



ZAI.NET lab

GIOVANI REPORTER

N° 2 MARZO 2017

"Poste Italiane. Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1 comma 1, DCB Torino n° 2 Anno 2017" - 1,50



ISSN 2035-701X

IL FUTURO? LA CULTURA

Un rapporto svela come si salverà l'Italia



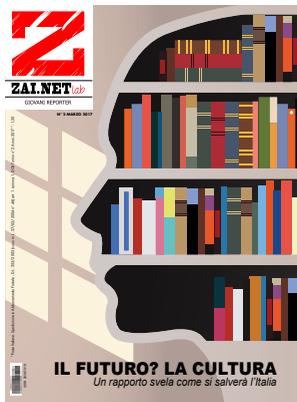


n°2 marzo

ZAI.NET lab
GIOVANI REPORTER

www.zai.net

PASSWORD DEL MESE: SCRITTURA



Zai.net è sempre più interattivo: puoi leggere più contenuti, scoprire le fotogallery, ascoltare le interviste. Come? Scaricando l'App gratuita di Zai.net sui principali Store. Cerca l'area free-pass, digita la password **scrittura** e goditi l'edizione multimediale di questo mese! Clicca sui simboli che troverai sulla pagina e scopri i contenuti extra: foto, video, audio, pubblicazioni etc.

AUDIO



WEB



FOTO



INFOTEXT



VIDEO



INTERVISTA



PAGELINK



PDF



QUESTO MESE HANNO PARTECIPATO



Jacopo Bertella

Ventun anni, di La Spezia, frequenta il terzo anno anno di scienze politiche all'università di Pisa. Molto legato al mondo culturale con grandi interessi in ambito teatrale e cinematografico. Sport preferiti e attivamente praticati sci e tennis. In futuro vuole specializzarsi in giornalismo. Scrive per Zai.net con grande interesse, attività che giudica estremamente avvincente.



Giulia Toninelli

Dicinnove anni, ama la scrittura in tutte le forme: dal giornalismo alla letteratura. Ha da poco pubblicato il suo primo romanzo "In tempesta" e sogna, per il futuro, di diventare giornalista. Crede nell'enorme potere che possono avere i libri; tra le sue altre passioni ci sono la Formula 1 e il cinema. In questo numero, Giulia firma il servizio sulle pari opportunità.



Manuela Marcone

È al suo ultimo anno di liceo classico, in un paese della bella Puglia da cui sogna di partire per il mondo per tornarvi con occhi diversi. Porta sempre un libro in borsa e crede che una poesia di Wisawa Szymborska, la voce di Lucio Battisti e il biglietto di un museo possano curare ogni malumore. Questo mese ci racconta la sua esperienza ai Model United Nations.

Zai.net Lab, il più grande laboratorio giornalistico d'Italia, è realizzato anche grazie al contributo di

Main sponsor



L'ENERGIA SPIEGATA
FESTIVAL DELL'ENERGIA



FONDAZIONE SOTTO I VENTI



Direttore responsabile

Renato Truce

Vice direttore

Lidia Gattini

Coordinamento redazionale

Gaia Ravazzi

In redazione

Francesco Tota, Chiara Falcone,
Maria Elena Buslacchi, Carlo Casarico

Redazione di Torino

Corso Tortona, 17 - 10153 Torino
tel. 011.19856434 - fax 011.0704153
e-mail: redazione@zai.net

Redazione di Genova

Corso Gastaldi, 25 - 16131 Genova
tel. 010.8936284 - 010.8937769
e-mail: redazione.liguria@zai.net

Redazione di Roma

Via Nazionale, 5 - 00184 Roma
tel. 06.47881106 - fax 06.47823175
e-mail: redazione.roma@zai.net

Dal laboratorio costume e società

Giulia Toninelli, Manuela Marcone

Dal laboratorio giovani critici

Chiara Colasanti, Monica Canu,
Adriana Merenda, Jacopo Bertella

Impaginazione

Aurora Milazzo

Fotografie

Fotolia, Emanuela Scarpa

Sito web

www.zai.net

Pubblicità

Mandragola editrice s.c.g.
tel. 011.19856434

Editore Mandragola Editrice

Società cooperativa di giornalisti
via Nota, 7 - 10122 Torino

Stampa

Premiato Stabilimento Tipografico
dei Comuni Soc.Coop
Via Porzia Nefetti, 55
47018 santa Sofia (FC)

Zai.net Lab

Anno 2017 / n. 2 - marzo
Autorizzazione del Tribunale di Roma
n° 486 del 05/08/2002

Pubblicazione a stampa:

ISSN 2035-701X

Pubblicazione online:

ISSN 2465-1370

Abbonamenti:

Abbonamento sostenitore: 25 euro
Abbonamento studenti: 10 euro
(1 anno)

Servizio Abbonamenti

MANDRAGOLA Editrice s.c.g.
versamento su c/c postale
n° 73480790
Via Nazionale, 5 - 00184 Roma

Questa testata fruisce dei contributi statali diretti della legge 7 agosto 1990, n. 250.

●●● L'APPELLO

Il Gruppo di Firenze per la scuola del merito e della responsabilità ha realizzato un appello per il Presidente del Consiglio, la ministra dell'Istruzione e il Parlamento, in cui chiede con una certa urgenza di porre nuovamente al centro della didattica le competenze linguistiche di base. Sottoscritto da 600 professori universitari, l'appello denuncia **l'incapacità degli studenti di scrivere correttamente in italiano**: "È chiaro ormai da molti anni che alla fine del percorso scolastico troppi ragazzi scrivono male in italiano, leggono poco e faticano a esprimersi oralmente".

●●● TRA I PEGGIORI D'EUROPA

Pare che la conoscenza delle strutture grammaticali e sintattiche sia pressoché assente presso i nostri studenti universitari, che per quanto riguarda le competenze linguistiche si collocano ai gradini più bassi delle classifiche europee.

●●● ANALFABETISMO FUNZIONALE

Con il termine si designa l'incapacità di un individuo di usare in modo efficiente le abilità di lettura, scrittura e calcolo nelle situazioni della vita quotidiana. Dice l'OCSE, l'analfabeta funzionale è una persona che sa scrivere il suo nome e che magari aggiorna il suo status su Facebook, ma che non è



capace "di comprendere, valutare, usare e farsi coinvolgere con testi scritti per intervenire attivamente nella società, per raggiungere i propri obiettivi e per sviluppare le proprie conoscenze e potenzialità".

●●● ITALIANI IGNORANTI?

Secondo il linguista Tullio de Mauro, scomparso a gennaio, due italiani su tre non sono in grado di capire un testo scritto o di decodificare il significato di un discorso complesso. L'unica possibilità per modificare un quadro così allarmante è potenziare la scuola e investire risorse nel futuro dei cittadini più giovani.

●●● LAVORARE DIGITALE

Sfatiamo un mito: scrivere serve anche per lavorare. I lavori "digitali" sono spesso associati a percorsi universitari in ambito tecnico-scientifico, ma vi sono una serie di emergenti profili lavorativi dell'industria digitale (o che richiedono competenze digitali), per i quali gli studi umanistici e la capacità di scrittura offrono una formazione di base ideale.

●●● COPYWRITER

Le qualità di un buon copywriter oggi servono anche per fare il direct mail, le newsletter, i post di facebook, i tweet, i comunicati stampa, i testi dei cataloghi online, i white paper, articoli e post di

un blog, ecc. La lista è lunga e in continua espansione poiché le necessità di tradurre in formato testuale e adatto al web (magari in una sintesi di 140 caratteri) informazioni, promozioni, notizie, conoscenza, creando interesse e coinvolgimento, è oggi vitale per ogni attività delle aziende.

●●● WRITER (VIDEO GAME)

Avete presente video giochi come Game of Thrones, The Last of Us, The Final Fantasy, Destiny, Assassin's Creed? Hanno storie molto solide alla base (leggete buoni romanzi!), con personaggi, ambientazioni storiche, dialoghi. In grosse produzioni ci sono diverse persone che si occupano della "storia" poiché l'idea iniziale va lavorata e dettagliata nei minimi particolari, delineando i personaggi e la trama in modo coerente e ricco, costruendo i mondi in cui il gioco si svolge, scrivendo i dialoghi dei personaggi e le parti testuali inserite nel gioco.

●●● CHI SCRIVE SI FA AMARE

E, se volete inviare un messaggio che colpisce al cuore, un post originale, un biglietto d'auguri che si fa ricordare o farvi perdonare, trovare le parole giuste e saperle scrivere fa la differenza: può migliorare le relazioni con chi amate o mettervi in luce con chi non vi aveva mai notato. Provare per credere!

I NUMERI

600

Il numero dei docenti universitari che hanno sottoscritto un appello per mettere al centro della didattica le competenze linguistiche di base.

2 SU 3

Gli italiani che non sanno capire un testo scritto.

1.114

Le scuole iscritte alle Olimpiadi di italiano.

57.424

Gli studenti che vi partecipano.

Ci salverà la **Cultura**

Lo dice un rapporto che contiene una ventata di ottimismo. Saranno la cultura e la bellezza a salvare l'Italia. E gli italiani

C'è un'Italia vivace e attiva, un'Italia presente che già semina il futuro, che guarda avanti con coraggio senza dimenticare la sua storia: un Paese consapevole che la sua cultura dalle radici antiche è oggi il miglior biglietto per entrare da protagonisti in un futuro migliore. È il ritratto che ci consegna l'interessante studio *Io sono cultura, l'Italia della qualità e delle bellezze* sfida la crisi realizzato da Fondazione Symbola e Unioncamere in collaborazione con la regione Marche, dimostrando, dati alla mano, che la cultura è uno dei motori primari della nostra economia. Lo immaginate? Noi no, ma leggendolo e documentandoci scopriamo che è proprio così.

Lo studio racconta un'idea di cultura fatta naturalmente di musei, gallerie, festival, beni culturali, letteratura, cinema, performing arts, ma anche di industrie creative e made in Italy: cioè tutte quelle attività produttive che non rappresentano in sé un bene culturale, ma che dalla cultura traggono linfa creativa e competitività.

Negli ultimi quarant'anni, il made in Italy ha trasformato l'Italia in un Paese che è riuscito ad imporre con forza un'immagine di sé come modernità godibile

all'interno del mercato internazionale. Quindi il design, l'architettura e la comunicazione: industrie creative che sviluppano servizi per altre filiere e veicolano contenuti e innovazione nel resto dell'economia – dal turismo all'enogastronomia alla manifattura – dando vita ad una cerniera, una "zona ibrida" che va dalla manifattura evoluta, appunto, all'artigianato artistico. Veniamo ai numeri.

Al Sistema Produttivo Culturale e Creativo (industrie culturali, industrie creative, patrimonio storico artistico, performing arts e arti visive, produzioni creative-driven) si deve il 6,1% della ricchezza prodotta in Italia: 89,7 miliardi di euro. Ma non finisce qui: perché la cultura ha sul resto dell'economia un effetto moltiplicatore pari a 1,8: in altri termini, per ogni euro prodotto dalla cultura, se ne attivano 1,8 in altri settori. Gli 89,7 miliardi, quindi, ne 'stimolano' altri 160,1, per arrivare a quei 249,8 miliardi prodotti dall'intera filiera culturale, il 17% del valore aggiunto nazionale, col turismo come principale beneficiario di questo effetto volano, ma anche tutte le imprese che portano la storia del territorio in cui operano all'interno della propria comunicazione.

