#3
Anno 15
20 marzo 2019

FUTURA MAGAZINE

Periodico del Master in giornalismo "Giorgio Bocca" all'Università di Torino

PIEMONTE
Monviso, vino, nocciole a caccia dell'X-Factor
Luca Parena | P2

TORINO
"Lavoriamo per un turismo di qualità"
Francesca Sorrentino | P3

IL CASO
Libarna, sommersa e da salvare
Marco Zavanese | P4

EVENTO
Biennale Democrazia apre agli influencer
Chiara Manetti | P5

CULTURA
La Magna Charta conquista Vercelli
Jacopo Tomatis | P6

SPORT
Ginnastica Torino 175 anni di passione
Francesca Sorrentino | P7

Piemonte Se lo conosci lo vendi

Luca Parena
Pagine 2 e 3

FOTO DI EDOARDO PRANDO

PIEMONTE

TURISMO DA COLTIVARE

Non solo enogastronomia: tante bellezze da scoprire. L'assessora Parigi: "Abbiamo paesaggi unici e monti che ricordano il Colorado, ma non lo sa nessuno"

di Luca Parena

IN SINTESI

Flussi turistici in crescita dal 2012. Sotto la media nazionale la durata delle presenze

Regione da visitare nel 2019 secondo la guida "Lonely Planet"

Tra i luoghi da riscoprire: il Parco Naturale delle Capanne, i tumpi di Bobbio Pellice, i santuari dei Monti Sacri

Metamorfosi turistica in corso. Con un processo tardivo rispetto ad altre regioni, il Piemonte sta mutando pelle: via quella tradizione manifatturiera e industriale che non guardava di buon occhio all'otium, allo svago, via una certa diffidenza a ragionare di squadra, con ciascuna delle realtà locali a tirare acqua al proprio mulino. Negli ultimi anni, qualcosa è cambiato.

I dati registrano arrivi e presenze in crescita ininterrotta dal 2012, in particolare nelle città di interesse storico-artistico e nelle località sui laghi. Il sistema basato sulle Agenzie turistiche locali, le Atl, ha poi ceduto campo ad un'organizzazione più centralizzata. «Il turismo è un attivatore di energia – sostiene l'assessora della Regione Piemonte Antonella Parigi – Nulla è capace di creare un indotto simile: grazie al turismo si sostiene il commercio, la filiera enogastronomica, l'artigianato, la cultura, l'agricoltura».

ANTONELLA PARIGI, ASSESSORA REGIONALE ALLA CULTURA, TURISMO -FOTO DI LUCA PARENA

LA REGIONE IN CIFRE

Nel 2018, i flussi turistici in Piemonte hanno raggiunto i 15 milioni di presenze. Secondo uno studio di previsione dell'istituto Demoskopika, è la quarta regione per crescita del numero di soggiorni, con un aumento del 2,29%, inferiore soltanto a Basilicata, Lombardia e Sardegna. «Allo stato attuale, siamo però in difficoltà nelle misurazioni – sottolinea l'assessora Parigi –. Il nostro sistema non registra i pernottamenti con le nuove forme di ricezione come le strutture extra-alberghiere di Airbnb». Secondo la questura, nel 2018 hanno soggiornato a Torino con Airbnb 166 mila persone: «I dati in nostro possesso sono quindi assolutamente parziali». Per questo motivo, ad ogni locazione turistica è stato assegnato un codice identificativo con cui trasmettere alla nuova piattaforma "Piemonte dati turismo" i dati su arrivi e partenze. Il servizio web è stato presentato in una serie di incontri di formazione con gli operatori: dal primo aprile arriva a sostituire l'attuale Tuap, Turismo arrivi e presenze.
Le informazioni sui flussi sono necessarie per una buona programmazione ma, secondo Parigi, «non sono la cosa più importante. Contano le ricadute sul territorio e il benessere delle comunità: noi crediamo in un turismo sostenibile e che si ferma». La durata delle permanenze è però un punto debole per il Piemonte: si prevede che sia di 2,86 giorni, anche nel 2018 al di sotto della media nazionale di 3,37.

TURISTI DAL MONDO

Per far crescere l'afflusso di turismo straniero, diventa importante investire nel mercato estero. Nel 2017, i turisti dalla Germania sono stati i più numerosi, rivolti soprattutto verso i laghi, la provincia di Torino e le Langhe. Seguono Francia, Svizzera, Paesi Bassi, Regno Unito e USA. I cinesi sono ancora un numero abbastanza limitato (poco più di 86 mila presenze annuali): anche per questo, il Piemonte ha aderito al programma di promozione dell'Unione Europea in Cina. Nelle scorse settimane, ha ospitato l'attrice e conduttrice televisiva Ma Li, una vera e propria star in patria. Ai primi di marzo, sono stati girati con lei video promozionali nel centro di Torino, alla Reggia di Venaria e al castello di Grinzane Cavour.

A questa occasione di vasta visibilità, si aggiunge il riconoscimento della guida Lonely Planet: secondo la speciale classifica "Best in travel", il Piemonte è la prima regione al mondo da visitare nel 2019. Festival di musica, percorsi artistici e itinerari nel cuneese sono le offerte che hanno convinto autori e influencer, i quali hanno suggerito tra le esperienze imperdibili quella di prenotare un tavolo alla Fiera del tartufo bianco.

TESORI DA (RI)SCOPRIRE

Il Piemonte vanta prodotti e marchi di fama internazionale, ma l'assessora Parigi dice che bisogna guardare oltre. A poco più di due mesi dalle elezioni regionali, si augura che venga dato seguito al lavoro svolto perché tanto è ancora il patrimonio da valorizzare: «L'offerta non deve basarsi solo sull'eno-

IL DOSSIER DI TORINO STRATOSFERICA PER DARE AL PIEMONTE UNA FORTE IDENTITÀ TURISTICA

Monviso, vino, nocciole: a caccia dell'X-Factor

di L.P.

Nove mesi di interviste e confronti su scenari inediti con oltre sessanta protagonisti del mondo produttivo. Questo è "Effetto Piemonte", il volume realizzato da Luca Ballarini e dall'associazione culturale Torino Stratosferica per la Regione. Le idee per la crescita turistica del Piemonte vengono presentate in dodici percorsi: ambiente, talento, storytelling, infrastrutture, impresa, cultura, natura e sport, qualità di vita, società, territorio, risorse e turismo. «Nel nostro lavoro proponiamo parecchie idee di business che ci auguriamo possano rappresentare un punto di partenza», spiega Ballarini. Tra di esse, quella di realizzare una metropolitana che unisca la regione, creare una rete di castelli collegati via fiume come lungo la Loira, istituire il titolo itinerante di capoluogo della Cultura.

Il Piemonte cerca quindi di scovare il proprio "X Factor", l'elemento che rende possibili i migliori progetti del presente e di immaginare il futuro. Ballarini sottolinea che il primo passo è costruire un'identità regionale comune: «Per destare interesse, cerchiamo di comunicare verso l'esterno con un'autorappresentazione positiva. Abbiamo proposto l'immagine dei piemontesi come sperimentatori rigorosi: persone che abbinano al lavoro ben fatto anche un pizzico di follia».

> «DOBBIAMO CERCARE DI RACCONTARE AGLI ALTRI LE CARATTERISTICHE MIGLIORI DEL PIEMONTE»
>
> **LUCA BALLARINI**
> TORINO STRATOSFERICA

Piemonte terra di innovatori, quindi, ma anche aperta al confronto?

Il luogo comune di una realtà provinciale e campanilista è duro a morire: «Dobbiamo vincere gli stereotipi negativi – ribatte Ballari-

LA MORRA - FOTO DI EDO PRANDO

gastronomia. I santuari dei Monti Sacri avrebbero bisogno di maggiore visibilità. Abbiamo poi una grande ricchezza naturalistica: le nostre montagne non hanno niente in meno di quelle che la gente va a cercare dall'altra parte del mondo. Ci sono fior di tesori nascosti. Un esempio è il Parco Naturale delle Capanne di Marcarolo, vicino alla Liguria: un paesaggio che ricorda il Colorado».

