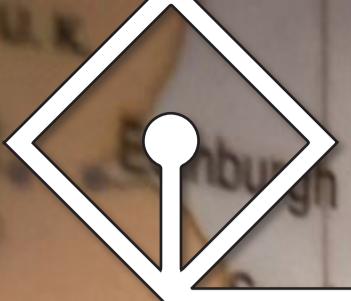


#6

Anno 15

15 maggio 2019



FUTURA

MAGAZINE

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



Giovani al voto in Europa

Parena, Sorrentino e Tomatis
Pagine 2 e 3

FUTURA

MAGAZINE

SALONE DEL LIBRO
**Tutte le iniziative
tra scuole e carceri**
Marco Zavanese | P4

NUOVI MEDIA
**Il linguaggio
dei The Jackal**
Chiara Manetti | P5

ELEZIONI UNITO
**Prorettrici
a confronto**
Manetti e Tomatis | P6

SPORT
**Niente Auxilium
per il basket**
Luca Parena | P7

APPUNTAMENTI
**La Reggia
accoglie i maghi**
Marco Zavanese | P8

FOTO PIXABAY

di Francesca Sorrentino

Il 26 maggio i cittadini di tutta l'Unione Europea sono chiamati al voto per il rinnovo del Parlamento. In tempi di populismi, anti-europeismo in aumento, e con la questione Brexit ancora irrisolta, uno dei temi centrali del dibattito è diventato quello della partecipazione giovanile al voto.

Secondo i dati più recenti dell'Eurobarometro (settembre 2017) sulla partecipazione giovanile, siamo di fronte ad un quadro a geometria variabile ma positivo in relazione ad alcuni temi specifici, al netto della distanza complessiva che permane tra i giovani e le istituzioni europee.

COSA CI DICONO I DATI

Dagli studi condotti dall'Unione nel 2014, è emerso che la partecipazione complessiva alle elezioni è aumentata di 18 punti percentuali.

La maggioranza dei giovani intervistati (64%) dichiara di aver votato alle elezioni politiche negli ultimi tre anni: a livello locale (44%), nazionale (43%), regionale (31%). Gli intervistati si sono dichiarati interessati specialmente ad alcuni temi ritenuti prioritari quali l'istruzione (53%), la tutela dell'ambiente e la lotta ai cambiamenti climatici (50%), l'occupazione (42%) e la gestione dei flussi migratori (40%).

L'ANALISI DELL'ESPERTO

Secondo Marinella Belluati, docente del dipartimento di Culture, Politiche e Società dell'Università degli studi di Torino il problema è complesso e riguarda la categoria dei giovani in senso ampio: «Il trend non è spiegabile in termini di distanza ma di mancata vicinanza. I giovani danno sicuramente per scontata la dimensione europea perché hanno già trovato una serie di condizioni di vita che per loro sono assolutamente normali: ad esempio la mobilità». È anche vero che esiste un'alta percentuale di giovani che non studiano e ciò



CREDIT PIXABAY



INCHIESTA

IL PRIMO VOTO

NON SI SCORDA MAI

Aumenta la partecipazione dei nuovi maggiorenni alle elezioni

preclude loro l'accesso ai progetti europei, ma «nel tempo il numero di giovani che si sono spostati per i progetti di mobilità come il servizio di volontariato europeo o l'Erasmus sono comunque in aumento» prosegue Belluati.

Per chi vive senza sperimentare, la distanza con le istituzioni europee non è nemmeno un problema ma acquisisce la dimensione di un semplice dato di fatto.

Nel momento in cui l'informazione non trova il proprio ricevente

la sfida si sposta sul piano della comunicazione. Se sollecitati i giovani rispondono in modo positivo e su questo elemento si stanno costruendo attualmente politiche specificamente dedicate a loro.

«L'unione ha cambiato le sue strategie di comunicazione e sta investendo molto sui social media e nei nuovi dispositivi tecnologici con l'intenzione di agganciare proprio il target degli under 30 che è quello più sfuggente, oltre che nel monitoraggio dei comportamenti di rice-

zione dei messaggi – spiega Belluati – che ci riesca però è un altro discorso: la comunicazione dell'Europa è una comunicazione istituzionale, spesso non appassionante».