I NUMERI DELLA CULTURA

VALORE AGGIUNTO



89,7

MILIARDI DI EURO

(TOTALE ECONOMIA - 1.468,9)

Miliardi di euro



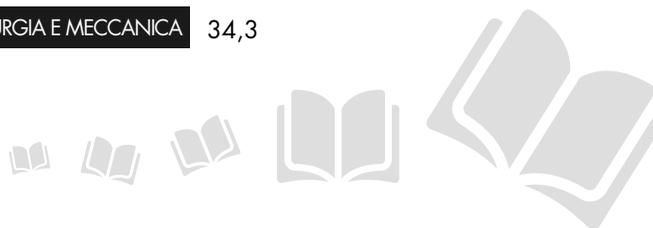
OCCUPAZIONE



1,5

MILIONI DI ADDETTI

(TOTALE ECONOMIA - 24.481)



Fonte: *Io sono cultura. Rapporto 2016*

CON LA CULTURA SI MANGIA (BENINO)

Circa 6,5 milioni di persone in Europa lavorano nel settore cultura (3% del totale dei lavoratori), un settore che ha mostrato maggiore resilienza rispetto agli altri, ovvero la capacità di reagire alla crisi. Secondo gli ultimi dati Eurostat, i salari più alti in Italia sono quelli del settore “arte, spettacolo e attività ricreative, mentre i più bassi nel settore alberghiero e ristorazione”. Il salario medio lordo orario più pagato dell’Ue si riscontra in Danimarca: 25,4 euro. In Italia è di 12,3 euro.



LA CULTURA DÀ LAVORO AI GIOVANI

Il Sistema Produttivo Culturale (da solo, senza considerare i posti di lavoro attivati negli altri segmenti della nostra economia) dà lavoro a 1,5 milioni di persone, il 6,1% del totale degli occupati in Italia. Nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo, il 24,2% dei professionisti ha un’età compresa tra i 25 e i 34 anni, ovvero 3,4 punti percentuali più che nel resto dell’economia.

LA CULTURA LANCIAM TURISMO, FOOD, DESIGN

Se poi guardiamo oltre il perimetro delle imprese culturali e creative, a beneficiare in modo rilevante della spinta della cultura è in particolar modo, come c’è da attendersi, il turismo: più di un terzo (il 37,5%) della spesa turistica nazionale è infatti attivato proprio dalla

cultura. Oltre al turismo c’è anche il mondo dell’agroalimentare. Tra le alleanze più promettenti strette negli ultimi anni c’è sicuramente, infatti, quella tra cultura e mondo del cibo, con i cuochi stellati che si rifanno alle culture locali e al design e all’arte, e la cucina che si trasforma da oggetto a soggetto di comunicazione, e dunque di produzione culturale. Da questi numeri si colgono i segnali di un fermento culturale ampio, che investe tutta la società e, per osmosi, l’economia. Si conferma la crescita in segmenti tradizionali che incrociano cultura e produzione, quelli che, per dirla con Carlo M. Cipolla “ci permettono di produrre all’ombra dei campanili cose che piacciono al mondo”: come il design, quest’anno protagonista di un record di visitatori alla design week del Salone del Mobile.

Consulta il rapporto *Io sono cultura* scaricando gratis l’app di Zai.net e utilizzando la password del mese (pag. 2)



BONUS CULTURA: UNA CACCIA AL TESORO

I famosi 500 Euro per i diciottenni da spendere in cultura scadranno il 30 giugno 2017, ma le adesioni, per ora, sono scoraggianti. Al 17 gennaio scorso, i diciottenni erano riusciti a spendere appena il 6,3% di quanto stanziato. I motivi? In parte la difficoltà del procedimento: ottenere l’identità digitale era il primo passaggio per arrivare ad avere il Bonus Cultura; ma avere lo Spid non è così facile, lamentavano sui social i diciottenni.

Secondo l’Istat al 1° gennaio 2016 in Italia c’erano 572.437 diciassettenni; secondo i dati dell’Agenzia per l’Italia Digitale, al 17 gennaio però i diciottenni con identità digitale erano 286.095. Il secondo passaggio era l’iscrizione a 18App, la piattaforma online studiata per il Bonus Cultura. Sempre al 17 gennaio, erano 230.000 gli iscritti, ovvero circa il 40 per cento degli aventi diritto. Ma anche per chi era riuscito a superare le prime due tappe della “caccia al tesoro”, arrivava la difficoltà di trovare dove spenderli. Secondo un esperimento fatto dal quotidiano La Stampa: “il 24 gennaio sulla piattaforma si potevano trovare solo 4.270 negozi fisici e concentrati nelle città”, ma entrando nel sito è possibile usare Amazon e Ticketone per comprare praticamente di tutto, dai concerti ai libri. Quindi si pone la domanda se sia giusto questo approccio per promuovere la cultura o se, come hanno dichiarato molti rappresentanti degli studenti: “Chi non comprava libri continua a non acquistarne, chi non andava al cinema e a teatro continua a non andare...”

Ci sembra semplicistico e noi di Zai.net vorremmo capire. Se i diciottenni non leggono o ascoltano musica neanche gratis, l’Italia ha un problema più grave del bonus cultura.

Raccontateci la vostra esperienza con il bonus cultura o dite la vostra: redazione.roma@zai.net

PER I MILLENNIAL CULTURA=VIAGGIO

I Millennial sono i nati tra il 1980 e il 1995 e a loro si guarda per capire come attrarli verso i consumi culturali: per i giovani il viaggio è una delle priorità della vita e viene identificato con la cultura e la possibilità di aprirsi a nuove esperienze. Lo hanno raccontato Enzo Risso e Alberto Marinelli dell'Osservatorio "Vivo la Cultura" promosso da Swg e DigiLab, dell'Università Sapienza di Roma. Cultura e turismo, dunque, "viaggiano" letteralmente insieme. Se ne è accorta da tempo Legacoop che, in maniera lungimirante, ha lanciato, il settore **CulTurMedia**, presieduto da Roberto Calari, a cui aderiscono oltre **600 cooperative** (da chi gestisce i Musei, a chi propone turismo sostenibile e itinerari a piedi, spettacoli o guide insolite, ai media locali, a Zai.net, che da sempre promuove i consumi culturali fra gli studenti): rappresentano tutte quelle "Industrie Culturali e Creative", considerate una componente rilevante per la competizione internazionale, per lo sviluppo sostenibile dei territori e per quello che è in grado di generare verso la promozione turistica. Se per i giovanissimi la Cultura esce dai luoghi deputati e si identifica con il viaggio e la possibilità di condividere l'esperienza (l'anima social!) è possibile rispondere alla loro domanda in maniera intelligente, senza lasciarli preda del marketing selvaggio. Cosa cercano? Esperienze personali, a contatto con la cultura, ma dedicano ai musei solo una piccolissima parte del budget. Un dato che fa riflettere e che può essere una sfida, per le tante cooperative che già propongono offerte culturalmente stimolanti a mettersi in rete e a farsi conoscere.



Alcune immagini del convegno di presentazione di CulTurMedia

CULTURA MOTORE DELL'ECONOMIA AVANZATA

Cultura e creatività sono considerati uno dei motori primari delle economie avanzate. Per questo oggi sono al centro dell'attenzione di molti paesi, europei ed extra-europei (ad es. centralità delle industrie creative nelle politiche di sviluppo del Regno Unito e del tema investimenti in cultura e creatività in Canada). Per l'Unione Europea, Cultura e istruzione sono l'11° priorità del programma Juncker.

L'OPINIONE DI UNA STUDENTESSA

Chiara Verenucci, liceale romana, descrive la propria idea di cultura e la necessità per arricchire la propria esistenza. "Quante volte ci capita di definire molto colta una persona, o quante volte sentiamo dire dagli altri quanto la cultura sia importante o quanto spesso capita di pensarla anche a noi? Se vi ritrovate in questo tipo di circostanze significa che concorderete con me sul fatto che questa 'signora cultura' è sempre sulla bocca di tutti, ma, fermi un secondo... vi è mai capitato di chiedervi cos'è veramente la cultura? Io oggi ho deciso di provare a dare una risposta a questa difficile domanda. Credo che, a differenza dell'intelligenza, che è indiscutibilmente una virtù di pochi, la cultura possa appartenere a tutti. Essa consiste nella conoscenza delle più disparate discipline: arte, scienze, musica, letteratura, storia, geografia ma anche: moda, spettacolo, fotografia; è il concetto più generale che esprime il percorso evolutivo dell'uomo nel campo del sapere. La cultura può appartenere non solo ad un individuo, in questo caso essa gli permette di relazionarsi con gli altri, di vivere una vita razionale e soprattutto di ottenere soddisfazioni sia nel lavoro che nella vita privata. La signora cultura può appartenere però anche ad un popolo ed è quindi relativa a ciascuno, in quanto è stata costruita sulla base di tradizioni, avvenimenti e conoscenze che differiscono da gente a gente. La cultura però, a mio parere, non può rimanere invariata, essa muta, insieme all'uomo, le sue caratteristiche di generazione in generazione. Tuttavia ci sono aspetti comuni alla cultura di mille anni fa e a quella di oggi, conoscenze che all'uomo apparterranno per sempre anche se non da sempre gli sono appartenute. Ad esempio la scoperta dell'America ha portato ad una serie di sviluppi economici e commerciali e perciò anche culturali che hanno influenzato a partire da quel momento tutto il mondo, segnato profondamente da quell'avvenimento, che fa parte della cultura di tutti i popoli. È sicuramente impossibile negare che ci voglia del tempo per acquisire una cultura completa, a volte non basta neanche tutta la vita, ma l'uomo vive per conseguire le sue doti di essere razionale ed è quindi inevitabile e necessario che la cultura influenzi le sue giornate e sia parte integrante di sé stesso".

Scarica l'app gratuita di Zai.net e scopri l'edizione multimediale



Scaricala anche tu!

Collegandoti con Facebook avrai diritto all'abbonamento gratis per un anno alla versione digitale. All'interno troverai tutte le immagini e le rubriche di Zai.net e, in più, tanti contenuti extra: photogallery, interviste, video e musica.

Cosa aspetti?

Professione **digital**



Sai di voler lavorare nella music industry ma non sai da dove iniziare? Ti diamo una mano noi! A tu per tu con Marco Fugazza, 26 anni, Digital Marketing Manager di Universal Music Italia

Qual è il nome della tua figura e quali sono le tue mansioni? Il ruolo è titolato come “Digital Marketing Manager”, che può significare tutto e può significare niente: già la gente quando sente la parola “digital” inizia ad andare nel pallone; se ci accosti anche “marketing”, li mandi davvero in estasi. Banalmente è un lavoro di comunicazione del disco: aiutiamo gli artisti a comunicare i loro progetti, la loro musica, tramite tutte le nuove piattaforme digitali, intese sia come piattaforme di fruizione (Spotify, iTunes, Apple Music...), sia come social media, ma anche tramite tutte le testate online che aiutano a veicolare i vari messaggi.

Cosa fa un Digital Marketing Manager in una major?

Ascolta tanta musica, innanzitutto! Chiaramente adesso hai l'accesso a un milione di porte: si tratta davvero di un ascolto 24/24! La giornata tipo non esiste, penso sia la parte più bella di questo lavoro. Dovendo fare un

lavoro di promozione ci sono le giornate di promozione “attiva” in cui devi prendere e portare l'artista fuori nei vari studi di registrazione televisiva o radiofonica, dargli una mano con le interviste. Nella promozione rientrano anche tutte queste attività anche se non strettamente appartenenti al genere digital. Poi ci sono le giornate di promozione “passiva”, tutt'altro che passive: sono quelle giornate che ti tengono attaccato al computer e dove cerchi di capire come stai comunicando un messaggio, come sta andando un disco e qual è il feedback del consumatore. Facendo questo lavoro è fondamentale, visto che al giorno d'oggi riusciamo ad avere un feedback immediato, cosa che un tempo era impensabile se non andando porta a porta!