Quello che manca, talvolta, è la capacità di segnalare queste piccole meraviglie. I tumpi (pozze profonde lungo il corso di un torrente) di Bobbio Pellice, a pochi chilometri da Pinerolo, sono un altro caso di bellezza poco nota. Avviato il processo di trasformazione verso il turismo, il Piemonte si gioca la partita più importante sul piano comunicativo. La Regione pensa di puntare sul valore dell'autenticità come bandiera per promuovere il suo patrimonio. Prima di cogliere i frutti di una campagna di comunicazione ci vogliono tempo e continuità: cercare un elemento unificatore per presentarsi è il primo passo, enfatizzare gli elementi positivi della propria realtà è il secondo, un racconto il più possibile nuovo il vero elemento di forza. Questo forse è il punto su cui c'è più da lavorare: se si fa conoscere, il Piemonte sa vendersi bene, ma ci vogliono idee chiare e originali.

FOTO DI DAVIDE BOZZALLA

ni –. Se in passato la "piemontesità" significava anche chiusura, bisogna andare oltre, vedersi dal di fuori e allineare le percezioni».

Puntare su uno o due elementi di forza è meglio che enfatizzare le differenze interne, ma nel dossier vengono presentati ben undici possibili simboli distintivi del Piemonte: la nocciola, il Monviso, la macchina da scrivere, i grissini, la Sacra di San Michele, la rocca di filato, il vino, le colline, la caffettiera, il tartufo, il borsalino. Tutti richiamano eccellenze del territorio o dell'ingegno piemontese. Valorizzarne uno significa indebolire gli altri? Secondo Ballarini, «Fare sintesi intorno a un denominatore comune può scontentare qualcuno, ma è necessario. Il guaio sarebbe non avere nulla, se ci sono tante risorse bisogna solo saper scegliere». Il Piemonte quindi ha l'"X Factor" per proporre un'immagine forte e unitaria, valida per attirare il turismo? «Credo che in un'ipotetica classifica non abbia niente da invidiare alle altre regioni. Ci vogliono però imprenditorialità e dialogo».

VISTA MONTE DEI CAPPUCCINI - FOTO DI REGIONE PIEMONTE

#

IN NUMERI

3,28
media giorni di permanenza a Torino

1,04
milioni di visitatori Reggia di Venaria nel 2017

1,2
milioni di arrivi a Torino nel 2017

TORINO

Alla ricerca di visitatori che investano di più

di Francesca Sorrentino

Torino è una città ricca di eventi ed eccellenze: il Salone del Libro e quello del Gusto, la Biennale Democrazia arrivata alla sua sesta edizione; oltre ad alcuni dei più importanti musei a livello nazionale, dalla Reggia di Venaria passando per il museo Egizio e quello del Cinema (i più visitati secondo i dati del 2017. La sola Reggia di Venaria ha registrato oltre un milione di visite). Torino vanta anche una storia importante da prima capitale d'Italia che ha lasciato il suo segno prima di tutto a livello architettonico oltre che culturale.

Se si tiene conto che la permanenza media dei turisti in città è di soli tre giorni, dato inferiore ad altre grandi città del Nord come Milano o Venezia, la domanda nasce spontanea. Perché farsi conoscere è così difficile? È quello che si chiede anche l'assessore al turismo della città Alberto Sacco: «Torino mantiene un basso profilo». È la sua dannazione.

Ci sono anche difficoltà oggettive legate al fatto che la città negli anni ha perso centinaia di migliaia di abitanti e ha dovuto affrontare il passaggio, non facile, da polo industriale e manifatturiero a meta turistica vera e propria.

I costi per sostenere una promozione di valore sono notevoli e non facili da trovare: «Per questo puntiamo così tanto sulle Finali Atp di tennis - sostiene Sacco - ci darebbero un pubblico internazionale con elevate capacità di spesa per anni e durante tutto l'anno ci sarebbe il "Road to Turin" in ogni torneo Atp, trattandosi dell'ultimo dell'anno». Promozione attraverso un evento sportivo, per cercare di replicare l'esperienza delle Olimpiadi invernali del 2006, considerate da molti come uno spartiacque nella vita della città, dal punto di vista turistico e non solo; ma è veramente così? «Le Olimpiadi del 2006 hanno certamente fatto conoscere la città a tutto il mondo, ma il nostro obiettivo deve essere un turismo di qualità, quello di massa non è sostenibile e non ci interessa», spiega Sacco.

Importante per la città resta in ogni caso il rapporto con la regione Piemonte nella sua interezza; non avrebbe senso promuovere Torino da sola. In questo senso è da circa un anno che il Comune ha lanciato un piano di promozione internazionale insieme al Roero e alle Langhe. «Quest'anno andremo in Nord Europa, New York e Canada. Si tratta di due realtà complementari perché Torino ha una elevata prevalenza di turisti italiani, mentre nelle Langhe sono in maggioranza i turisti stranieri».

L'obiettivo sarebbe quello di aumentare i giorni di permanenza in città, una strada già intrapresa, infatti dai dati della questura emerge che nel 2018 la permanenza media a Torino è passata da 3,1 a 3,28 giorni. Importante per il comune è fare di Torino un punto strategico centrale, da cui sia possibile raggiungere facilmente altri punti di interesse turistico come le Langhe, i laghi o la montagna, nella speranza di attirare flussi turistici che diversamente non verrebbero intercettati.

Un altro nodo fondamentale è lo sviluppo delle infrastrutture; ancora in embrione ad esempio è il progetto di un nuovo centro congressi nei pressi del Tribunale, con una capienza di 5000 posti, più del doppio di quello attuale al Lingotto. Una struttura che potrebbe dare un impulso alla città a livello internazionale. È quello che spera l'assessore Sacco.

Un percorso lungo e in diveni-

GUIDA

Eccellenze piemontesi e dove trovarle

Il ciclo di incontri dedicato al successo del Made in Italy compie dieci anni e per questo motivo va festeggiato: da qui nasce "Eccellenze piemontesi", testo che raccoglie 29 imprese della regione che si sono distinte su tutto il territorio. Il volume, edito da Giappichelli, celebra il decennio di appuntamenti in cui varie realtà imprenditoriali, di settori e dimensioni diversi, hanno condiviso le proprie storie e vision nei vari incontri tra le mura del Centro Congressi dell'Unione Industriale di Torino, in collaborazione con Deloitte e la Scuola di Management ed Economia dell'Università. Prodotto della partecipazione di quasi cento aziende dal 2008 ad oggi, il volume presenta ai propri lettori le ventinove case historry che sono risultate le più eccellenti. Il libro è stato presentato in un incontro moderato da Filomena Greco, de Il Sole 24 ore, a moderare l'evento di presentazione del libro, con la partecipazione di Licia Mattioli, vice presidente di Confindustria, e gli imprenditori Anna Ferrino, Giovanni Fracasso e Stefano Quercetti. Il tessuto imprenditoriale piemontese, nella provincia di Torino, ha un peso notevole, superiore al 70% del settore Ima (Industrial, Manufacturing e Autotmotive). Facendo leva sul territorio e le sue valenze è possibile costruire realtà competitive e innovative. In un futuro in cui i cambiamenti si annunciano accelerati rispetto al decennio precedente, ci sono alcune imprese ricche di passione e competenze che non si tirano indietro di fronte alle sfide imminenti. E quelle imprese sono tra le 29 eccellenze riportate in questo volume.

Chiara Manetti

IL CASO

Libarna, città sommersa e da salvare

La sfida è attrarre turisti oltre Serravalle

di Marco Zavanese

#

IN NUMERI

5
milioni di visitatori ogni anno all'outlet di Seravalle

4,3
chilometri separano l'outlet dal sito di Libarna

0,23
La differenza percentuale tra visitatori del Comune e dell'outlet

Il luogo più visitato d'Italia è un sito archeologico di età romana. Si chiama Colosseo e ogni anno accoglie circa 7 milioni di turisti.

Il secondo luogo più visitato d'Italia si trova in Piemonte. È un insieme di edifici in prefabbricato costruiti dal 2000 dal gruppo McArthurGlen e all'interno ci sono negozi di Prada, Armani e Bulgari. Si chiama Outlet di Serravalle Scrivia e ogni giorno arrivano pullman da Malpensa carichi di turisti russi, arabi e cinesi. A fine 2018 i visitatori erano oltre cinque milioni. Cinque milioni. Più della popolazione dell'intero Piemonte, fermo a poco più di quattro.