Nella campagna elettorale in corso stanno cambiando da parte dell'Unione le figure coinvolte: «il ruolo dei social media manager, sebbene già esistente, sta assumendo un'importanza sempre più cruciale. C'è stato un vero e proprio lavoro di progettazione social».

Esperienze comunicative di suc-

cesso in questo senso non mancano. La campagna europea #stavoltavoto, basata su dinamiche di attivazione social dal basso per la costruzione della partecipazione, ha sfruttato in modo efficace contenuti video qualitativamente alti. Il numero virale delle visualizzazioni ne è una conferma.

Un altro indicatore di comunicazione efficace è riscontrabile dal fatto che nel tempo sono cresciute diverse produzioni spontanee di gruppi giovanili intorno ai temi

LE STORIE

PAROLA D'ORDINE: MULTICULTURA

“Tra noi è più forte il senso di appartenenza”

di Luca Parena



MATTIA CIVITICO
18 ANNI
Dirige "L'urlo", giornale del liceo Alfieri

Un'Europa unita non solo da legami economici, più forte sui tavoli internazionali. Questo è l'auspicio di Mattia, studente al quinto anno del liceo Alfieri. Fin da quando ha 11 anni, viaggia per l'Europa: ha frequentato numerosi corsi estivi in Inghilterra, ha soggiornato a Edimburgo, Praga e Atene. Dopo aver imparato l'inglese, intende acquisire una seconda lingua straniera. «Grazie a queste esperienze ho capito che cosa significa multiculturalità. Penso che l'Unione Europea possa funzionare meglio imitando il modello federale degli Stati Uniti». Al suo primo voto, è convinto: «I giovani hanno un senso di appartenenza all'Europa maggiore rispetto alle generazioni precedenti».

LIBERTÀ DI ATTRAVERSARE I CONFINI

“Da Torino alla Romania in macchina con la nonna”

di L.P.



GIULIA ZAVARONI
18 ANNI
Guida il giornale del liceo D'Azeglio, "L'impronta"

La scorsa estate, in compagnia della nonna, ha attraversato in auto Slovenia, Croazia, Serbia, Bulgaria e Romania per raggiungere i monasteri dipinti della Bucovina. Giulia Zavaroni, studentessa del liceo D'Azeglio, ama capire meglio la sua realtà attraverso il viaggio: «Quest'anno abbiamo in programma di fare la stessa esperienza in Spagna. Ho trascorso il mio quarto anno di superiori in Colombia: vivendo ogni giorno la difficoltà di spostarsi, una volta a casa, ho imparato ad apprezzare la possibilità di muoversi rapidamente tra paesi diversi e senza visti». Riguardo ai rapporti tra il nostro Paese e l'Unione Europea dice: «Non ha senso pensare l'Italia slegata dall'Europa».

SULLA STRADA PER CONOSCERSI MEGLIO

“In Interrail ho capito che il mio futuro è in viaggio”

di L.P.



GIULIO FRANGIONI
19 ANNI
Studente del quinto anno al liceo Alfieri

In un mese ha attraversato mezza Europa: da Budapest è arrivato ad Amsterdam, passando per Vienna e Praga. Giulio Frangioni racconta il suo viaggio "on the road" come un'esperienza che gli ha trasmesso consapevolezza sul presente e sul futuro: «Ho da tempo le idee chiare su quello che vorrei fare dopo l'esame di maturità, ma ora so che voglio farlo viaggiando il più possibile». Anche i temi dei discorsi con gli amici cambiano in fretta: «Fino a un anno fa, non parlavamo così tanto di politica. Un evento che mi ha colpito molto è stata la manifestazione per il cambiamento climatico dello scorso 15 marzo: è l'esempio di come vorrei che la politica si trasformasse in un sentire comune».