Consigli su cosa focalizzarsi per cercare di fare il proprio lavoro dei sogni nella music industry? L'entusiasmo è la caratteristica principale che non può mancare a chi vuol fare questo lavoro; l'intraprendenza viene subito dopo: partendo da una cittadina del Sud, per poi passare a studiare in un paesino del Centro Italia, arrivando a Milano dove sei uno dei tanti, con una miriade di ragazzi che aspirano a fare questo, non avrei mai pensato di finirci proprio io. Ho cercato di darmi un obiettivo che ho perseguito con tutto me stesso e alla fine ci sono riuscito. Quello che consiglio ai ragazzi di fare è guardarsi intorno e di non focalizzarsi su un'unica strada perché mi rendo conto che la discografia oggi ha le porte che sono semi aperte. Dico “semi” perché siamo passati da un periodo, dovuto alla crisi, in cui le porte erano completamente chiuse a un'apertura alla ricerca del talento inteso proprio come addetto ai lavori. C'è bisogno di gente giovane, entusiasta, che consumi queste nuove piattaforme in modo sano, perché poi c'è chi ne confonde l'utilizzo di queste piattaforme con uno un po' massiccio che non fa bene a nessuno!



RACCONTI

Divertendosi si impara

Berlino è la meta ideale per un viaggio culturale, divertente e molto vario. Ma quale sarà la reale esperienza di una teenager appena diciottenne nella capitale tedesca?



Quinta superiore, pronti per partire per il viaggio d'istruzione. Istruzione? Ma quale istruzione? Il dramma esistenziale è: come sarà la prof? Avremo del tempo libero? Se steste pensando che l'articolo stia per prendere una piega bacchettona, mi spiego. È normalissimo voler socializzare, far nascere amicizie, divertirsi insieme, creare ricordi unici, anche se questo va a discapito del Pergamon di Berlino. Giulio Argan mi perdoni. Il viaggio scelto dalla professoressa per noi era culturale al punto giusto: molti giri a piedi per la città, un percorso di carattere storico e molto tempo libero, complice la nostra maggior età. Di comune accordo e consapevoli che la responsabilità da maggiorenni era nostra, abbiamo visitato Berlino tra birra, wüstel e musei. Ed è proprio di questo che voglio parlarvi. Il racconto delle nostre bravate da scapestrati lo lascio da parte, lungi da me rivelare segreti di classe, ma vi voglio descrivere cosa mi ha insegnato un viaggio del genere. Ho imparato che viaggiare è anche vivere, e non parlo solo di sostituire la birra all'acqua. Parlo del giorno in cui siamo entrati nel nostro fin troppo sofisticato hotel per scoprire che il bagno era trasparente. Il "bagno della vergogna", così soprannominato, non lasciava spazio all'immaginazione nemmeno nei momenti più intimi, potrete capire le risate (e l'imbarazzo). O di tutti i momenti insieme, lo Jägermeister usato già al posto del collutorio la mattina e per combattere il freddo durante il giorno, il

concerto improvvisato che ha catturato la nostra attenzione per strada e il pomeriggio passato passeggiando lungo il Muro. Il viaggio d'istruzione è uno momento goliardico, di pillole di cultura e enciclopedie di amicizia. Tra i ricordi confusi (complice l'alcol) quello che resterà per sempre è una sensazione, perché diciamo se volessimo veramente visitare la città, andremmo con i genitori! E i migliori racconti sono sempre quelli che iniziano con: ti ricordi quando in quinta a Berlino...

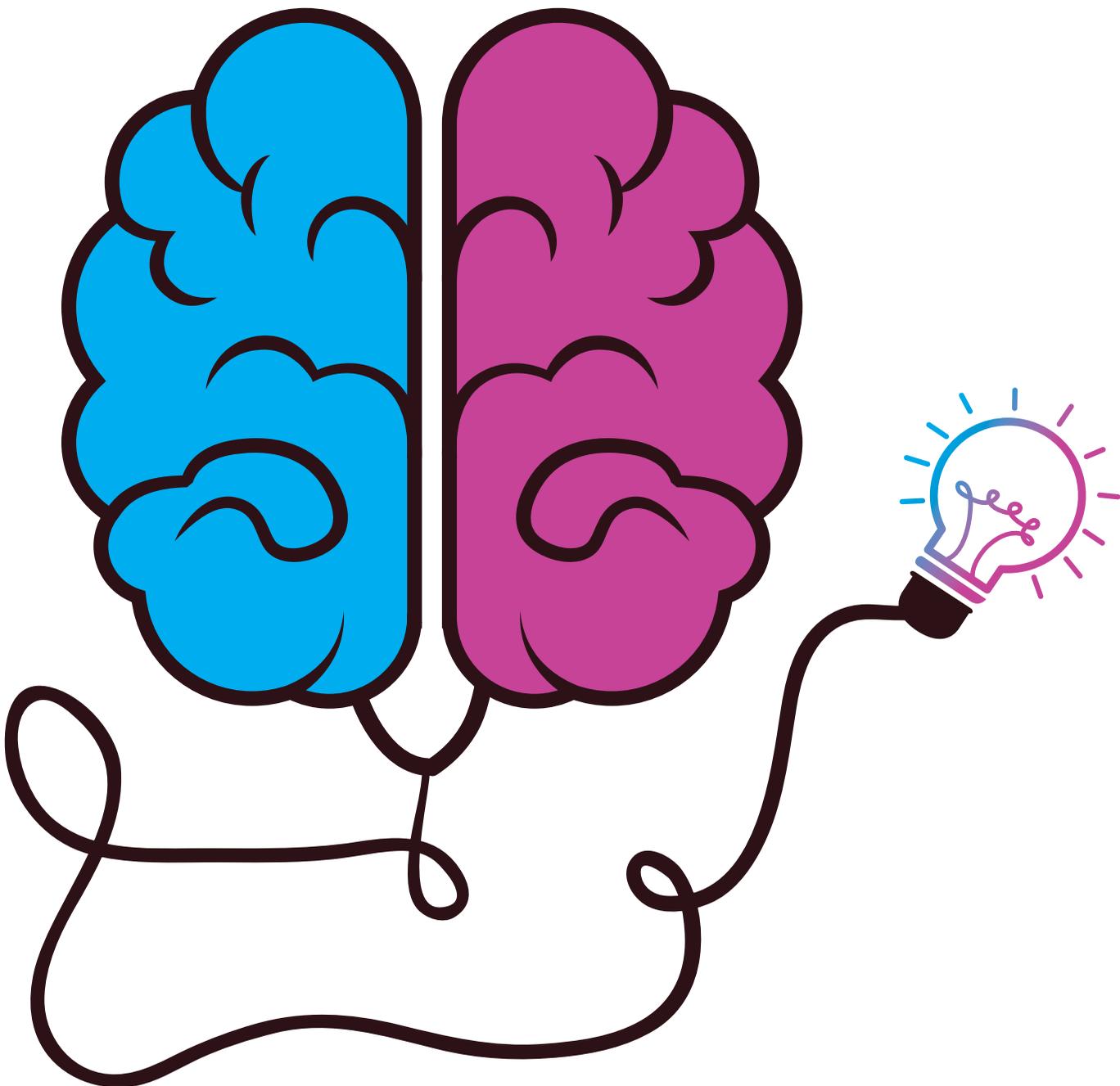


DALLA PARTE DELLE BAMBINE

di Giulia Toninelli, 19 anni

La genialità **non ha genere**

Cosa succede quando le bambine pensano di non poter essere intelligenti. La celebre rivista americana "Science" ha da poco pubblicato uno studio a riguardo dai risultati sicuramente sconcertanti



“C'è una persona nel mio ufficio che è davvero super intelligente, e risolve i problemi più velocemente di chiunque altro”. Gli esperti hanno chiesto a bambine di cinque anni e a bambine dai sei in poi di identificare il genio in questione come maschio o femmina per provare i dati dello studio secondo cui le bambine più grandi sono convinte che la genialità sia un fatto prettamente maschile.

Se una bambina di cinque anni sente questa frase, ha le stesse probabilità di un bambino di pensare che il genio in questione sia femmina. Se invece l'esame viene fatto con bambine di età appena superiore allora la probabilità che la risposta sia riferita a una donna si riducono del 20-30%. E se i maschi continuano a considerare il loro genere come il più brillante, le loro coetanee smettono precocemente di avere fiducia in loro stesse fin dai primi anni di scuola.

Questi dati sono sconcertanti se uniti al fatto che le ragazze a scuola sono statisticamente più brave. La loro superiorità accademica, però, viene spesso considerata come un maggior impegno e una diligenza quotidiana che i ragazzi faticano ad avere. La ricerca dimostra in effetti quanto possano essere radicati gli stereotipi di genere fin dalla primissima formazione nelle scuole e quanto questi accrescano con il tempo dando come inevitabile risultato la carenza di donne che proseguono gli studi in tutti gli ambiti scientifici e più generalmente in quelli che vengono considerati i più complessi. Queste falle nella comunicazione educativa portano inevitabilmente a chiedersi se il metodo di insegnamento nelle scuole non sia, volontariamente o meno, incentrato sul genere. E proprio su questo argomento si è discusso per molto tempo con il cosiddetto “caso gender”: dovremmo trattare i bambini e bambine allo stesso modo? Dovremmo insegnargli che il genere è un fatto più culturale che fisico?

A prescindere da questo, è impossibile negare che il problema di fiducia delle bambine si incrementa poi nella loro fase adolescenziale fino ad arrivare a una completa e inconsapevole sfiducia nei propri mezzi. Un esempio di questo ci è dato da un video che si può trovare su internet, girato dalla compagnia “Like a girl”, in cui viene chiesto a delle donne di correre come una ragazza e queste si mettono a saltellare, ridacchiare, toccarsi i capelli. Questo la società insegna: correre come una ragazza significa qualcosa di negativo. Se la stessa domanda viene fatta a una bambina, questa inizierà a correre più forte che può, con tutta la forza che ha. Perché questo è quello che ha imparato da sola, che una ragazza è tanto forte quanto un ragazzo. Sempre su internet si possono trovare tanti di questi spot che sono stati girati per sensibilizzare la comunità. Uno dei più celebri mostra dei bambini e delle bambine a cui viene chiesto di disegnare degli eroi, prima un medico, poi un pilota e infine un vigile del fuoco.

DONNE E INFORMATICA



Fonte: European Commission, DG Connect (2013).
Women active in the ICT Sector

Tutti li disegnano al maschile, con tanto di barba, e le loro espressioni alla fine dell'esperimento rivelano la sorpresa di trovarsi davanti i veri eroi, che però sono tutti al femminile.

La colpa di questo processo che ormai sembra essere profondamente radicato non è di nessuno in particolare ma è un generale modo di pensare che entra nelle menti di tutti, senza farci troppo caso. Le bambine diventano grandi e crescono i loro figli così come sono state cresciute loro. Fortunatamente però il nostro mondo ha grandi donne che hanno calpestato le probabilità e le statistiche, le contraddizioni e le difficoltà di essere donna, la considerazione degli altri.

Ai bambini bisognerebbe mostrare Michelle Obama, Coco Chanel, Oriana Fallaci, Margherita Hack, Samantha Cristoforetti. Ai bambini bisognerebbe spiegare il grande mistero e la grande bellezza di essere donne. Ai bambini sì, ma anche ai grandi.