A 4,3 chilometri dall'outlet si trova il sito archeologico più importante del Piemonte. Ci sono due quartieri romani, un anfiteatro e un teatro. Non facile trovarli in Russia. Il sito si chiama Libarna e, dai dati, sembra un luogo quasi sconosciuto. Nel 2018 ha registrato 4570 visitatori. 1500 a Maggio, nel periodo delle gite scolastiche. «Ancora meno a settembre, solo 890 visitatori, nonostante avessimo ospitato Neri Marcorè in una tappa di Attraverso, un festival che riunisce ventuno comuni di Langhe, Monferrato e Roero». dice Simone Lerma, il responsabile della zona per la Soprintendenza delle Belle Arti.

Perché così pochi visitatori? «Stiamo facendo molto ma il nostro lavoro è iniziato da meno di tre anni. Ne abbiamo persi venti» dice Antonio Santopietro, responsabile di Libarna Arteventi, l'associazione che si occupa della comunicazione del sito. «Le persone non conoscono Libarna. La situazione si sta smuovendo, ma ora come ora, i pullman alla sera tornano tutti a Malpensa». Anche se non ci sarebbe molto spazio per i pullman, a Libarna. Già, perché tra il quartiere romano e l'anfiteatro scorre una ferrovia e, dall'altra parte, un'altra ferrovia ostruisce il passaggio, come una barriera invalicabile. Si tratta della Genova Torino e della Genova Milano. «Da una parte le ferrovie sono state un bene – dice Lerma – perché fu proprio nell'800, durante gli scavi, che vennero trovati i primi resti di Libarna. Certo, se ora non ci fossero sarebbe diverso».

Qual è una possibile soluzione? «Fare rete – continua Santopietro – Allargare il sito in itinerari che comprendano l'interno territorio, che è stupendo. Siamo nel Gavi e a poca distanza c'è il forte di Gavi. Ne vogliono fare qualcosa di simile a Bard».

FOTO DI LIBARNA ARTE EVENTI

ANFITEATRO DI LIBARNA Vista dall'alto dei resti e della linea ferroviaria Torino-Genova

Secondo i dati statistici della Regione Piemonte, nel 2017 le persone arrivate per turismo nel comune di Serravalle sono state 11.616, che diviso i 5 milioni dell'outlet è il 2,3 per mille.

Si può fare di più? L'assessora al turismo Marina Carrega dice di no. «Gli esercizi di ricezione turistica sono soddisfatti. Non è facile attrarre le persone che vengono all'outlet. Libarna è per un pubblico diverso, per un turismo culturale. Ai russi e cinesi interessa più lo shopping». Chissà cosa ne pensano quelli del Colosseo. «Abbiamo un bel territorio, ma più di tanto con l'outlet è difficile fare. Il sito archeologico di Libarna è attivo con scuole e piccole manifestazioni. Conviviamo, ma rimaniamo su due livelli paralleli». Come i binari del treno.

Non la pensano allo stesso modo gli inglesi della McArthurGlen, loro che di teatri romani non ne hanno tantissimi e di colline dove si fa ottimo bianco (il Gavi) ancora meno.

«Di recente hanno sentito l'esigenza di inglobare l'outlet in un progetto più ampio – dice Santopietro – Hanno notato come ai turisti non basti solo l'outlet. Almeno dalla seconda visita in poi. Stanno pensando a pacchetti turistici allargati. I visitatori non devono avere la sensazione di essere in un non-luogo, ma l'outlet deve avere una forte identità locale».

Così è nato il progetto ThinkSerravalle, che collega l'Outlet a cantine locali, a percorsi in biciletta sulle colline, al golf, alla farinata. A Libarna. «Ci sono molte possibilità. Basta crederci», esorta. Perché, forse, le barriere più difficili da sorpassare sono le convinzioni delle persone.

L'Università di Torino e l'approccio culturale al turismo

di M.Z.

Cosa vendiamo, quando vendiamo il tempo? Perché, alla fine, di questo si tratta quando si tratta di turismo. Tempo. Esperienze. Ricordi. Tutto riflesso su un territorio, che deve assorbire i desideri e le necessità delle persone che lo scelgono tra mille alternative. Il capitalismo ci ha abituato al mito secondo il quale tutto si possa vendere. È, in fondo, il mito della tecnica. Del mestiere, della ripetizione. Della conversione di persone in target segmentati, e della omologazione di tutto il testo in prodotti. Ma allora, come si vende un luogo? Come lo si trasforma in una meta? È possibile che, in questo caso almeno, le leggi del mercato e del marketing non siano sufficienti.

È quello in cui crede l'università di Torino. «Siamo l'unico ateneo in Italia che vede il turismo con un approccio culturalista» dice il prof. Enrico Lusso, presidente del corso di laurea magistrale in Comunicazione Internazionale per il Turismo e direttore del Master in turismo MaPot. «Tutti gli altri utilizzano un approccio economico, basato sulla domanda e sull'offerta, ma ci siamo resi conto che non era più sufficiente». Enrico Lusso parla di conoscenza, di comunicazione del sapere. In fondo, come si può vendere qualcosa se non lo si conosce? Ma non è solo una questione di vendita. «È una questione di approccio. Se vediamo il turismo come un prodotto, siamo economicamente portati alla sua segmentazione. Creiamo il turismo enogastronomico. Poi il turismo culturale. Poi quello sportivo. E così ci dimentichiamo del territorio» spiega «Perdiamo di vista l'unico vero soggetto. Ma non solo. Pensiamo che chi viene a visitare una chiesa o un museo non voglia mangiare, e mangiare bene e scoprire le eccellenze tipiche, o che magari non desideri una mezza giornata di sport».

FOTO DA TRAVELCOFFEEBOOK - PIXABAY

TURISMO DI MASSA - La folla di Piazza del Vaticano a Roma

Il quadro che se ne ricava è un disegno complesso, dove le eterogeneità sono tenute insieme attraverso una metodologia olistica.

Poi c'è la questione delle destinazioni d'uso. Anche qui, la visione di Lusso è improntata all'innovazione. «È possibile che una struttura non posso essere riconvertita? E allo stesso modo, se un privato garantisse la promozione, la valorizzazione e la gestione di un bene nel rispetto della Soprintendenza, sarebbe proprio un male concederglielo?». Sono numerosi gli esempi di strutture religiose riconvertite in resort o boutique hotel. «A Saluzzo c'era questo convento del XV secolo. Era abbandonato a se stesso. Un gruppo privato ne ha ottenuto la concessione e lo ha ristrutturato a proprie spese. Adesso è un resort elegante che attira persone in città».

È sempre, in ogni caso, questione di comunicazione, e di conoscenza. Creare una meta significa andare oltre i soliti schemi, oltre la superficialità di quello che si offre. «È per questo che è fondamentale che sia una persona esperta a comunicare ai possibili fruitori un territorio. Per quanto possa essere abile, il miglior pubblicitario del mondo non potrà mai comunicare un affresco o uno scorcio come una persona che da anni studia quei dipinti e paesaggi».

La terza missione dell'università? «È un passaggio fondamentale. Non dobbiamo appiattirci allo stereotipo della visione esterofila dell'Italia. La creazione di una meta è la valorizzazione di un territorio. E l'esaltazione delle sue peculiarità. Seguire delle regole fisse, ricorrere ad un modello, può essere fatale».

Come quel tale, Procuste, nell'antica Grecia, che cercava di far rientrare ogni ospite in un modello predefinito che non considerava gli eccessi. E se i piedi sbordavano dal letto, glieli mozzava.

Biennale Democrazia apre agli influencer

"Ciao, mi chiamo Luis": il 21enne di Bologna è l'ospite più giovane della sesta edizione

di Chiara Manetti

Luis Sal, classe 1997, è un creativo, videomaker e influencer italiano. Una voce giovane, per i giovani, ma non solo.

Hai un pubblico variegato. Ti seguirà a Biennale Democrazia?

«Può essere: i miei iscritti mi sorprendono sempre, si nascondono ovunque. Non ho un target, ho un gusto. Mi possono seguire il sessantenne o il dodicenne, basta che condividano il mio umorismo. Non mi rivolgo ad un pubblico, mi rivolgo "al" pubblico».

Hai realizzato, in collaborazione con Vice, dei video su salute mentale ed elezioni politiche del 2018: dove vuoi portare i tuoi "seguaci"?