CREDIT PIXABAY

PARLAMENTO EUROPEO

La sede del parlamento europeo di Strasburgo

dell'Europa, con più o meno successo. L'associazione dei giovani giornalisti europei è attiva da diversi anni e cerca di creare dibattito attorno ai problemi europei.

Le tendenze di voto rimangono ancora un'incognita, anche se, secondo Belluati, «dovrebbe esserci un'affluenza maggiore proprio perché c'è questa pinta che li sta coinvolgendo. Chi è già impostato replicherà probabilmente lo schema di voto abituale, quelli che invece sono ancora indecisi e non hanno un'appartenenza politica precisa potrebbero votare per partiti che in questo momento vengono considerati minori, ad esempio il partito dei verdi. Si voterà più in base ai temi specifici anche se non lo potremo vedere tanto dall'Italia a causa della nostra diversa prospettiva».

L'Europa dunque è una complessità di posizionamenti e di comportamenti, aprire lo sguardo può essere utile per fare una previsione complessiva in attesa dei risultati del voto.

IN VIAGGIO-STUDIO TRA LE FAMIGLIE**“Nei sobborghi ho visto il tradizionalismo inglese”**

di L.P.

Dall'Inghilterra all'Irlanda l'accoglienza degli ospiti e la percezione dell'Europa cambiano radicalmente. Così Andrea Cavazzoni, studente del liceo Vercelli di Asti, ha visto i due Paesi nelle settimane che ha trascorso lì in viaggio-studio: «Nei sobborghi vicino a Londra, le persone sono molto diffidenti e rigide sul rispetto delle regole. Ho notato anche una certa diffusione di idee complottiste. A Dublino, invece, ho visto molta più apertura verso i giovani e una dimensione europea». Per quanto riguarda il voto del 26 maggio, Andrea dice: «L'Unione Europea è un bivio, o si decide di farla diventare qualcosa di più importante o il rischio è che continui a indebolirsi».

**ANDREACAVAZZONI**
19 ANNI

Frequenta il liceo scientifico Vercelli di Asti

L'INTERVISTA

La giovane Europa oltre l'Erasmus

di F. S.

Giovanni Finizio, ricercatore dell'Università di Torino, si occupa per lavoro e studio di relazioni internazionali.

Quali politiche comunitarie coinvolgono maggiormente i giovani europei?

«L'iniziativa di maggior successo è l'Erasmus. Per i giovani, allargare i propri orizzonti il prima possibile è fondamentale, in termini culturali e di approccio alla complessità della vita e dei fenomeni politici, economici e sociali. L'immersione in contesti diversi rende i giovani più consapevoli e più pronti a entrare nel mercato del lavoro. Grazie all'Erasmus oggi l'orizzonte di molti giovani è l'Europa».

Quanto investe l'Europa, in termini economici, nei progetti di mobilità internazionale?

«L'Ue ha messo a disposizione 14,7 miliardi di Euro per i programmi Erasmus + nel periodo 2014-2020, a cui vanno aggiunti 1,68 miliardi per azioni di finanziamento con paesi terzi. Qualche anno fa, si discusse del taglio delle risorse destinate al programma Erasmus. Un autogol per un'Unione in crisi di legittimità. Si è poi deciso invece di rilanciarlo, aprendolo anche a paesi extra-europei».

Ci sono esempi virtuosi di sinergia tra l'Europa, gli stati membri e i territori regionali riguardo alle politiche giovanili?

«Sicuramente la "Youth Employment Initiative", lanciata a favore delle regioni con disoccupazione giovanile sopra il 25% e a sostegno dei NEETs, giovani "not in education, employment or training". Per loro, con il ruolo importante delle regioni, si prevedono fondi per il collocamento. Anche se è difficile valutarne l'impatto».

Quale grado di consapevolezza hanno i giovani circa l'importanza delle politiche dell'Unione Europea?

«I ragazzi hanno una consapevolezza maggiore: sanno che il loro orizzonte di vita sarà l'Europa. Paradossalmente la crisi dell'Unione ha alimentato il dibattito sull'Europa e su come rilanciarla. Sanno che problemi di portata transnazionale come il cambiamento climatico dovranno essere affrontati a livello globale. Ciò non toglie che vi sia ancora un grave deficit di cultura europeista da parte delle istituzioni e del mondo politico. Trascurare il discorso sull'Europa è miope, specialmente in ragione del fatto che, in modo diretto o indiretto, l'UE è responsabile del 70% della legislazione nazionale».