Perché, come scriveva Oriana Fallaci nel suo capolavoro “Lettera a un bambino mai nato”: “Essere donna è così affascinante. È un'avventura che richiede un tale coraggio, una sfida che non annoia mai. Avrai tante cose da intraprendere se nascerai donna. Per incominciare, avrai da batterti per sostenere che se Dio esistesse potrebbe anche essere una vecchia coi capelli bianchi o una bella ragazza. Poi avrai da batterti per spiegare che il peccato non nacque il giorno in cui Eva colse una mela: quel giorno nacque una splendida virtù chiamata disubbidienza. Infine avrai da batterti per dimostrare che dentro il tuo corpo liscio e rotondo c'è un'intelligenza che urla d'essere ascoltata.”

Difendi il Diritto alla Salute negli slum di Nairobi



Insieme negli slum
www.world-friends.it



5 1000 codice fiscale **972 565 405 80**

Lavoriamo contro la povertà e le disuguaglianze, per garantire i diritti fondamentali alle comunità locali; i nostri progetti nascono dalla realtà in cui operiamo e sono finalizzati alla promozione dello sviluppo e dell'autonomia.

SUCCESSI

Tutta la vita **questa vita**



La band marchigiana i La Rua conferma la sua scalata verso il successo vivendo una stagione “sotto effetto di felicità”

Chi sono i La Rua e come vi descrivereste a chi ancora non vi conosce? Siamo una band della provincia di Ascoli Piceno. Ci siamo formati nel 2004, grazie anche all'incontro artistico con il nostro co-autore e produttore Dario Faini, che è di fatto il nostro settimo componente. Attraverso la continua ricerca sia testuale che musicale cerchiamo di fondere il nufolk, genere già affermato in tutta Europa, con la struttura e la melodia pop italiana.

Dal Capodanno a San Benedetto del Tronto ai club: come descrivereste la sensazione di quando siete sul palco?

È il nostro habitat naturale e la dimensione più di ogni altra ci calza meglio. Un continuo scambio di emozioni con le persone che ci seguono che è difficile da descrivere, ma di cui non potremmo fare a meno, in quanto nostra linfa vitale.

“Sotto Effetto di Felicità” è una specie di mantra: quale delle canzoni presenti nell'album è il vostro mantra del momento? Tutti i brani hanno un proprio mantra e seguono dei filoni e momenti diversi che nella vita ciascuno di noi incontra: dalle dichiarazioni di appartenenza, ai momenti di introspezione, all'amore che comunque fa inevitabilmente parte di tutti noi. In questo momento, visto il calore del pubblico e la possibilità di

ricambiare con i live, siamo decisamente “Sotto effetto di felicità”!

Come è nata “Tutta la vita questa vita”? C'è una routine creativa che precede la nascita delle vostre canzoni oppure ogni volta è diverso? Questo brano è nato durante i nostri spostamenti in van da un concerto all'altro. È stata un'estate positivamente intensa e densa di emozioni, che ha partorito questo slogan. Ogni canzone poi ha una storia a sé e una gestazione diversa: alcune nascono in 5 minuti, altre hanno bisogno di riposare per poi essere riprese al momento giusto.

Artisti di riferimento e collaborazioni a cui vorreste lavorare quanto prima? Per la nostra maturazione artistica sono state fondamentali le influenze di gruppi come Imagine Dragons, Arcade Fire, OneRepublic, ma anche grandi artisti della storia musicale mondiale come Bruce Springsteen o Bob Dylan.

Se per un giorno poteste scambiarvi i ruoli nella band, chi suonerebbe cosa? Però, bella idea! Potrebbe essere un esperimento da fare in qualche live!

Sogni nel cassetto e speranze/progetti per il futuro prossimo? Poter continuare a vivere di musica e di live! Saremo ripetitivi, ma di quelli non ne avremo mai abbastanza.

Ascolta la canzone scaricando gratis l'app di Zai.net e utilizzando la password del mese (pag. 2)



EVERGREEN

di Chiara Colasanti

La band che ama i suoi fan

Da "With Me" a "In Too Deep", passando per "Pieces" per arrivare all'ultimo album. Quattro chiacchiere con una delle band che ha fatto la storia del punk rock, con vent'anni di carriera alle spalle



Dopo vent'anni di carriera qual è il vostro consiglio per qualcuno che sta cercando di farsi conoscere?

Se stai cercando di diventare famoso in questo momento cerca di preparare un piano di scorta per andare avanti con la tua vita, è un nuovo mercato e le possibilità di sopravvivenza sul lungo termine sono rare.

Come create le vostre canzoni? C'è una routine creativa? Ogni volta è differente?

Deryck di solito scrive prima la musica e poi la finiamo tutti insieme. "Routine" suona male, è più una sorta di scienza imparata nel corso di vent'anni di scrittura. Nutre la canzone finché non è completamente cresciuta, allora può vivere di vita propria.

Com'è il vostro rapporto con i fan? C'è qualcosa che vorreste fargli sapere?

Abbiamo sempre avuto un forte rapporto con i nostri fan: sia di persona che online siamo facilmente avvicinabili e penso che questo sia apprezzato dai nostri fan. Direi a ogni fan che siamo davvero grati per il

supporto che ci mostrano; per aver comprato e perché continuano a comprare i nostri dischi e a venire ai nostri concerti. Fare concerti per loro è il motivo per cui siamo in una band.

Come ci si sente ad essere la voce di diverse generazioni e a sapere che molte delle vostre canzoni stanno aiutando tante persone in molte parti del mondo ad affrontare la realtà, giorno dopo giorno?

È qualcosa di davvero stralungante. Ogni volta che facciamo le sessioni di autografi e i *meet and greet* ce lo sentiamo ripetere e non riusciamo ancora a capacitarci di quanto le nostre canzoni abbiano aiutato le persone. Siamo davvero stupiti e non saremo mai abbastanza grati per tutta questa energia positiva che ci circonda.

Tre cose senza le quali non potreste vivere quando siete in Italia?

Una delle mie cose preferite al mondo è il tiramisù! Amo anche le penne all'arrabbiata e ovviamente il vino rosso italiano... alcuni tra i migliori vini al mondo sono italiani.

Ascolta la canzone scaricando gratis l'app di Zai.net e utilizzando la password del mese (pag. 2)



GENOVA

di Monica Canu

Sull'isola di Brook

In occasione della messinscena de "L'isola degli schiavi" di Pierre de Marivaux, la regista, Irina Brook, ci racconta come è stato per lei lavorare in Italia

Lei ha lavorato come regista per molte opere, mentre a Genova dirigerà uno spettacolo teatrale. Quale tra le due tipologie di spettacolo preferisce dirigere?

Difficile fare un paragone, sono una regista di teatro, non di opera e non mi vedo come tale. Il mio mestiere è quello di dirigere spettacoli teatrali, le opere sono un'eccezione. Secondo me l'opera è qualcosa di speciale, di eccezionale, difficile: può essere fantastico o tremendo. È sicuramente qualcosa di diverso perché nel teatro io sono la persona che matura l'idea per lo spettacolo e che poi crea un gruppo, una famiglia di persone, con cui condividere una filosofia, la visione dello spettacolo. In un'opera, invece, sei più legato a certe situazioni e richieste, non hai tante opzioni rispetto al teatro, riesci a creare cose nuove con più difficoltà. È un lavoro completamente diverso, ma può essere gratificante e interessante. Per me la creatività, però, è legata alla libertà e la libertà è il teatro.

Ha mai lavorato con un cast totalmente italiano? Come pensa sarà questa esperienza?

È la prima volta che lavoro con un cast completamente italiano e sono davvero contenta. Quello che per me è subito evidente è la differenza in termini di energia, ad esempio, tra giovani italiani e francesi. Gli italiani sono più estroversi ed energici e mi piace questo loro atteggiamento. Hanno una diversa libertà e abilità di esprimere la loro arte nell'improvvisare, nel cantare e nel recitare: sono aperti, liberi e generosi nelle loro performance e per me non potrebbe essere meglio, li adoro!

Qual è il messaggio de "L'isola degli schiavi"?

Sto rifacendo questo spettacolo per la terza volta perché penso che sia uno dei più contemporanei e universali che io abbia mai diretto. Per me la scelta del testo è la cosa più importante e non penso ci siano molti testi che parlano schiettamente di giustizia sociale, democrazia, umanità. Questo strano spettacolo del '700 è così contemporaneo che potrebbe essere un reality show televisivo per il modo in cui le persone si scambiano di ruolo per capire come sarebbe stato essere al posto di qualcun altro. Parla di compassione, empatia, di capire cosa significa non avere il control-



IRINA BROOK

Attrice inglese nonché regista, figlia del grande Peter Brook e dell'attrice Natasha Parry, è stata insignita, nel 2002, dal ministro francese della cultura, del titolo di Cavaliere delle Arti e delle Lettere. Irina Brook dirige ora il Théâtre National de Nice.

**"L'ISOLA DEGLI SCHIAVI"
È IN SCENA DAL 21 MARZO AL 9 APRILE
AL TEATRO DUSE DI GENOVA.**

lo delle situazioni, essere i meno fortunati. Tratta un tema fondamentale mascherato in una brillante commedia, ma l'essenza è così seria e moderna che non è ho mai abbastanza.

Porterà lo spettacolo in altre città italiane?

Non è una mia scelta, ma se succedesse ne sarei davvero lusingata e contenta.

LA VITA DIETRO LE QUINTE

Oltre il rap

*La musica nei libri:
gli artisti scrivono, non solo canzoni*

GionnyScandal non si è fatto notare nelle gare di freestyle, ma la sua voglia di raccontare sé stesso lo ha portato a far conoscere il suo stile e la sua musica. Non parla di droga o di strada ma di sentimenti, di tutte le vittorie e sconfitte che gli sono rimaste impresse sulla pelle. Lui è quello che canta, ma è Gionata a dargli la forza per andare avanti e non arrendersi mai e questo libro parla di Gionata, in questo libro parla Gionata. Il ragazzo che a tredici anni ha speso tutti i risparmi per comprarsi una chitarra, il nipote che è cresciuto con una nonna straordinaria e le ha dedicato la sua canzone più bella, il bambino che ha perso quattro genitori, ma non ha mai perso di vista i suoi sogni. Il libro ci porta dietro le quinte della sua vita, quella raccontata in maniera semplice e lineare ma coinvolgente, al punto che sembrerà di aver condiviso con Gionata gioie e dolori, successi e difficoltà che lo hanno portato ad essere il GionnyScandal che tutti i suoi fan conoscono, seguono e amano.



Il meglio della musica indipendente italiana in un'unica compilation | IN FREE DOWNLOAD DAL SITO DI ZAI.NET

L I N A T I K

STEFANO DENTONI & ANTONIO GHEZZANI

I PUGILATORI (Roots Rebele Records)

Il sound de I Pugilatori è asciutto, diretto ed essenziale e richiama il roots-rock tanto caro al duo livornese, i suoni e lo stile generale rimandano ad atmosfere vintage, ma gli arrangiamenti e l'attitudine dei musicisti sono assolutamente attuali e radicati nel presente. Scritto e prodotto dagli stessi Dentone e Ghezzani e registrato nello studio della **Roots Rebels Records** di Livorno, l'etichetta da loro fondata e gestita, "Pugilatori" è un disco che si rifà alla grande tradizione del rock classico, non rinunciando però ad elementi di trasversalità di genere.



UNCLE BARD & THE DIRTY BASTARDS

HANDMADE! (MANINALTO)

Formati nel 2007, sono una miscela esplosiva e trascinante di folk/rock e della più pura musica tradizionale irlandese, grazie all'incontro inusuale tra le chitarre elettriche e strumenti della musica popolare quali banjo, cornamusa irlandese e tin whistle! Con dieci anni esatti di attività e tour in tutta Europa, i "Bastards" si sono imposti come la prima e principale band di Irish folk-rock proveniente dall'Italia, grazie alle loro trascinanti esibizioni live, ma anche alla profonda conoscenza della musica tradizionale, così come della cultura e della società irlandese. E tornano in scena con Handmade!