«Mi piace fare da collante tra mondi che spesso sembrano troppo distanti tra loro. Quello che contava, nel caso delle elezioni, era ricordare ai miei coetanei che esiste anche la politica: spesso ci dimentichiamo di avere voce in capitolo. Biennale Democrazia è un modo per avvicinarmi a progetti più istituzionali: vorrei dimostrare che posso dare visibilità a tematiche diverse da quelle che tratto solitamente. Pur non rinunciando alla leggerezza».

Il tema della sesta edizione di Biennale Democrazia è proprio "Visibile - Invisibile": cosa pensi che sia realmente visibile oggi?

«Secondo me la realtà non va sottovalutata: la visibilità nel mondo reale è tutta un'altra cosa rispetto a quella sui social. I numeri su internet andrebbero un po' sottovalutati, e questa è un'affermazione che andrà a mio sfavore, ma è vera. Credo sia la storia più vecchia del mondo. A me la visibilità piace, ma non è di certo il mio scopo: mi dà una soddisfazione giornaliera, temporanea».

Parteciperai a due eventi: il primo, "Polvere di Stelle", con Ambra Angiolini e Pif. Cosa ne pensi de "Il Testimone", la serie di MTV.

«"Il Testimone" è stato parte della mia crescita, mi ha ispirato. Credo che su Internet avrebbe funzionato due volte meglio. Pif è stato il primo blogger italiano e sarebbe stato un ottimo youtuber. Internet ha solo da imparare da lui».

Nell'altro evento, "Bolle di visibilità" parlerai con Carlo Freccero, direttore di Rai2, del passaggio da fan a follower. Tu come ti poni con il tuo pubblico?

«Nei miei video non mi rivolgo praticamente mai al pubblico, non dico mai "Ciao ragazzi, iscrivetevi!". Dico semplicemente: "Ciao mi chiamo Luis e adesso farò..." e questo mi permette di rivolgermi a tutti e a nessuno. Essendo una persona down to earth - con i piedi per terra - se incontro qualche fan per strada sono molto contento. I social hanno scombussolato ciò che è la magia dell'ignoranza, perché tutti possono vedere tutto. Ne è nata un'altra, propria di coloro che credono a qualsiasi cosa: i social sono una lama a doppio taglio. Bisogna solo essere armati, e i ragazzini di oggi nascono già con un'armatura, distinguono cosa è finto e cosa non lo è».

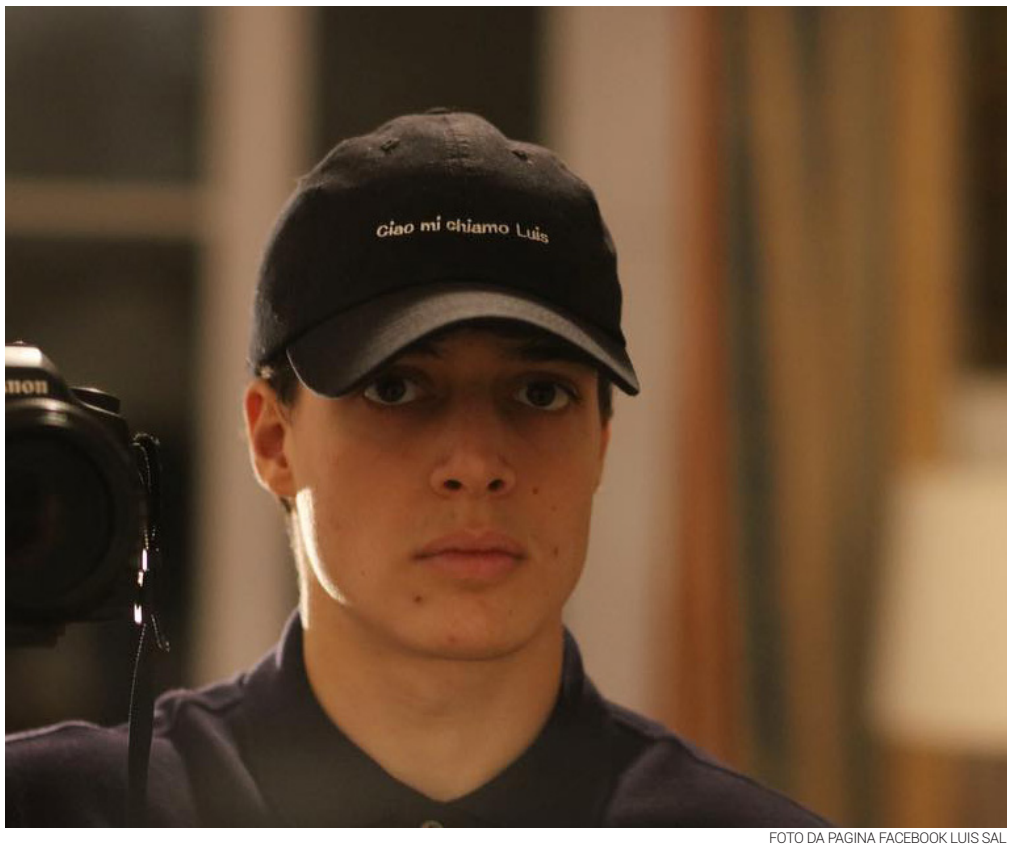

FOTO DA PAGINA FACEBOOK LUIS SAL

LUIS SAL
Uno dei creator più stimati d'Italia. Il canale YouTube sfiora il milione di iscritti.

Su Instagram hai più di un milione di followers. Questo social ti porta a distaccarti dalla realtà?

«Se su YouTube ho un pubblico più fedele, su Instagram ne ho uno più facile, sia da ottenere che da perdere. Da dieci anni - metà della mia vita - sono sui social, ma essendoci nato non mi separano dalla realtà, anzi, mi ci immergono ancora di più».

Hai studiato in un college americano per un anno: lì il tema della visibilità è diverso?

«Negli States sono più addestrati: c'è più competitività ed esci più in fretta dalla tua bolla. Parte della mia formazione la devo proprio agli Stati Uniti: In Italia c'è un po' di impreparazione in questo campo. Io volevo aprire un canale Youtube da quando avevo 14 anni, ma non mi sentivo mai pronto: ho aspettato di esserlo veramente. Due anni fa mi sono messo giorno e notte a montare video e poi mi sono buttato, ho pubblicato. Ed è piaciuto.

Ora è il mio lavoro».

EVENTO

Tanti auguri, Biennale Democrazia: nuovi luoghi per la manifestazione

Sono già passati dieci anni da quando Biennale Democrazia mosse i suoi primi passi nel 2009. Torino ospita la sesta edizione della manifestazione che, dal 27 al 31 marzo, pone in primo piano il confronto e lo scambio di opinioni, prerequisito di una società democratica. Il tema scelto è Visibile Invisibile e Torino è la città ideale per raccontarlo. Impegnata a contrastare i fenomeni di marginalità sociale, punta la luce sugli invisibili, troppo spesso nascosti nell'ombra. E l'inclusione si allarga anche alla scelta dei luoghi dell'evento: Biennale Democrazia, quest'anno, trova spazio non solo nel cuore della città, ma anche in alcune aree culturali del quartiere Aurora: quell'angolo torinese che sta uscendo dall'invisibilità e che per quattro giorni proporrà un ricco programma di incontri, spettacoli e installazioni artistiche.

FOTO DA SITO COMPAGNIA DI SAN PAOLO

Le Officine Grandi Riparazioni offrono i propri spazi rinnovati, dimora della cultura contemporanea e dell'innovazione. Riconfermati Teatro Regio, Teatro Carignano e Circolo dei Lettori, luoghi cari ai più affezionati. Il Polo del '900 non si tira indietro neanche quest'anno e porta con sè un progetto che si rivolge agli studenti delle scuole superiori di Torino e della provincia di Cuneo: quattro i percorsi formativi sviluppati per Spotlight - Luci che accecano, realtà invisibili. Inoltre quest'anno Biennale Democrazia viaggia attraverso L'italia: prima tocca Matera, capitale europea della cultura 2019, poi Milano, Roma e Genova. Quattro tappe per anticipare le giornate di Torino, quattro appuntamenti per la creazione di nuovi canali di scambio e confronto. Perchè il dialogo è la colonna portante di una società democratica. E Biennale Democrazia lo sa.

C.M.

#FRIDAYSFORFUTURE CONTAGIA ANCHE L'ITALIA

Non esiste il pianeta B, Torino scende in piazza con il resto del mondo

di C.M.

