccio? Per me. Le situazioni al limite degli altri ti aiutano sempre a ridimensionare le tue finte problematiche e a guardarle per quello che sono, delle banalità».

EMERGENCY

Alice Piazza, coordinatrice: «La babrriera linguistica all'ospedale non permette ad alcune persone di accedere al Sistema Sanitario Nazionale, quindi vengono prese in carico da Emergency».

C'è posto per te

ARCHIVIO CA' GRANDA, QUANDO LE GRANDI PELLICOLE BUSSANO ALLA PORTA DELLA STORIA

CINEMA BIANCHINI

Ripropone un tuffo nelle pellicole d'autore all'interno dell'edificio ambasciatore della cultura meneghina.

Seicento anni di storia lombarda racchiuse in un luogo che si riscopre sala cinematografica. L'Archivio storico di Ca' Granda contiene i fascicoli e i documenti originali di quello che fu il policlinico voluto dal Duca Francesco Sforza nel 1456. Un polo ospedaliero che nacque per accogliere i malati più poveri, ma che finì ben presto con l'ospitare tutti coloro che a Milano e dintorni avevano una minima speranza di guarigione. Oggi tra quelle stesse mura il cinema Bianchini ripropone un tuffo nella pellicola d'autore, una selezione d'opere bandiera della settima arte che riprendono vita tra gli scaffali di un edificio ambasciatore della cultura meneghina. Le iniziative del cinema Bianchini si ripropongono da sempre di mescolare i tesori di Milano con la bellezza del cinema nostrano ed internazionale. Sotto volte affrescate, enormi scaffali e lo sguardo attento dei benefattori ritratti nei quadri presenti, ecco che prendono vita i classici di Hitchcock, i monologhi di Woody Allen, le storie di Vittorio De sica e le trame intricate di David Lynch. Sarà possibile prenotare una serata all'archivio Ca' Granda di Via Sforza 32 ancora fino al 14 maggio: l'elenco dei film in programma è disponibile sul sito cinemabianchini.it. Tra le proposte più amate durante la stagione estiva spicca "Il Cinema sui tetti", una proiezione all'aperto sopra la Galleria Vittorio Emanuele, un luogo in cui gli ospiti possono godere di un film al tramonto con la cornice suggestiva del Duomo a fare da sfondo.

MILLELUCI TRATTORIA POP: A CENA CON MINA E LA CARRÀ

In via Rosolino Pilo, a poca distanza da Porta Venezia, udire le note delle hit italiane degli anni ‘60, ‘70 e ’80 è la normalità. La curiosità è che non provengono da un karaoke, bensì da un piccolo locale che coniuga abilmente musica e cucina: il Milleluci Trattoria Pop, un luogo fuori dal tempo, che rievoca atmosfere nostalgiche. L’ambiente non è molto spazioso, ma è particolarmente originale: disco ball, vinili glitterati, parrucche fluorescenti ed effigi delle più celebri popstar italiane fanno da sfondo a piatti della tradizione marchigiana. A rendere il tutto ancor più unico ci pensa la colonna sonora: tra un antipasto e un primo è facile ritrovarsi a intonare a squarciagola i successi di Mia Martini insieme agli sconosciuti del tavolo accanto. Quella del Milleluci è un’esperienza divertente e ai confini con il bizzarro, da provare assolutamente per chi è alla ricerca di qualcosa di inusuale.

L’AGRICOLA: DALLA TERRA ALLA TAVOLA, ALLE PORTE DI MILANO

Per godere della genuinità del chilometro zero non è necessario allontanarsi troppo da Milano: basta raggiungere via Rho a Lainate, nell’hinterland meneghino, dove sorge la Fattoria l’Agricola. Il complesso, oltre ad un allevamento, a un caseificio e una bottega dove è possibile acquistare i prodotti artigianali, include anche un ristorante, un’hamburgheria e una gelateria: in questi luoghi, le materie prime che arrivano dai laboratori adiacenti vengono trasformate in piatti freschi, nei quali l’innovazione incontra la tradizione contadina. Ma L’Agricola è più dei semplici sapori del territorio: la fattoria è aperta alle visite scolastiche, grazie alle quali i bambini della città possono fare conoscenza con gli animali dell’aia e assistere ad una serie di attività, come la mungitura e le successive fasi di lavorazione del latte. Un viaggio nella periferia alla riscoperta dei gusti genuini e di una realtà dimenticata dalla metropoli.