TUNECORE.IT

La versione italiana di uno dei siti più importanti nell'ambito della distribuzione on line di dischi (Tunecore.com) arriva in Italia. Con questo passaggio, TuneCore si avvicina alla realtà musicale italiana. Nella versione italiana del sito sarà inoltre possibile pagare e avere i rendiconti delle vendite in euro anziché in dollari. Chiaramente la distribuzione sarà a livello internazionale, come su TuneCore.com. TuneCore permette agli artisti di distribuire la loro musica in tutto il mondo a 150 negozi, tra cui iTunes, Spotify, Amazon etc. Inoltre permette di mantenere il 100% dei loro diritti in cambio di un canone annuale ragionevole. E poi ancora, garantisce il servizio di raccolta dei proventi su YouTube tramite YTSR e mette a disposizione TuneCore Publishing Administration, che garantisce la registrazione in tutto il mondo e la raccolta dei proventi sulle royalties oltre che la possibilità, grazie ai suoi canali, di avere opportunità nel cinema, in spot televisivi, videogiochi e altro ancora.



ACCELERATOR

Più raiser ti seguono e supportano, più obiettivi raggiungi con ACCELERATOR, e sempre maggiore sarà la visibilità che MUSIC RAISER metterà a disposizione del tuo progetto. ACCELERATOR è la rampa di lancio che manda in orbita il tuo prossimo album e la tua carriera musicale.

Come funziona:

1. proponi la tua campagna su Musicraiser
2. fissa il tuo obiettivo economico e crea ricompense speciali
3. coinvolgi i raiser e sblocca i 7 obiettivi dell'Accelerator

Vedi tutti gli obiettivi su:

<https://musicraiser.com/it/accelerator>

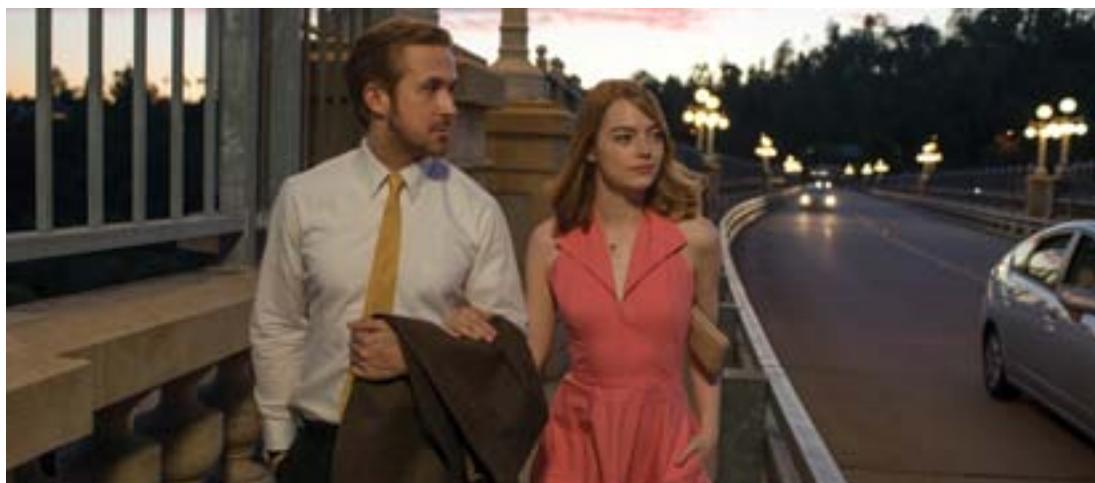


COLLAGE DAL MONDO DEL MUSICAL

di **Adriana Merenda**, 21 anni

Un tuffo nel passato

Il brillante sogno del successo americano si arricchisce della nostalgia color pastello del musical francese, guadagnando l'assenza di gravità della favola d'amore. Nasce così La La Land, legittimato dalla continuità nel genere grazie alle numerose citazioni cinematografiche



Ponte col passato è già la canzone iniziale, che crea il dubbio sull'epoca di ambientazione. Ancor più iconica se si legge la fitta rete di modelli: il più immediato *Les Mademoiselles de Rochefort* del regista francese Jacques Demy, esplicitamente apprezzato da Chauzelle. L'interrogativo si svela nelle prime inquadrature di Mia, protagonista femminile, interpretata da Emma Stone, che cerca l'intensità preparando un monologo al cellulare. La volontà di affermazione diventa tema topico, che brucia nella speranza nervosa di tutti gli invitati alla festa del destino. Nessuna differenza di metodo dunque, tra oggi e ieri, per farsi notare e ambire alla realizzazione. Nel frattempo, l'unico obiettivo, in *Fame*, *A star is born* e *La La Land*, è essere impeccabile ed estroso al contempo. È un mondo che non ammette errori o cedimenti, come accade al protagonista di *All that Jazz*, che "thinks he's gonna die", stremato dal logorio fisico. È un mondo che prevede il rischio di essere dimenticati, e lo sa bene il Fred Astaire di *The band wagon*, che riflette sulla *hybris* di chi crede di poter vivere di rendita. Mia spera possa esserci "someone in the crowd", come canta preparandosi per un galà serale, che dia fiducia alla sua passione; lo spera Sebastian, interpretato da Ryan Gosling, nella sua frenetica volontà di far rivivere il jazz puro, libero da deviazioni fusion,

almeno nell'angolo del locale che aprirà. Il sogno esplose in Seb, più violento in ogni tradimento che compie suonando ciò in cui non crede, con un carezzevole omaggio al genere mentre introduce Mia al suo mondo. Tra il cinema Rialto, dove *Gioventù bruciata* in pellicola d'epoca riempie lo spazio del nostro schermo, e il Lighthouse Café, locale cult nella storia del jazz, Los Angeles emerge come una rinnovata Parigi degli anni '30, e Mia sembra quasi muoversi coi passi eleganti di una *Cenerentola a Parigi*. Si disegna una geografia della città dalle mille luci e dell'amore di Mia e Seb, finché il modello di Demy non si infila nuovamente: il protagonista maschile di *Les Parapluies des Cherbourg* si allontana dall'amata per adempiere al servizio militare, Seb parte in tour con una band di jazz fusion. E come Geneviève, nel musical francese, ripiega su un nuovo amore e costringe Guy a fare lo stesso, il sacrificio e la dedizione al sogno spingeranno lontano i due giovani americani, e li vedranno realizzati nel finale, Seb nel suo locale, Mia come attrice affermata. Come ne *Les Parapluies des Cherbourg*, il destino dà ai due amanti la possibilità di incrociare gli sguardi ancora una volta e di accarezzare il pensiero di una vita insieme in un flashback illusorio. A differenza dei loro modelli francesi, però, il nostalgico incontro si schiude in un sorriso.

Guarda la gallery scaricando gratis l'app di Zai.net e utilizzando la password del mese (pag. 2)



RICERCATI O RICERCATORI

di Gaia Ravazzi

Impossibile smettere

Torna sul grande schermo la banda dei ricercatori del boss improvvisato Pietro Zinni che si trasforma in una task force decisamente particolare alla caccia di nuove droghe legali. Risate assicurate



Foto del servizio: Emanuela Scarpa





Il film, proseguimento di *Smetto quando voglio*, riprende dal carcere dove Pietro Zinni interpretato da Edoardo Leo sta scontando la pena per associazione a delinquere e banda armata, anche se tra un flashback e un'anticipazione si capisce subito che la storia non è proprio così: la banda dei ricercatori è stata ingaggiata dalla polizia, o meglio, dall'ispettrice Coletti per agire nell'ombra e stanare trenta nuove droghe legali in cambio della fedina penale pulita.

Pietro accetta e la banda è di nuovo completo: il neurobiologo, il chimico computazionale, l'antropologo, l'archeologo, l'economista e i latinisti si rimettono in gioco alla ricerca delle formule di queste nuove *smart drugs*.

La novità principale è l'aggiunta di tre nuovi personaggi ripescati da Zinni in giro per il mondo: un esperto in diritto canonico che esercita al Vaticano, un anatomista teorico che partecipa a dei combattimenti clandestini a Bangkok e un ingegnere meccatronico, signore della guerra lowcost in Nigeria.

"Per questi ricercatori in esilio - commenta il regista Sydney Sibilia - la società ha trovato un nome drammaticamente poetico: cervelli in fuga. Questa categoria era stata ignorata nel primo film, e il secondo capitolo della saga volevo parlasse anche di loro, una specie di dedica. Dico "anche" perché in effetti *Smetto Quando Voglio - Masterclass* parla di un sacco di cose, che ho voluto raccontare con il mio sguardo: i tempi in cui viviamo, il fatto che a volte non ci si prende abbastanza cura di alcune intelligenze, la voglia di riscatto".

La rappresentazione dell'Italia tra una risata e l'altra è evidente: è un Paese in cui spazio per le eccellenze non c'è. Se riecheggiano nella nostra mente le parole del primo film dell'antropologo interpretato da Sermonti che definiva la laurea come "un errore di gioventù" di cui era profondamente consapevole, il secondo film spalanca le porte sulla realtà tragicomica che caratterizza il nostro Paese che non fa uscire indenne nessun laureato, nemmeno il più rinomato chimico computazionale. Il film è ambientato in una splendida Roma, antica e moderna al tempo stesso,



"SMETTO QUANDO VOGLIO - MASTERCLASS PARLA DI UN SACCO DI COSE:

I TEMPI IN CUI VIVIAMO,
IL FATTO CHE A VOLTE
NON CI SI PRENDE
ABBASTANZA CURA DI
ALCUNE INTELLIGENZE,
LA VOGLIA DI RISCATTO"



rappresentata in tutte le sue contraddizioni. Emblematica è la scelta di un cantiere della metro C, chiuso dall'archeologo per dei ritrovamenti, come base delle operazioni. Tra una vicenda rocambolesca e l'altra emerge quanto il far parte di una banda abbia dato ai protagonisti, frustrati dalla vita universitaria, una nuova ragion d'essere che valorizza al meglio le conoscenze acquisite sebbene in qualità di criminali. Il film è il secondo di una trilogia ma non per questo risulta di minor successo del primo né l'aggiunta di più personaggi pregiudica il risultato. La disomogeneità dovuta alla difficile presenza di tutti i personaggi della banda nella stessa scena crea simpatici siparietti di breve durata che culminano nella riuscitissima scena dell'inseguimento del treno. Senza svelare più del necessario, la banda, alla ricerca dei produttori dell'ultima *smart drug*, dà il meglio di sé in una sequenza davvero esilarante tipica di questa *action comedy*, in cui lo spettatore a stento sarà in grado di trattenere le lacrime.

Il risultato è, se possibile, ancora più convincente del primo film, sebbene per un epilogo dovremo attendere (ansiosamente) *Smetto quando voglio - Ad honorem*.