Mani al cielo, cartelli in aria e tanta voglia di cantare. Le vie del centro di Torino venerdì mattina si sono riempite di tutti quei giovani che fino ad adesso erano rimasti inascoltati, che fino a ieri sembrava non avessero una voce. La voce l'abbiamo sentita, non solo grazie ai megafoni branditi energicamente dagli organizzatori della marcia "Non c'è un pianeta B" promossa dal movimento Fridays For Future (#FridaysForFuture), ma anche grazie alla forza delle parole. Quelle parole scritte nero su bianco - ma anche verde su giallo, blu su rosso, fucsia su beige - sulle centinaia di cartelloni preparati ad hoc per il corteo del 15 marzo. Una gamma di colori che a Torino non si vedeva da parecchio tempo, abbinata ad un corteo pacifico di più di 20mila giovani.

Partenza mattiniera in piazza Arbarello, poi prima tappa - obbligatoria - sotto Palazzo Civico, dove migliaia di sveglie hanno suonato contemporaneamente per smuovere gli animi delle istituzioni. L'evento è stato patrocinato dalla Città di Torino, tanto che la Sindaca Chiara Appendino è scesa da Palazzo di Città per sostenere la marcia.

Infine, sit in in piazza Castello con musica, balli e l'intervento di Luca Mercalli. «Se non agiamo adesso, chi oggi ha vent'anni vivrà in un mondo ostile», ha urlato dal camioncino in testa al corteo parcheggiato di fronte a Palazzo Madama.

FOTO DI CHIARA MANETTI

TORINO LOTTA PER IL CLIMA
Un'immagine del corteo partito da Piazza Arbarello

Delle 182 piazze che si sono affollate venerdì, Torino si è distinta. Il gruppo #FridaysForFuture della città, uno dei più strutturati d'Italia, aveva risposto immediatamente, mesi fa, all'appello di Greta Thunberg, quando le parole della sedicenne di Stoccolma col visino incorniciato da un paio di trecce castane sono arrivate a Tommaso Felici, attivista di Torino. Da gennaio sono stati undici i presidi in Piazza Castello. «Non si è mai assistito a un venerdì in cui il numero dei partecipanti scendesse rispetto al venerdì precedente», spiega Tommaso. E la perseveranza paga, visto il successo dell'iniziativa. «Non vedere la fine né da una parte né dall'altra della piazza ci riempie di gioia», ha commentato Pietro Morello, uno dei manifestanti in testa al corteo, impugnando il megafono.

Il 15 marzo doveva essere una giornata memorabile, e così è stata. In molti la ricorderanno come quella in cui milioni di ragazze e ragazzi in tutto il mondo hanno urlato a gran voce in tutte le lingue «Salviamo il clima». Da ben 200 paesi del pianeta.

La *Magna Charta* conquista Vercelli

Lo storico Alessandro Barbero: "Testimonianza dell'epoca in cui è nata la nostra modernità"

di Jacopo Tomatis

#
IN NUMERI

800
Anni dalla fondazione della Basilica di Sant'Andrea.

1215
Re Giovanni concede la Magna Charta ai baroni ribelli

79
Giorni in cui il documento sarà in mostra all'Arca

Vercelli, come Torino, da città industriale in questi anni si è reinventata città culturale. Dopo la crisi del settore tessile ha riscoperto la sua tradizione intellettuale, artistica e universitaria, le cui radici affondano nel Medioevo. Già dal 2008 al 2013 aveva ospitato le collezioni Guggenheim sotto la volta dell'ex chiesa di San Marco, oggi chiamata Arca. Dal 23 marzo al 9 giugno, l'Arca custodirà, per la prima volta in Italia, la *Magna Charta,* il documento del 1215 con cui re Giovanni Senza Terra concesse ai baroni inglesi alcuni diritti che ancora oggi stanno alla base delle democrazie occidentali. L'occasione è data dagli 800 anni della fondazione della Basilica di Sant'Andrea, che con le sue quattro torri rosse e bianche domina ancora oggi il panorama cittadino e davanti ai cui portali è stato arso vivo quel fra' Dolcino, ricordato da Umberto Eco ne *Il Nome della Rosa*.

Per capire l'importanza dell'evento abbiamo intervistato Alessandro Barbero, medievista, professore all'Università del Piemonte Orientale, scrittore e divulgatore tv.

Perché Vercelli ospiterà una delle quattro copie rimaste della *Magna Charta*?

«Perché ad una delle redazioni, quella del 1217, era presente come legato papale il vercellese che ha fondato la Basilica di Sant'Andrea, il cardinale Guala Bicchieri, a mediare tra il re e i baroni ribelli. Dopo la morte di re Giovanni, Enrico III, ancora bambino, rinnova la concessione, che viene siglata da Bicchieri».

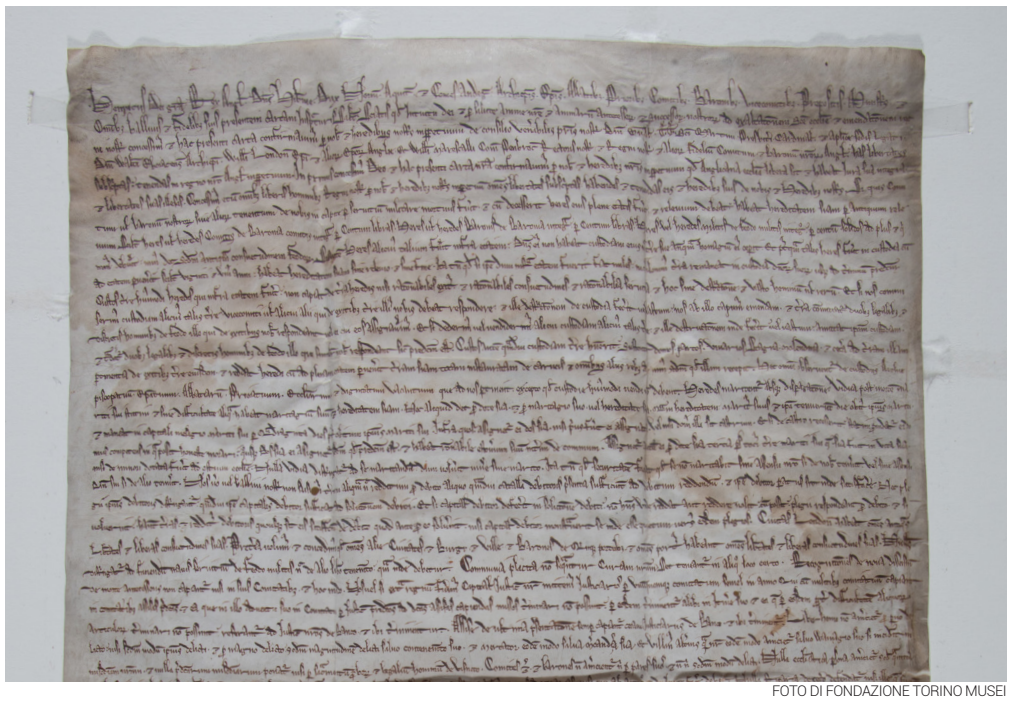

FOTO DI FONDAZIONE TORINO MUSEI

LA MAGNA CHARTA DI HEREFORD
Il documento sarà in mostra a Vercelli ed è uno dei quattro rimasti al mondo

Chi era Guala Bicchieri?

«Era un cardinale, uno degli uomini più influenti d'Europa. All'epoca erano in pochi ad avere questa carica e spesso erano inviati del papa nelle corti. All'inizio del XIII secolo i pontefici erano all'apice del loro potere e i governi europei erano costretti ad accettarne le ingerenze».

La *Magna Charta* è ancora importante adesso?

«Si, per due motivi. Le sue influenze dirette si sentono ancora oggi in due principi: il diritto di essere giudicati da propri pari, il motivo per cui i processi vedono la presenza delle giurie popolari, e il diritto a non essere arrestati senza un'ordinanza della magistratura, l'*habeas corpus*, uno dei principi fondamentali delle democrazie occidentali.

«LA FIRMA DELLA *MAGNA CHARTA* È UNO DEI PIÙ GRANDI AVVENIMENTI DELLA STORIA INGLESE ED EUROPEA»

ALESSANDRO BARBERO
STORICO E DIVULGATORE TV

Il documento poi rappresenta la lotta tra il tentativo del re di costruire un potere assoluto e quello dei baroni di costringere quel potere a rispondere a delle assemblee che rappresentino il paese. Noi viviamo in un mondo in cui questo secondo principio, grazie anche alla *Magna Charta*, ha vinto e nessun governo si può considerare democratico se non risponde ad un parlamento».