Testi a cura di Ivan Casati e Mauro Manca

THAT'S MILANO

MILANO E LA POESIA: PALAZZO FORMENTINI SI TRASFORMA IN AUDITORIUM IL 22 MARZO

Dalle "Occasioni" di Eugenio Montale ai versetti in afgano del poeta Basir Ahang. Dal nono canto della Divina Commedia alle rime del poeta iraniano Houssein Husseinzadech. Così negli spazi del laboratorio Formentini Milano ha deciso di celebrare la giornata mondiale della poesia. A presentare la serata i poeti internazionali Tomaso Kemeny e la poetessa e scrittrice cubana Maria Pedroso Guerrero, insieme all'italiano Amos Mattio.

BAGNI MISTERIOSI: IL WUNDER MRKT INAUGURA IL MERCATO DEL CARNEVALE MILANESE

Il 9 e il 10 marzo i Bagni Misteriosi del teatro Franco Parenti hanno ospitato il mercato di Carnevale vintage di Milano, con cibo, bevande, spettacoli, musica, workshops, attività per bambini e sfilate con le maschere della Commedia dell'Arte. In una location sensazionale, con una piscina extralusso, in centinaia sono accorsi al maxi evento accompagnati dalla buona musica e dalla bella gente.

SAN PATRIZIO SUI NAVIGLI, SUCCESSO ASSICURATO PER GLI APPASSIONATI DELLA BIRRA

Il St. Patrick Day di Milano ha sempre il suo fascino. Nella suggestiva zona dei Navigli, tinti di verde per l'occasione, non sono stati risparmiati i classici concerti sui balconi, i vertical dj-set, degustazioni e soprattutto dell'ottimo Jameson Irish Whiskey. Tra gli artisti che si sono esibiti Diego Montinaro a.k.a. Sandiego, il quintetto Irish folk Wooden Legs, Bassi Maestro, Andrea Mazzantini alias Mazay ed Andrea Rock di Virgin Radio.

TIRAMISÙ DAY. IL 21 MARZO MILANO È DIVENTATA EXTRA-DOLCE

La terza edizione del Tiramisù Day ha visto come protagonista il Mascherpa, la prima “tiramisuteca” di Milano, in via De Amicis 7. Per 24 ore i milanesi hanno potuto degustare il dolce più amato dagli italiani. Grazie alla tessera Mascherpa Club, dopo 10 consumazioni, i clienti ha ricevuto un delizioso omaggio. Questo perché el 2019 le vendite del Tiramisù si sono aggirate intorno ai 4 milioni.

STRAMILANO 2019: IN 60MILA A CORRERE PER 21 KM AL DUOMO E A PIAZZA CASTELLO

Nuovo record per Milano. Più di 60mila runners hanno invaso la città per attraversarla durante la 48esima edizione della maratona più attesa dai fan della corsa. Gli atleti, provenienti da tutto il mondo, si sono riversati per le strade, diventando un fiume di persone che hanno percorso tre lunghezze di tracciato: 5, 10 e 21 km. Chi ha vinto alla fine? I kenyoti Vincent Kibor Ramoi e Priscah Jeptoo.