Guarda il trailer scaricando gratis l'app di Zai.net e utilizzando la password del mese (pag. 2)



CINEMA

Tutti pazzi per il calcio

*Arriva nelle sale il docufilm
“Crazy for football” di
Volfango De Biasi sulla prima
nazionale italiana di calcio di
pazienti psichiatrici*

Guarda
il trailer
scaricando
gratis l'app
di Zai.net e
utilizzando la
password del
mese (pag. 2)



L'esperienza calcistica, il vestire la maglia della Nazionale, rappresenta per i malati un momento di evasione, sogno che non è affatto diverso da quello di chiunque altro. Lo dimostra il bel documentario “Crazy for football”, che racconta del viaggio dall'Italia al Giappone di dodici pazienti psichiatrici diretti ai mondiali di Osaka e che tratta un tema raramente affrontato: il reinserimento

sociale dei malati mentali. Il regista vuole risvegliare la coscienza sociale su un problema spesso ignorato attraverso il sorriso, facendo tifare lo spettatore per la sua nuova squadra del cuore. Nella ricerca del “diverso”, della “stranezza” in quest'esperienza, l'allenatore della squadra, Enrico Zanchini, colpisce con le sue parole così autentiche quando racconta che, gli “sbrocchi” e le sceneggiate non sono state né diverse né superiori rispetto a quelle di uno spogliatoio composto da persone “sane”. Il dottor Santo Rullo, Presidente dell'Associazione Italiana di Psichiatria Sociale in una scena del film parla del calcio come momento salvifico, come “un'esperienza che richiama alla mente la memoria emotiva di quando non si era malati e i primi risultati non possono che dimostrarne l'efficacia, specialmente nelle percentuali relative ai ricoveri”.

AL FEMMINILE

di **Jacopo Bertella**, 21 anni

Coppa del mondo

Marta, Nicole e le altre...

Se vi steste chiedendo che fine ha fatto Nicol Delago, intervistata sullo scorso numero, abbiamo per voi pronta la risposta. Negli ultimi giorni, Cortina d'Ampezzo ha ospitato le gare di velocità femminili di Coppa del Mondo.

Provenienti da moltissimi Paesi, le giovani sciatrici si sono date battaglia in discesa libera e supergigante, su una pista, la Olympia delle Tofane, che in alcuni tratti supera il 60% di pendenza, raggiungendo velocità di oltre 100 km all'ora. Queste agoniste, forti di una continua preparazione psicofisica, entusiaste, determinate, positivamente esuberanti, si sono scontrate, battendosi anche per centesimi di secondo.

Alcune giovanissime, da poco entrate nell'élite mondiale, si trovano a vivere e ad organizzarsi in totale autonomia per allenamenti e gare in ogni parte del mondo con la volontà, la curiosità delle studentesse appena uscite dalle scuole secondarie. Grande capacità di autogestione, anche perché, spesso, sono oggetto di infortuni, più o meno gravi, che condizionano seriamente le sicurezze acquisite.

Tra le atlete del nostro Paese non possiamo che pensare alle conosciute campionesse come Brignone, Goggia, Fanchini, e, ultime arrivate in squadra ad appena vent'anni, Marta Bassino e Nicol Delago, che già hanno dato ottimi risultati e saranno le prossime *top racer* del circuito.





UN BAMBINO NON HA BISOGNO
DI MURI E FILO SPINATO PER SENTIRSI SICURO.
E TU, QUANTO SEI ANCORA BAMBINO?

BELLACOOPIA

L'impresa cooperativa arriva fra i banchi

Se volete imparare a fare impresa, c'è un programma tutto per voi che potete realizzare a scuola. Oltre ventimila studenti l'hanno già fatto



Si chiama Bellacoopia e l'idea è nata per stimolare la creatività e lo spirito imprenditoriale degli studenti, facilitare il contatto tra la scuola e il mondo del lavoro, contribuire ad una cittadinanza consapevole ed attiva. Il progetto di Legacoop vuol

le diffondere la cultura cooperativa tra i giovani, in particolare tra gli studenti delle scuole superiori, delle medie e, negli ultimi anni, anche delle Università che spesso non conoscono le potenzialità del fare impresa cooperativa.

COS'È BELLACOOPIA

La Rete Bellacoopia è un momento strutturale di valorizzazione e di ascolto delle giovani generazioni: non solo condivisione dei principi e dei valori della cooperazione, promozione di impresa etica e responsabile, esercizio di democrazia, ma anche valorizzazione dei talenti, della creatività e delle visioni di futuro che i giovani rappresentano ed interpretano.

L'ALTERNANZA SI FA CON LEGACOOP

Con la Legge 107/2015 l'Alternanza Scuola Lavoro è entrata organicamente nei percorsi obbligatori del triennio della scuola secondaria di secondo grado. Molte delle attività che Legacoop svolge con gli istituti tecnici e professionali e con i licei, possono rientrare tra le esperienze formative complementari che la riforma ha previsto: lezioni frontali, workshop, visite aziendali, simulazioni, role play, incontri con esperti, esercitazioni e tanto altro. Numerose cooperative associate sono inoltre disponibili ad ospitare tirocini o ad accompagnare i percorsi di simulazione di impresa. In Sardegna e in Liguria Legacoop ha siglato apposite convenzioni con gli Uffici Scolastici Regionali mentre altri protocolli territoriali sono allo studio, così come un accordo con il MIUR a livello nazionale.

CHI FA PARTE DELLA RETE?

Le strutture associative territoriali e regionali di Legacoop di: Emilia Romagna, Liguria e Friuli Venezia Giulia. Ciascun territorio sviluppa le proprie iniziative, nate e cresciute nel corso degli anni. Talvolta hanno nomi diversi ma possiedono gli stessi obiettivi condivisi.

COSA FA?

All'inizio di ogni anno scolastico gli uffici Legacoop territoriali diffondono un bando di partecipazione alle scuole del territorio di riferimento, indirizzato alle classi del triennio. Le classi ammesse partecipano ad un percorso formativo che le accompagna dal primo approccio teorico con il mondo della cooperazione fino alla costituzione "virtuale" di una propria impresa cooperativa, con tanto di statuto e business plan. Le lezioni sono tenute da funzionari Legacoop e da esper-

ti "cooperativi". Sono previsti incontri specifici con cooperative selezionate sul territorio che collaborano all'iniziativa. I tutor Legacoop mettono a disposizione materiali didattici utili alla redazione del business plan e degli statuti.

COME SI SVILUPPA IL PROGETTO DI SIMULAZIONE D'IMPRESA?

Il progetto accompagna i ragazzi lungo tutto il processo, dall'identificazione dell'idea imprenditoriale fino alla costituzione dell'impresa:

- Analisi del mercato (territorio, bisogni, stakeholder, approccio strategico)
- Proposte di prodotti/servizi (individuazione del business mediante un percorso di concertazione democratica che analizza le proposte che emergono)
- Definizione dei ruoli e specificità dei componenti del gruppo di lavoro
- Descrizione dell'idea
- Organigramma, statuto e atto costitutivo
- Business plan
- Piano di comunicazione

CHI VINCE?

I progetti sono valutati da una giuria secondo indicatori di fattibilità, originalità, sostenibilità. Le premiazioni avvengono all'interno di eventi finali che si svolgono alla fine dell'anno scolastico, in cui le classi presentano i propri lavori attraverso video, slide, sketch, power point: largo spazio alla creatività e alle capacità comunicative!

QUALI COMPETENZE ACQUISISCONO I RAGAZZI?

Al termine del percorso i ragazzi avranno sviluppato varie competenze: da quelle tecnico-professionali, applicando le materie d'indirizzo, a quelle più trasversali (o soft-skills), che afferiscono all'area socio-culturale, organizzativa ed operativa, quali la capacità di lavorare in team, la leadership, l'autodeterminazione, l'assunzione di responsabilità, il rispetto dei tempi.

I NUMERI CHE CONTANO

INIZIATIVA	REGIONE	ANNO DI AVVIO	PROGETTI	STUDENTI	CLASSI
BELLACOOPIA	EMILIA ROMAGNA	2000	1.029	17.822	919
COOPERATTIVAMENTE	FRIULI V. G.	2013	27	2.700	138
BELLACOOPIA	LIGURIA	2008	57	1.150	60
TOTALE			1.113	21.672	1.117

MUSEO DEL RISORGIMENTO

Donne che fanno la storia

Le studentesse e gli studenti del Liceo Linguistico “Bertrand Russell” di Roma presa carta, penna e macchina fotografica (sostituito tutto dal cellulare!) hanno realizzato un percorso tutto al femminile

GIUDITTA BELLERIO SIDOLI

Giuditta Bellerio Sidoli, nata a Milano nel 1804, si sposò a sedici anni con il patriota Giovanni Sidoli, con il quale ebbe due figli e che seguì in Svizzera quando sfuggì agli arresti ordinati da Francesco IV d'Asburgo duca di Modena e Reggio. Rimasta vedova nel 1828 rientra a Reggio dove si prodiga nell'aiutare i liberali e prendendo parte ai moti insurrezionali del 1831. Nuovamente in esilio, prima a Lugano e poi a Marsiglia, entrò in contatto con Giuseppe Mazzini con il quale fondò nel 1832 il giornale politico *La Giovine Italia*. Dopo una vita di continuo peregrinare in Italia e in Europa, dopo aver subito arresti e partecipato alla Seconda guerra di Indipendenza Giuditta, ammalatasi di tubercolosi, muore a Torino nel 1871 a causa di una polmonite.

All'interno del Museo del Risorgimento sono conservati molti suoi oggetti personali: le scarpette in raso di seta, le carte del mercante in fiera e gli scacchi, un medaglione con il suo ritratto e un frammento di stoffa di un suo abito tessuto con i colori bianco, rosso e verde a richiamare la bandiera Tricolore.

Aurora Recchioni, Diletta Codispoti, Irene Ascenzi, Giulia Valente, Alessia Pontiggia (Classe 3)



Giuditta Bellerio Sidoli



Anita Garibaldi



Colomba Antonietti



Jessie White Mario



Le Crocerossine



Adelaide Bono Cairoli

ANITA GARIBALDI

Ana Maria Ribeiro da Silva incarna l'ideale di difensore dei diritti dei popoli e dell'eguaglianza dei cittadini. Anita, nata a Morinhos in Brasile nel 1821 circa, incontrò Garibaldi per la prima volta a Santa Caterina in Brasile. Quando egli la vide, la tradizione racconta che esclamò: "Tu sarai mia!" e così fu. Anita abbandonò il marito e seguì Garibaldi giungendo così in Italia. Con l'Eroe dei Due Mondi ebbe ben sei figli. Nel Museo Centrale del Risorgimento è presente un quadro raffigurante l'episodio della fuga di Anita nel 1840 durante le lotte per la libertà in Brasile con in braccio il suo primogenito Menotti. Vi è anche un medaglione in marmo che ritrae affiancati Anita e Garibaldi. Anita condivise appieno gli ideali politici del suo Josè seguendolo ovunque nei pericoli e nelle battaglie per morire ancora giovane nelle vicinanze di Ravenna nell'agosto 1849.

Ilaria De Lucia; Elena Sofia Fermo; Sara Paolucci; Luna Giuliani; Arianna Colace; Ludovica Sacchetta (Classe 3)

COLOMBA ANTONIETTI

La patriota italiana Colomba Antonietti nacque a Bastia Umbra (Umbria) nel 1826. All'età di 15 anni si trasferì

UN'ALTERNANZA STORICA

Realizzare un periodo di Alternanza scuola lavoro all'interno di un Museo può rivelarsi a dir poco noioso, se si considera che si trascorrono diverse ore, e per più giorni di seguito, tra opere d'arte, manufatti e cimeli chiusi in teche che contribuiscono ancora di più a trasformandoli in oggetti morti ed abbandonati. In realtà, sono oggetti ricchi non di una ma di tante storie diverse: da quella del loro possessore a quella della società, della cultura e della politica dell'epoca. Questo è il caso del Museo Centrale del Risorgimento dove sono conservati cimeli e reliquie non solo di eroi, più o meno conosciuti della nostra storia nazionale, ma anche di tante eroine che tra l'Otto e il Novecento hanno segnato la svolta dell'emancipazione femminile attraverso il coraggio, la determinazione e l'amore.

a Foligno dove conobbe Luigi Porzi. I due giovani si sposarono senza una vera e propria autorizzazione. Per tale motivo, quando Luigi Porzi giunse a Roma, fu arrestato. Tra il 1848 e il 1849 il marito aderì alla Repubblica Romana. Colomba si tagliò i capelli e si vestì da bersagliere per poter combattere con suo marito. Partecipò alla *Battaglia di Velletri* e successivamente anche alla battaglia di Palestrina, per poi ricevere un elogio da Garibaldi. A Roma prese parte al soccorso dei feriti ma, proprio qui, colpita da un'arma da fuoco, morì. Secondo la tradizione prima di morire mormorò "Viva l'Italia". Al Museo Centrale del Risorgimento un quadro del pittore Girolamo Induno, dal titolo emblematico "Morte di Colomba Antonietti moglie del tenente Porzi. Porta San Pancrazio", ricorda gli ultimi istanti della giovane eroina.