Quindi la *Magna Charta* dimostra che il Medioevo non era così buio come spesso si dice?

«Ormai chi lo insegna non lo pensa più. Sono i giornalisti, nella loro ignoranza, e i politici, nella loro ignoranza ancora più abissale, a strillare 'Siamo di nuovo al medioevo' e la forza enorme dei luoghi comuni che la gente ripete. Senza i primi, il solo luogo comune non basterebbe. La gente va in estasi davanti alla Basilica di Sant'Andrea o a Notre Dame e quindi sa bene che il medioevo era altro. È l'epoca nella quale è nata la nostra modernità, con molti conflitti importanti ancora oggi, come quello fra autoritarismo e controllo parlamentare».

Bisognerebbe prendere più ispirazione dal Medioevo?

«Conoscere il passato non garantisce di non fare sciocchezze, ma una società e una classe politica che conoscessero meglio il passato sarebbero utili per vivere meglio nel presente ed evitare i disastri che il futuro ci riserva. Il fatto che smettano di ripetere i luoghi comuni sul medioevo è una cosa che interessa i medievisti, ma da giornalisti e politici ci sono altre cose che preferirei sentire. Sarei disposto a far continuare le leggende sul Medioevo in cambio di qualcosa di utile da parte loro».

Com'è dolce Torino sotto i portici Tre giorni per scoprire i caffè storici

di J.T.

Un uomo entra in un caffè. A Torino questa non è solo una pessima freddura, ma l'inizio di un viaggio nei locali sotto i suoi 18 chilometri di portici. Solo Bologna la supera in Italia, con 38 chilometri di arcate. Tra gianduiotti scartati dalle loro pellicole dorate e la dolcezza della schiuma e della cioccolata nel caffè che creano il *bicerin*, la bevanda preferita di Cavour, ma anche di Hemingway, è un tragitto irresistibile per gli appassionati di dolci.

Da quest'anno lo spirito sabaudo si potrà ritrovare nei quattro "Dolci tour", la novità della seconda edizione dei Dolci Portici, che si terrà dal 22 al 24 marzo, il primo weekend di primavera.

I visitatori saranno guidati nei caffè e nelle pasticcerie storiche di Torino alla scoperta dei luoghi dove i maestri pasticcieri e cioccolatieri quotidianamente producono le loro specialità e i dolci più conosciuti della città.

Ecco i tour: "I Portici delle Golosità" che condurrà nei locali sotto i portici di Torino; "Dolcezze Reali", tra i caffè che servivano i Savoia; "Dolci Passi nella Vecchia Torino", che si snoderà i locali più antichi della città; "A spasso tra i Maestri del Gusto", per conoscere i vecchi e i nuovi pasticceri. Ventotto i locali selezionati: il Bicerin, dal 1763 patria della famosa bevanda, Caffarel con i suoi cioccolatini, il caffè Torino di piazza San Carlo, Baratti e Milano, che produce caramelle da più di 140 anni, Fiorio, frequentato anche da Cavour. E poi Gobino, Mulassano, Pepino, Platti e Stratta.

«La speranza è che questi percorsi in futuro diventino un'attrazione per i turisti», ha detto il presidente della Camera di commercio di Torino, Vincenzo Ilotte, che insieme alla Fondazione Contrada Torino Onlus e il Comune ha organizzato l'evento.

Il viaggio più goloso resterà quello di via Roma, che per tre giorni sarà popolata dagli stand delle aziende partecipanti, che sono una trentina, tra cui la Gelateria Miretti di Torino, Ziccat e Barbero di Cherasco, uno dei caffè storici del cuneese. Nel mezzo della via sarà anche montata una pasticceria mobile, che produrrà dolci e cioccolata e mostrerà il lavoro dei maestri pasticcieri a tutti i passanti.

Alcune strade più in là, a Palazzo Birago, sede della Camera di commercio, ogni giorno si terranno incontri, moderati dal giornalista enogastronomico Alessandro Felis, con degustazione annessa, curata dall'associazione Maestri del Gusto in collaborazione con l'istituto alberghiero Bobbio di Carignano e l'Accademia per Buongustai Sac à Poche. Venerdì si parlerà di Torino, capitale del cioccolato; sabato della storia della pasticceria torinese e domenica delle *galuparìe* da forno. «È il termine piemontese per leccornia. Galup significa goloso e può anche essere usato per definire una persona - spiega Paolo Giaccaria, docente di Marketing del Territorio all'Università degli Studi di Torino -. Il termine è poi passato ad indicare i prodotti da forno, grazie al fatto che negli anni '20 Pietro Ferrua ha fondato la "Galùp", inventando il panettone con la glassa alle mandorle».

"Dolci Portici" ha cambiato il nome l'anno scorso: nel 2017 era nata come "Aspettando Cioccolatò" con lo scopo di rilanciare la fiera autunnale del cioccolato, interrotta nel 2016. Al tempo la società arrivata seconda al bando di assegnazione del marchio aveva presentato un ricorso al Tar, poi perso per infondatezza dei motivi. Da veri cioccolatai.

FOTO DI JACOPO TOMATIS

CAFFÈ MULASSANO
Il bar storico sarà tappa dei Dolci Tour

Ginnastica Torino, 175 anni di passione

Anche il Presidente Mattarella festeggia con una medaglia la "Reale Società" del capoluogo

di Francesca Sorrentino

Je atanse mo anstre, tendo al mio astro. È questo il motto che da sempre guida la Reale Società di ginnastica di Torino, che il 15 e il 17 marzo ha celebrato il proprio 175° anniversario: due giornate di festa all'insegna dello sport, durante le quali sono stati presentati il nuovo francobollo celebrativo emesso dal Ministero dello Sviluppo Economico, il libro "Reale Società Ginnastica di Torino 1844-2019" edito da Priuli e Verluca e uno spettacolo degli allievi della FLIC, la scuola di circo. Anche il presidente della Repubblica Sergio Mattarella ha voluto partecipare alle celebrazioni inviando una medaglia di rappresentanza.

«Non è facile rinverdire i risultati sportivi conseguiti nella storia - afferma Matteo Lo Prete, direttore della Reale Società Ginnastica - per questo si cerca di concentrarsi sull'innovazione».

Una storia lunga, che si è sempre contraddistinta per lo spirito di innovazione e che è iniziata nel 1844, diciassette anni prima dell'unità d'Italia: la Reale è la società sportiva più antica sul suolo nazionale e una delle prime nate in Europa.