PAUL KALKBRENNER AL FABRIQUE PER L'UNICA DATA ITALIANA DEL DJ MADE IN BERLINO

Il fuoriclasse della musica elettronica ha fatto tappa in Italia per far ballare Milano tutta la notte al Fabrique. Il suo tour europeo "Parts Of Life" ha raccontato l'arrivo della techno a Berlino dalla fine degli anni '80. Il DJ tedesco è una sicurezza: basti pensare ai suoi 8 album, al film "Berlin Calling" e alla sua esibizione di fronte a 400mila persone – qualcuno afferma siano state 500mila– durante il concerto alla Porta di Brandeburgo per le celebrazioni pubbliche del 25esimo anniversario della caduta del muro di Berlino.

QUINDI

29 MARZO 19 - N° 5 - A 6

IULM
International University of Languages and Media
Libera Università di Lingue e Comunicazione

Direttore responsabile
Daniele Manca

Editing Alessia Conzonato
Benny Mirko Procopio

In redazione: Beatrice Barbato, Chiara Colangelo, Corinne Corci, Alessandro Di Stefano, Giulia Diamanti, Alessandro Follis, Giulia Galliano Sacchetto, Enrica Iacono, Antonio Lopopolo, Luca Palladino, Federico Rivi, Nausica Samela, Alice Scaglioni, Caterina Spinelli, Alessandro Vinci, Niccolò Bellugi, Andrea Bonafede, Daniela Paola Brucalossi, Ivan Casati, Alessia Conzonato, Sofia Francioni, Eleonora Fraschini, Francesco Li Volti, Mauro Manca, Maria Gabriella Mazzeo, Virginia Nesi, Benny Mirko Procopio, Ilaria Quattrone, Martina Soligo, Lucio Valentini

via Carlo Bo,6 - 20143 - Milano
02/891412771 master.giornalismo@iulm.it
Registrazione Tribunale di Milano n.477 del 20/09/2002

Master in Giornalismo
Direttore: Daniele Manca
Coordinatore organizzativo: Marta Zanichelli
Coordinatore didattico: Ugo Savoia
Responsabile laboratorio digitale: Paolo Liguori
Tutor: Sara Foglieni

Docenti

Roberto Andreotti (Giornalismo culturale)
Adriano Attus (Art Direction e Grafica Digitale)
Federico Badaloni (Architettura dell'informazione)
Luca Barnabé (Giornalismo, cinema e spettacolo)
Ivan Berni (Storia del giornalismo)
Silvia Maria Brasca (Fact Checking & Fake News)
Marco Brindasso (Tecniche di ripresa)
Federico Calamante (Racconto live evento sportivo)
Marco Capovilla (Fotogiornalismo)
Marco Castelnuovo (Social media curation I)
Piera Ceci (Giornalismo radiofonico I)
Massimo Corcione (Giornalismo sportivo)
Cipriana Dall'Orto (Giornalismo periodico)
Nanni Delbecchi (Critica del giornalismo TV)
Andrea Delogu (Gestione dell'impresa editoriale)
Luca De Vito (Videoediting)
Gabriele Dossena (Deontologia)
Stefano Draghi (Statistica)
Lavinia Farnese (Social Media Curation II)
Guido Formigoni (Storia contemporanea)
Marco Fraquelli (Media relations)
Alessandro Galimberti (Diritto d'autore)
Paolo Giovannetti (Critica del linguaggio giornalistico II)
Nino Luca (Videogiornalismo)
Anna Meldolesi (Giornalismo scientifico)
Caterina Malavenda (Diritto Penale e Diritto del Giornalismo)
Micaela Nasca (Laboratorio di pratica televisiva)
Pino Pirovano (Dizione)
Luca Pitoni (Forma grafica delle notizie)
Aldo Preda (Giornalismo radiofonico II)
Davide Preti (Tecniche di montaggio)
Fabrizio Ravelli (Critica del linguaggio giornalistico I)
Roberto Rho (Giornalismo economico)
Giuseppe Rossi (Diritto dei media e della riservatezza)
Claudio Schirinzi (Giornalismo quotidiano)
Gabriele Tacchini (Giornalismo d'agenzia)
Angelo Turco (Geopolitica e informazione)
Marta Zanichelli (Publishing digitale)