Chiara Monderna, Giulia Caldieraro, Isabella Noviero, Ludovica Paccione, Maria Carmela De Santis (Classe 3l)

ADELAIDE BONO CAIROLI

Adelaide Bono Cairoli, nata a Milano l'8 marzo 1806, città dove morì all'età di 65 anni. Nota per i suoi cinque figli, fu considerata un modello di madre della nazione incarnante gli sviluppi intellettuali femminili dell'Italia dell'Ottocento. All'età di 18 anni sposò, contro il volere della madre, Carlo Cairoli di 28 anni maggiore di lei, vedovo con due figli. Con Carlo ebbe cinque figli, Benedetto, Ernesto, Enrico, Luigi e Giovanni. Fu una donna molto forte poiché provò la costante paura del pericolo e della morte per propri figli, tutti impegnati nelle lotte per l'unità d'Italia. Al Museo Centrale del Risorgimento, tra le figure delle eroine del nostro Risorgimento, si può vedere il ritratto di Adelaide Cairoli, vestita di nero, seduta accanto ai ritratti dei figli morti in guerra.

Marco Maria Bomba, Tommaso Calderigi (Classe 3l)

JESSIE WHITE MARIO

Jessie White Mario era una donna inglese volenterosa e colta, innamorata del nostro paese e integralmente dedita alla causa dell'indipendenza, al riscatto politico e civile dell'Italia Unita. Venne soprannominata "Hurricane Jessie" per il suo coraggio e per la sua impetuosità. La sua intelligenza le ha permesso, nei suoi numerosi viaggi tra Europa e America, di sostenere conferenze in cui riusciva ad incantare il pubblico con i suoi discorsi. Con il marito Alberto Mario formerà una coppia molto unita sentimentalmente nonostante i differenti ideali politici: lei mazziniana, lui federalista. La sua figura dimostra come gli ideali del Risorgimento fossero riusciti a diventare, nell'Ottocento, un fenomeno europeo e come anche il ruolo delle donne mostrasse già i primi segnali di emancipazione ed affermazione: Jessie White Mario fu una delle prime che indagò con i suoi scritti sulle difficili condizioni del Meridione dell'Italia. Nel Museo Centrale del Risorgimento di Roma, è

conservata la coperta per il generale Garibaldi, nonché suo stretto amico, ricamata con una dicitura in inglese da lei ("Infermiera dei Mille") durante la battaglia sull'Aspromonte, nella quale Garibaldi fu ferito.

Gaia Frenquelli e Claudia Dominjanni (Classe 4M)

LA CROCEROSSINA

La data di fondazione del Corpo delle Infermiere Volontarie della Croce Rossa Italiana è il 1908, anno del primo corso tenutosi a Roma. Ma è nell'impegno sociale delle donne sui campi di battaglia dell'Ottocento, che si rintracciano le prime basi di quello che, con la Prima Guerra Mondiale, diverrà un fenomeno universalmente riconosciuto con l'appellativo di *Crocerossine*. La storia delle Infermiere Volontarie è strettamente legata alla storia d'Italia. Nel 1908 ebbero il loro "battesimo del fuoco" accorrendo in aiuto delle vittime del terremoto calabro-siculo, seguito nel 1912 con la guerra di Libia e il terremoto del Vulture del 1914. La guerra del 1915-1918 sarà il vero banco di prova delle Infermiere, prime donne sul fronte di una guerra. Durante quei terribili anni, la duchessa Elena D'Orleans Aosta, prima Ispettrice del Corpo, perfezionò la loro preparazione, le dotò di un'uniforme e conìò l'appellativo di "Sorelle". Nonostante le perdite causate dal conflitto, il Corpo delle Infermiere diede un enorme contributo anche durante la Seconda guerra mondiale. Dal 1946 le Infermiere Volontarie, insieme al Corpo Militare della Croce Rossa Italiana, proseguono il loro impegno sia in Patria sia all'estero, in casi di emergenza o nella quotidianità, all'interno di ogni iniziativa umanitaria o di *peacekeeping*, diffondendo il Diritto Umanitario, i principi di Croce Rossa e l'Educazione sanitaria. Nella Sala della Prima guerra mondiale del Museo Centrale del Risorgimento è esposta l'uniforme di una Crocerossina donata dal Corpo delle Infermiere Volontarie.

Le classi 3l e 4M

Un po' attori un po' diplomatici

Se il vostro sogno è diventare delegati di successo che combattono per le cause del proprio Paese e mondiali per le Nazioni Unite quello che state cercando è la perfetta simulazione per affinare le tecniche. Quest'occasione si chiama MUN



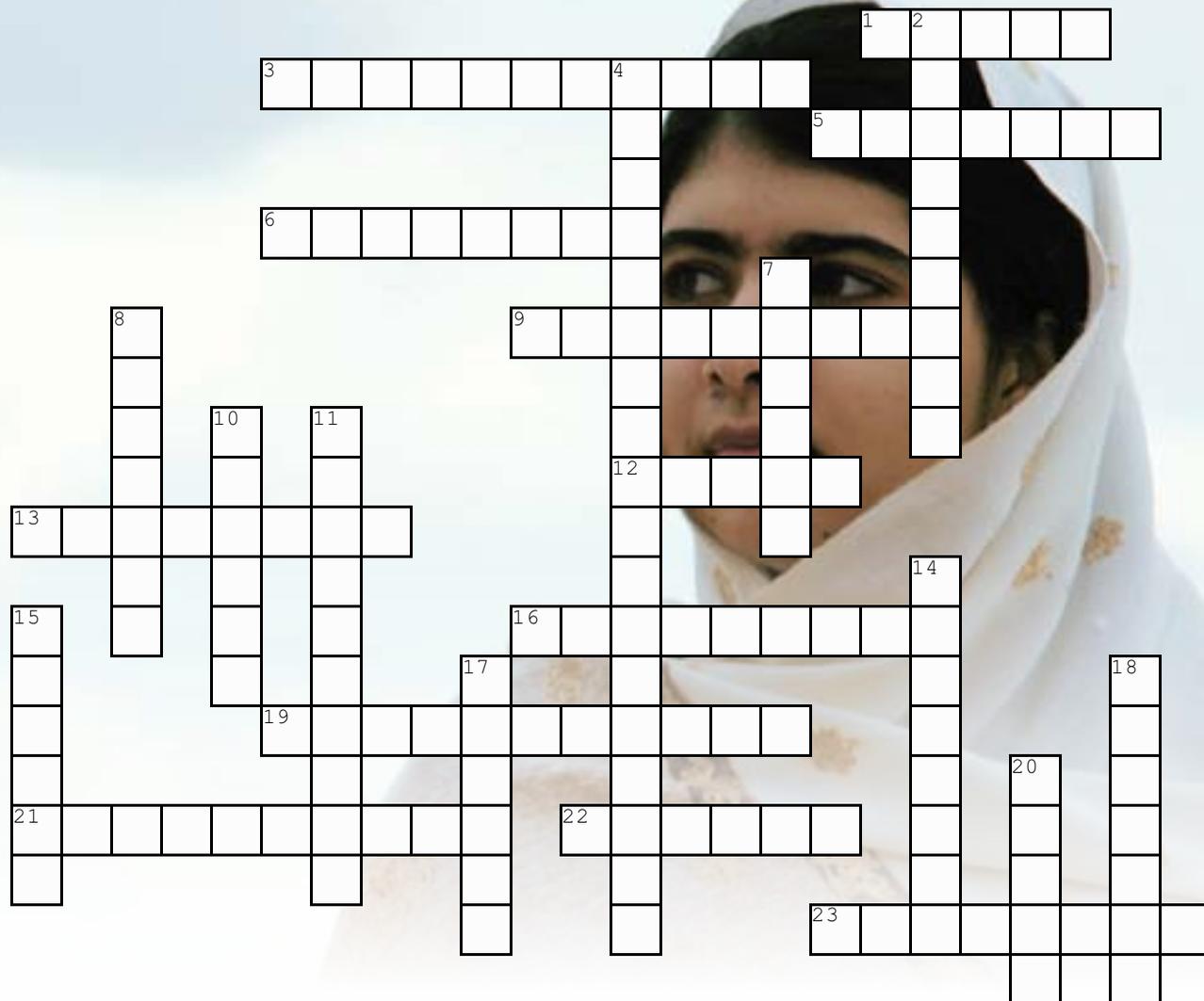
L'associazione United Network, in collaborazione col MIUR, apre le porte della complessa realtà diplomatica agli studenti delle scuole superiori italiane, con i suoi "Model United Nations" (MUN) che anche quest'anno si sono svolti con successo nelle edizioni di Milano, Bari, Palermo, Catania, Torino, Napoli e Roma, progetti formativi d'eccellenza che non hanno il solo merito di dare significato a ore di alternanza scuola-lavoro, ma offrono inoltre la prestigiosa occasione di vestire i panni di delegati e ambasciatori per qualche giorno, con la possibilità di partecipare alle successive simulazioni di New York, San Francisco e Boston. Alle menti propositive degli studenti italiani United Network ha affidato quest'anno la questione dei rifugiati in Europa con tutte le sue delicate sfumature e i risultati sono stati sorprendenti: frutto dei numerosi dibattiti (rigorosamente in lingua inglese) sono state le risoluzioni redatte dai ragazzi sotto la guida dello staff e votate in commissione secondo le alleanze, i com-

promessi, i rapporti creati tra i Paesi. Iscrivere è semplice ma non di poco impegno. Nel periodo che precede un MUN ogni studente, una volta assegnato il Paese che rappresenterà in una commissione, deve ricercare e interiorizzare una posizione culturale, storica e geopolitica che con buone probabilità sentirà assai lontana e che si scontrerà con i suoi valori. Innegabile è il timore che capiti un Paese dal nome impronunciabile o della cui esistenza lo studente è stato ignaro fino ad allora, così come della sua storia politica. Immaginatevi di dover rappresentare il Kirghizistan, quanto vi sentireste ferrati in materia? Eppure, sia la conoscenza del background sia la capacità di mettersi in discussione saranno essenziali nei tre giorni di lunghe e dialettiche assemblee in cui i delegati sono chiamati a dibattersi sui temi più attuali. Il

fascino dell'arduo mestiere di diplomatico, paradossalmente, permette di assumere il punto di vista di un Paese a tal punto da sentirlo come proprio, quasi quanto l'Italia.

Tuttavia, è impossibile non far emergere tutta la propria italianità: il tipico gesticolare che accompagna i discorsi e che costituisce, del resto, l'ingrediente primario del nostro speciale modo di essere diplomatici non viene mai meno, nemmeno quando si difende un Paese a noi così estraneo.

In questo avvincente gioco di ruolo, il giovane delegato impara che l'arte di conciliare interessi e tradizioni contrastanti non è tanto facile quanto potrebbe sembrare a chi commenta da casa gli eventi, che ormai scuotono le dita sugli schermi piuttosto che le coscienze. Comprende, infine, che fra le tradizioni da rispettare non è ammessa la "paura dell'altro", che è un atteggiamento che spetta a noi sradicare, prima che alla diplomazia.