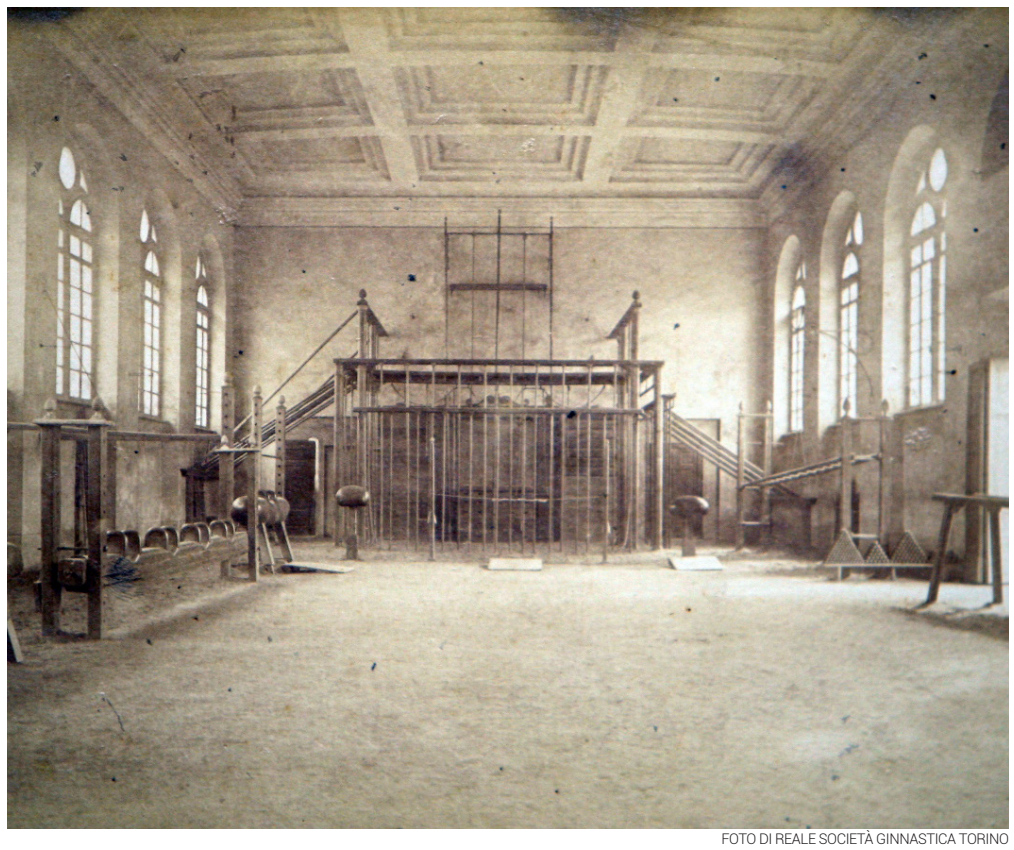

FOTO DI REALE SOCIETÀ GINNASTICA TORINO

LA PALESTRA
La sede storica di via Magenta 11

UNA STORIA ILLUSTRE

Fondata dal ginnasta svizzero Rodolfo Obermann, chiamato in Italia dal Re Carlo Alberto per istruire gli allievi dell'Accademia Militare, insieme al conte Ernesto Riccardi di Netro e altre personalità torinesi, è nata come società dedicata all'arte della ginnastica per unire l'amore per lo sport alla necessità di diffondere gli esercizi ginnici tra la gioventù e formare i futuri insegnanti.

Dalla prima sede di villa Glicini nel parco del Valentino a quella attuale in via Magenta 11, dalla Reale sono passate personalità illustri: il ministro dell'istruzione Francesco de Sanctis, che rese obbligatorio nel 1878 l'insegnamento della ginnastica educativa in tutte le scuole del regno, e il presidente Luigi Einaudi.

Tante iniziative sono nate e si sono sviluppate grazie al sodalizio tra le istituzioni e la Reale, da sempre fiore all'occhiello della città di Torino: dal primo campionato di calcio giocato nel 1898, all'istituzione della prima scuola Magistrale femminile per diventare insegnanti di ginnastica, un inizio di emancipazione sfidando i limiti del tempo.

Anche la ginnastica ritmica a livello embrionale si è sviluppata e diffusa in Italia grazie ad Andreina Sacco Gotta, insegnante di educazione fisica che nella palestra della Reale trovò terreno fertile per sviluppare un vero e proprio metodo riconosciuto istituzionalmente.

I SUCCESSI SPORTIVI

Durante la sua attività, la società ha collezionato a livello agonistico più di 150 Scudetti Tricolore, 14 titoli Europei e 7 ori olimpici, oltre ad essere stata insignita dal Coni della Stella e del Collare d'oro al merito sportivo.

È con questo spirito che nel 2002 nasce la FLIC, la scuola di circo. Riconosciuta dal Ministero dei Beni e dalle Attività Culturali, dalla Federazione internazionale delle scuole di circo e che attualmente raccoglie allievi da tutto il mondo, dall'Australia agli Stati Uniti. Una realtà che si è distinta a livello nazionale perché ha aperto la strada al riconoscimento dell'acrobatica aerea come attività motoria da parte della Federazione italiana di ginnastica. Un risultato importante se si pensa che l'obiettivo finale non è l'agonismo ma l'espressione artistica.

Nella reale però trova ampio spazio anche l'attività amatoriale: «avremmo potuto fare come molte altre società sportive e offrire ai nostri soci spazi da centro benessere, ma non è questo lo spirito che ci guida», aggiunge Matteo Lo Prete. L'attenzione per le persone e la condivisione di una passione restano al centro di un'esperienza che dura da 175 anni.

CURIOSITÀ

"Amore e ginnastica" tra carta e pellicola: lo sport diventa spettacolo

Torino e la ginnastica: un amore lungo che è stato rappresentato fin dal 1892, quando lo scrittore Edmondo De Amicis pubblica quasi clandestinamente il libro Amore e ginnastica. Ambientato in un condominio torinese di fine Ottocento, si racconta la passione dell'impacciato Simone Celzani, seminarista mingherlino e dimesso, per la sua vicina di casa, l'insegnante di ginnastica Maria Pedani. La Pedani ha un'unica missione: la ginnastica, che pratica e propaganda tra giovani e adulti quasi ossessivamente. Tutti i tentativi di Celzani di fare breccia nel cuore dell'insegnante falliranno, generando equivoci da commedia all'Italiana tra gli abitanti del palazzo.
Da Amore e ginnastica nel 1973 Luigi Filippo D'Amico trae un film dal titolo omonimo, interpretato dagli attori Lino Capolicchio e Senta Berger.

La riforma per inserire l'insegnamento dell'educazione fisica nelle scuole accende la polemica tra i difensori della morale, che vorrebbero precludere alle donne esercizi troppo maliziosi, e i fautori del progresso, che esaltano la dimensione eroica e salutistica della disciplina.
È questo il clima che fa da sfondo alla storia d'amore tra i due protagonisti, dagli esiti apparentemente disastrosi.
L'immagine restituita dal regista è quella di una Torino di fine Ottocento luminosa e solare, ben diversa dalla cupa città industriale che il cinema restituiva in quegli anni. Un viaggio visivo e non solo tra i tipici caffè torinesi, il verde dei parchi cittadini e la sontuosa architettura dei palazzi Savoia. Il regista riesce a rappresentare con inflessione ironica, il significato che uno sport come la ginnastica portava nell'Italia di fine Ottocento. Sfidando i tabù dell'epoca a Torino. E non solo.

F.S.

L'INTERVISTA AL TALENTO DI TORINO E MILAN

Peter Pan è cresciuto e compie 50 anni: "Il calcio non mi manca"

di Luca Parena

Amare il gioco, giocare con la vita, ma accettare quando arriva il momento di smettere. Sulla soglia dei 50 anni, Gianluigi "Gigi" Lentini, ex calciatore di Torino, Milan e Nazionale, dimostra una serenità da far invidia a molti suoi colleghi. Vive a Carmagnola, la città in cui è nato, lì gestisce una sala da biliardo e produce miele: «Un lavoro affascinante, ma il difficile lo fa il mio socio apicoltore. Per dargli una mano, dovrei mettermi a studiare e non ne ho tutta questa voglia», sorride Lentini. Le giornate senza pallone possono essere lunghe da far passare, ma quel mondo non gli manca: «Del calcio ho sempre amato il gioco: il divertimento era lo stesso a San Siro e sul campo di periferia, ma c'è un tempo per tutto. Il contorno non mi è mai interessato».

La carriera di Lentini è ricordata come una delle più sfortunate di sempre. Grande talento, nell'estate del 1992 è protagonista del trasferimento più costoso della Serie A fino ad allora: il Milan sborsa 18 miliardi di lire per acquistarlo dal Torino, la squadra per cui aveva giocato fin da piccolo. Uno dei primi casi roventi di calciomercato, con Milan e Juventus in lotta per aggiudicarsi Gigi: «Ero affezionato al Toro e non mi sarei mosso, ma per la mia carriera non aveva senso rifiutare quelle offerte». Gli ingaggi stratosferici di oggi che effetto gli fanno? «Se il calcio è un'industria che muove così tanti soldi, è giusto che i calciatori siano le persone più pagate: tutto questo mondo ruota intorno a loro».

FOTO DI LUCA PARENA

GIANLUIGI LENTINI
Nella casa di Carmagnola insieme a maglie e memorabilia

Con i rossoneri vince lo scudetto e sfiora la Champions League, ma il 2 agosto 1993 ha un terribile incidente d'auto. Dopo settimane di coma, Lentini è salvo, ma il campione in erba non c'è più: riflessi e velocità sono difficili da recuperare e perde un anno proprio in prossimità dei Mondiali. Nel 1995 torna a segnare e sogna una finale da protagonista in Champions contro l'Ajax, ma nella notte del riscatto viene lasciato in panchina: «La mia carriera è finita lì. Potevo dimostrare che l'incidente non mi aveva portato via tutto, invece mi hanno fatto entrare a 5' dalla fine. Dopo quella partita, ho perso la voglia di soffrire». Passa all'Atalanta, ritorna al Torino, ritrova l'amato allenatore Emiliano Mondonico. Gioca le ultime stagioni da professionista a Cosenza, prima di tornare in Piemonte tra i dilettanti. Non rimpiange quello che avrebbe potuto essere e non è stato? «Non ho rimpianti. Certo, ho fatto degli errori, ma chi non li fa? Penso a quanti sono quelli meno fortunati e capisco che devo solo ringraziare».