ORIZZONTALI

- 1. Poetessa greca
- 3. Dedicò la sua vita ai poveri
- 5. Nome di battesimo della prima donna a capo di un paese musulmano
- 6. Nome di battesimo della "pulzella d'Orléans"
- 9. Amò Antonio
- 12. Nome di battesimo della scienziata che studiò la radioattività
- 13. Ispirò Dante nella Divina Commedia
- 16. La prima donna pittrice a entrare all'Accademia
- 19. Famosa cantante lirica
- 21. Diventò sovrana di Inghilterra a 25 anni
- 22. L'amore di Leopardi
- 23. La regina più famosa del Regno Unito

VERTICALI

- 2. La ragazza simbolo dell'Olocausto
- 4. Il nome di battesimo della scienziata Nobel italiana
- 7. Moglie di Kennedy
- 8. La giornalista Oriana più famosa d'Italia
- 10. Donna della Costituente a cui si deve l'art. 3 della Costituzione
- 11. La stilista francese celebre per il suo n.5
- 14. Nome di battesimo di chi fu la "lady di ferro" della politica inglese
- 15. Cognome dell'autrice di "Orgoglio e pregiudizio"
- 17. Ragazza pakistana Nobel per la pace
- 18. Attrice americana icona bionda
- 20. Cognome della donna che fu capo di Stato in Argentina

Soluzioni del cruciripasso a pag.29

Ogni giorno, dal 1871, mostriamo agli animali la parte migliore dell'uomo. Aiutaci a continuare così.

Dare aiuto a chi non ha voce per chiederlo è un compito molto difficile. Ancora più difficile non potendo contare su alcun sostegno da parte dello Stato ma soltanto sull'impegno di Guardie Zoofile, Volontari, Soci. Persone come te che hanno a cuore gli animali di qualunque specie e contribuiscono in modi diversi alla stessa missione: proteggerli e aiutarli.

È questa, la forza dell'Enpa. Fanne parte anche tu: diventa Socio.



LA LA TIM

In tempi di riscoperta del musical (vedi La La Land), TIM azzecca la comunicazione con uno spot che ha fatto impazzire giovani e non. "È bello avere tutto": questo il claim che presenta una sequenza travolgente di persone che danzano insieme a Just Some Motion, il ballerino tedesco star del web con oltre 35 milioni di visualizzazioni.

La nuova campagna si basa sul ballo, un linguaggio universale e trasversale, che trasmette energia e positività, comunicando gioia e passione. Il protagonista si chiama Sven Otten, ha 29 anni ed è tedesco, ma gli utenti di YouTube lo conoscono come Just-SomeMotion, il nome con cui ha battezzato il suo canale video nel 2012. Nello spot della TIM il ballerino si scatena per le strade di Milano sulle note della canzone "All Night", del dj austriaco Parov Stelar, considerato un pioniere dell'electro-swing.

Otten, che vanta oltre 145mila iscritti al canale YouTube e più di 11mila mi piace sulla pagina Facebook - si definisce un autodidatta. Beato lui!

Guarda lo spot scaricando gratis l'app di Zai.net e utilizzando la password del mese (pag. 2)

**QUELLO CHE LE DONNE NON MERITANO**

Da più di tre anni Zai.net dedica ogni mese una rubrica agli spot che offendono la dignità femminile. Il materiale su cui lavorare, purtroppo, non manca mai: continuamente infatti l'immagine della donna viene offesa dagli spot pubblicitari che invadono tv e internet o dai manifesti nelle nostre città. Tra fotografie che poco lasciano all'immaginazione e battute di dubbio gusto, ci siamo resi conto che c'è ancora tanto cammino da fare. È la mentalità di chi pensa le pubblicità, ma anche di chi le vede, a dover cambiare. Noi, da giornaliste attente e sensibili a questo tema, facciamo la nostra parte.

BUON 14 FEBBRAIO, AMORE

"A San Valentino mettila a 90 gradi. Se la ami davvero, fare il bucato sarà semplicissimo". Così recita il cartellone pubblicitario di Keyaku, negozio di articoli elettronici e elettrodomestici calabrese che in un guizzo di creatività ha pensato di promuovere le vendite in occasione della Festa degli innamorati. Non sappiamo se, alla fortunata, oltre alla scomoda posizione, dovesse spettare in regalo anche la lavatrice (e i calzini del Lord), anziché una cena, un gioiello o, non sia mai detto, un libro. In breve tempo l'immagine ha fatto anche il giro del web dove le critiche non sono certo diminuite.

Le polemiche sono state tante che il sindaco di Cosenza Mario Occhiuto è dovuto intervenire procedendo alla rimozione della pubblicità stessa. Che dire? Un applauso al sindaco e un'istigazione a boicottare gli acquisti in un negozio che usa simili mezzucci per aumentare le vendite.

**LE SOLUZIONI DEL CRUCIRIPASSO A PG. 27**

1. Saffo 2. Anna Frank 3. Madre Teresa 4. Rita Levi Montalcini 5. Benazir 6. Giovanna 7. Jackie 8. Fallaci 9. Cleopatra 10. Merlin 11. Coco Chanel 12. Marie 13. Beatrice 14. Margaret 15. Austen 16. Artemisia 17. Malala 18. Marylin 19. Maria Callas 20. Peron 21. Elisabetta 22. Silvia 23. Vittoria



1 Romania



In Romania folle in piazza contro la cosiddetta legge "salva corrotti" sulla depenalizzazione dell'abuso di ufficio e di altri reati di corruzione. Centinaia di migliaia di persone hanno manifestato per giorni "per un Paese pulito e migliore" e contro la normativa che, di fatto, avrebbe depenalizzato una serie di reati legati alla corruzione, come il favoreggiamento e l'abuso di potere. Così il Senato ha confermato all'unanimità la decisione del governo di ritirare il controverso decreto. Il presidente, Klaus Iohannis, da parte sua ha detto che annuncerà la data del referendum sul tema della lotta alla corruzione.

2 Corea del Nord



La Corea del Nord ha portato a termine un nuovo test missilistico, lanciando un razzo che ha viaggiato per circa 500 chilometri prima di cadere nel mar del Giappone. Si tratta di un missile a medio raggio, un Rodong o una sua versione modificata. È il primo test missilistico di Pyongyang da quando Donald Trump è alla Casa Bianca. Il lancio è stato interpretato come una mossa per misurare la risposta dell'amministrazione di Donald Trump. La Corea del Nord ha confermato di aver lanciato un missile balistico, definendo un successo il test del suo nuovo «sistema di armamento strategico».

3 Francia



Due terribili casi di cronaca hanno scosso il Paese. Protagonisti di queste storie un giovane di colore e un bimbo di soli 5 anni. Theo, 22 anni, ha subito le vessazioni da parte della polizia solo per il fatto di essere presente alle manifestazioni di piazza: uno dei 4 poliziotti colpevoli di questo episodio sarebbe stato incriminato anche per violenza sessuale. Yanis, 5 anni, è stato costretto a correre all'aperto, indossando solo i calzini e le mutandine ancora bagnate colpevole di essersi fatto la pipì addosso. La sua morte sarebbe stata causata da un trauma cranico, ma il bimbo aveva anche diversi lividi sul volto e il naso rotto.

4 Angola



Tragedia in Angola nel corso di una partita di calcio. Diciassette persone sono morte ed una sessantina ferite a causa di una ressa nata al termine di una corsa impazzita per entrare allo stadio di Uige per assistere al match inaugurale del campionato tra il Santa Rita de Cassia ed il Recreativo Libolo. La folla ha preso d'assalto gli spalti e oltre 8.000 persone sono state spinte contro la recinzione. Tra le vittime, molte decedute per asfissia o calpestate, ci sono anche bambini, ma la partita non è stata interrotta. Il presidente dell'Angola José Eduardo dos Santos ha chiesto un'indagine su questo disastro.

MANDRAGOLA EDITRICE

PER LA SCUOLA

Tre proposte per portare l'educazione ai media in classe

Per saperne di più www.mandragola.com

ZAI.NET



Il più grande laboratorio giornalistico italiano per la scuola: un percorso formativo su una piattaforma editoriale evoluta per imparare lo stile giornalistico e pubblicare articoli su Zai.net.



RADIO JEANS

Un'attività innovativa per creare una redazione radiofonica nel proprio istituto e andare in onda su Radio Jeans, la radio partecipata, scambiando idee, musica e format con altri 1.700 studenti.



LE PRIME DELLA CLASSE

Un laboratorio di media education dedicato alla lettura e decodifica delle prime pagine dei quotidiani su una piattaforma utilizzabile in classe o a casa.



#CHIAMATECILLUSI



SVILUPPO DEL PENSIERO CRITICO

Crediamo che suscitare domande, fornire ai ragazzi competenza critica, offrire loro l'alfabetizzazione mediale per essere cittadini del XXI secolo, contribuisca a formare il cittadino cosciente, attivo, critico, sociale, creativo.



LETTORI PIÙ CONSAPEVOLI, CITTADINI MIGLIORI

Crediamo che i ragazzi debbano maturare la consapevolezza che una corretta fruizione dell'informazione è alla base di ogni moderna democrazia. Proprio per questo i redattori di Zai.net non sono futuri giornalisti, ma lettori evoluti in grado di comprendere i meccanismi dei media.



CITTADINANZA ATTIVA

Crediamo che i nostri ragazzi, attraverso un attento lavoro critico, possano osservare la società che li circonda, porsi domande e leggere con altri occhi i meccanismi che regolano la vita sociale e politica del nostro Paese.

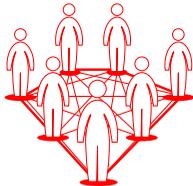
IMPARARE FACENDO

Crediamo nel principio del "learning by doing" che ha trovato il suo riferimento teorico nelle scienze dell'educazione e in quelle della comunicazione.



DIDATTICA ORIZZONTALE

Crediamo che i giovani, attraverso il metodo del peer to peer, possano condividere con i loro coetanei ciò che hanno appreso nella nostra redazione. L'esperienza trasmessa può responsabilizzare il ragazzo che spiega e stimolare lo studente che impara.



NETWORKING E DEMOCRAZIA DIFFUSA

Crediamo nella forza del gruppo: i membri della nostra community sono contemporaneamente fruitori e produttori di contenuti; si confrontano e dialogano tra loro attraverso lo scambio partecipativo di informazioni dagli oltre 1.700 istituti superiori collegati in tutta Italia.

CULTURA DI GENERE

Crediamo nel rispetto dei principi di tolleranza e democrazia e per questo promuoviamo in ogni ambito del nostro lavoro la diffusione di una cultura di genere.



SOSTEGNO ALLE SCUOLE

Crediamo di dover sostenere le esigenze della scuola nel modo più diretto ed efficace possibile, coinvolgendo le Istituzioni, le Fondazioni e le aziende private più attente al futuro delle nuove generazioni.

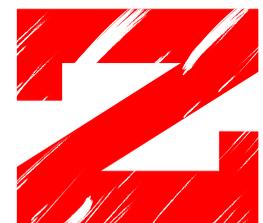
DALLA PARTE DELLA BUONA POLITICA

Crediamo in tutte quelle istituzioni che pongono i giovani al centro delle loro politiche.



FUORI DALLE LOGICHE DI MERCATO

Crediamo sia giusto investire le nostre risorse umane ed economiche in progetti educativi in favore delle giovani generazioni affinché possano acquisire consapevolezza del proprio ruolo civile e sociale.



ZAI.NET lab

GIOVANI REPORTER