DAL 20 MARZO AL 3 APRILE

GLI APPUNTAMENTI

a cura di Marco Zavanese

MUSICA CLASSICA

Pinocchio al Regio

Paolo Madron riscrive il capolvaoro di Collodi per Pierangelo Valtinoni. L'opera di due atti con protagonisti tra gli altri Maria Valentina Chirico, Francesca Sicilia, Salvatore Grigoli e Matteo Mollica, vedrà la partecipazione anche dei bambini del Coro di voci bianche del Teatro Regio e del Conservatorio 'G. Verdi' di Torino. L'opera ha debuttato al Teatro Olimpico di Vicenza nel 2001e da lì ha girato i migliori teatri, da Monaco di Baviera a Mosca, da Madrid fino a Hong Kong. "Questa è la storia di un burattino testardo".

Teatro Regio, giovedì 21 marzo - sabato 23 marzo

PASSEGGIATE

Giornate FAI di Primavera

Ogni anno, dal 1993, il primo weekend di Primavera i volontari del FAI organizzano una manifestazione nazionale dedicata alla riscoperta del patrimonio storico, artistico e culturale del nostro Paese. A Torino il punto forte è la "Passeggiata del Re". Per la prima volta il pubblico potrà percorrere senza interruzioni il cammino interno che i sovrani sabaudi compivano da un punto all'altro dei loro possedimenti urbani, nella cosiddetta Zona Comando. Ma non solo, aranno aperte villa di campagna e i bellissimi giardini nascosti.

Torino e dintorni, 23 e 24 marzo

MUSICA ETNICA

Iness Mezel e suoni esotici

La francoalgerina torna a Torinoper festeggiare i 25 anni di attività con una delle sue straordinarie esibizioni. Una voce suadente che accompagna una musica eterogenea a dall'ampio respiro internazionale. La sua musica è una perfetta unione di sonorità afro berbere, jazz e latino americane; una musica che costruisce ponti culturali che portano a riflettere, attraverso soprattuttoi testi scritti dall'artista, su questioni sociali e in particolar modo sulle problematiche, sottovalutate nella musica, legate alla figura della donna.

FolfClub, Torino, venerdì 22 marzo

ARTE MODERNA

I macchiaioli

Ultimi giorni per la mostra "I macchiaioli. Arte italiana verso la modernità", organizzata e promossa da Fondazione Torino Musei e GAM Torino. La mostra ha raccontato gli antefatti, la nascita e la stagione iniziale e più felice della pittura macchiaiola: il periodo tra gli anni cinquanta e sessanta del XIX secolo. L'esperienza dei macchiaioli ha costituito uno dei momenti più alti della volontà di rinnovamento dei linguaggi figurativi, divenuta prioritaria alla metà dell'Ottocento e fondamentale per la nuova identità italiana.

GAM Torino, fino al 24 marzo

ARTE CONTEMPORANEA

The City of Broken Windows

Hito Steyerl (Monaco, 1966) è una tra gli artisti e teorici più attivi del nostro tempo e le sue riflessioni sulla possibilità di pensiero critico nell'era digitale hanno influenzato il lavoro di numerosi artisti. La sua opera si concentra sul ruolo dei media, della tecnologia e della circolazione delle immagini nell'era della globalizzazione. Sconfinando dal cinema all'arte visiva e viceversa, l'artista realizza installazioni in cui la produzione filmica viene associata alla costruzione di ambienti immersivi ed estranianti. La mostra in, corso al Castello di Rivoli (TO), offre un contributo cruciale e una prospettiva intrigante su come l'immaginario contemporaneo digitale plasmi e ricostruisca continuamente le emozioni e l'esperienza del reale.

FOTO DI CASTELLO DI RIVOLI

Castello di Rivoli, fino al 30 giugno

WEB E INFORMATICA

Coding for Everyone

Coding for everyone sono gli incontri organizzati da Turn into Coders per chi vuole imparare a programmare da zero in JavaScript e Python. Chi è alle prime armi potrà usare Free Code Camp, mentre chi già ne sa qualcosa può scrivere codice in compagnia con Codewars. Parallelamente alla traccia web ce ne sarà anche una nel linguaggio Python. Anche in questo caso non servono competenze, si può partire dalla guida introduttiva preparata dagli amici di Python Italia. L'evento è gratuito e aperto a tutti.

ToolBox Coworking, lunedì 25 marzo, dalle 18:30

SELF CONFIDENCE: COCCOLE

Il cuddle party

Spazio Uno dedica questo mercoledì un pomeriggio intero alle coccole e alla self confidence. Nella vasta sala, i partecipanti potranno abbandonarsi con musica dolce all'antico rito dell'abbraccio. Un modo per scaricare la tensione e sentirsi uniti al prossimo. L'evento è ad offerta libera. Si consiglia di portare un asciugamano o un tappetino. Il contatto fisico tra gli esseri umani è una via diretta per arrivare all'intimità, se non dell'altra persona, quanto in ognuno di noi. L'evento verrà replicato ogni terzo mercoledì del mese.

Spazio UNO, mercoledì 20 marzo, dalle 20:30

IL PREMIO

In ricordo di Vera Schiavazzi

Un premio giornalistico nato con l'intenzione di ricordare la giornalista Vera Schiavazzi, 40 anni di carriera, ex direttrice del Master in giornalismo "Giorgio Bocca" di Torino. Si vogliono valorizzare indipendenza di giudizio, accuratezza di indagine e verifica delle fonti, principi basilari che sono valori fondamentali della professione giornalistica, e che hanno costituito il suo insegnamento per 12 anni.

Il premio intende attirare su questi temi l'attenzione dei più giovani, stimolando i partecipanti a un lavoro di inchiesta e di racconto autentici. Ha cadenza annuale e si rivolge agli allievi e gli ex allievi under 35 di uno dei master, scuole in giornalismo riconosciuti dall'Ordine Nazionale. La partecipazione è gratuita.

Il tema di questa terza edizione è: "Ho perso le parole. Il linguaggio della politica nell'età dei populismi". La crisi della democrazia è anche crisi della parola e della possibilità di costruire un senso collettivo, condiviso, pur nella persistenza delle differenze, del pluralismo. È necessario ricostruire questo fenomeno per capirlo. Per questo saranno fondamentali i giovani giornalisti. In un periodo di crisi della professione, a loro il compito di ricordare i valori per cui deve lottare non solo una professione, ma un'intera società.

I giornalisti interessati a partecipare dovranno far pervenire un lavoro (formato testo, video, audio, webdoc) in lingua italiana, inedito, realizzati entro il 30 giugno 2019. Gli elaborati non dovranno superare le 9 mila battute di lunghezza e/o i 5 minuti di durata. È possibile partecipare in gruppo. Al vincitore verrà corrisposta la cifra di 3.000 euro.

IL COLOPHON

Futura è il periodico del Master in Giornalismo "Giorgio Bocca" all'Università di Torino
Registrazione Tribunale di Torino
numero 5825 del 9/12/2004
Testata di proprietà del Corep

Direttrice Responsabile: Anna Masera
Segreteria di redazione: Sabrina Roglio
Progetto Grafico: Nicolas Lozito
Impaginazione: Federica Frola

Redazione: Nadia Boffa, Federico Casanova, Roberta Lancellotti, Riccardo Liguori, Chiara Manetti, Vincenzo Nasto, Luca Parena, Riccardo Pieroni, Adriana Riccomagno, Francesca Sorrentino, Martina Stefanoni, Nicola Teofilo, Jacopo Tomatis, Valeria Tuberosi, Marco Zavanese

Ufficio centrale: Nicola Assetta, Alessandro Cappai, Alessandra Comazzi, Luca Indemini, Paolo Piacenza
Segreteria di redazione: giornalismo@corep.it