Quali iniziative comunitarie potrebbero accrescere l'interesse dei giovani per l'Europa?

**GIOVANNI FINIZIO**
Esperto di relazioni internazionali a Unito

«Rimanendo in tema di mobilità si potrebbe rendere il programma Erasmus obbligatorio, garantendo un finanziamento adeguato per renderlo accessibile a tutti. Attualmente è un programma volontario, finanziato solo in parte dall'Unione. Ciò ovviamente al fatto che è ancora tendenzialmente "elitario", coinvolge solo una parte di studenti universitari: per il periodo 2014-2020 solo il 3,7% dei giovani europei».

In generale, pensa che l'Unione dedichi la giusta attenzione ai giovani e ai loro problemi?

«No. Ma ciò dipende dalle competenze che gli stati membri attribuiscono all'UE. In tema di politiche giovanili ha solo una funzione di raccordo e sostegno alle politiche nazionali. Questo va inserito in un quadro più generale: il budget dell'UE costituisce solo l'1% del budget di tutti gli stati membri. Molto poco. Il che è assolutamente insufficiente per garantire che l'UE possa avere un impatto sostanziale sulla vita dei propri cittadini, a partire dai giovani».



STAVOLTAVOTO.EU

La campagna dell'Europarlamento

L'INIZIATIVA

Per fermare il calo costante #stavoltavoto

di Jacopo Tomatis

Dal 1979, l'anno delle prime elezioni europee, al 2014 il dato più impressionante è l'affluenza in calo costante: è passata dal 62% al 42,61%. Rinunciano a votare soprattutto i giovani. Il Parlamento Europeo ha deciso allora di correre ai ripari, organizzando una campagna di contrasto all'astensionismo, chiamata "Stavolta Voto".

Ce ne ha parlato Valentina Parasecolo, press agent del Parlamento Europeo in Italia: «Si tratta di una campagna istituzionale che mira a coinvolgere gli elettori, soprattutto i millennials e i giovani tra i 18 e i 35 anni. Ma, a differenza delle campagne tradizionali, questa consiste in attività dal basso, proposte dai nuovi elettori, i giovani che per la prima volta votano e con le loro idee convincono le altre persone a votare».

L'obiettivo è catturare l'attenzione dei ragazzi: «Il cittadino si iscrive sul nostro sito e in base a ciò che fa offline od online può diventare attivista o volontario, che organizza eventi e partecipa a quelli lanciati dagli altri. Si possono anche invitare gli amici a prendere parte alle iniziative e si può anche vedere quanti di loro hanno aderito all'iniziativa». Il Parlamento Europeo cerca di supportare il più possibile le attività: «Forniamo materiali, aiutiamo a gestire le relazioni con la stampa, cercando di dare la copertura massima, aiutiamo l'organizzazione degli eventi e cerchiamo di raccontare nelle scuole, nei seminari per i giornalisti o anche attraverso video virali, ciò che facciamo».

Molti hanno già aderito, anche personaggi dello spettacolo, e della scienza come Ezio Bosso, Nicola Piovani, Samantha Cristoforetti e Willwoosh.

L'iniziativa mostra che l'Europa non riesce a comunicare in modo adeguato le sue politiche? «Si è manifestata l'urgenza di fare un cambio di passo – ha detto Parasecolo –, cosa che cinque anni fa non era possibile. L'Unione ha rafforzato gli uffici stampa nei singoli paesi e ha coinvolto agenzie che sanno produrre contenuti adatti ai social. È una bella sfida, ma si è deciso di agire, anche perché le parti politiche fanno dell'Europa un terreno di scontro usandola come pretesto. Noi riportiamo il dibattito sui contenuti».

Secondo la portavoce del parlamento Ue, la campagna sta funzionando: «Cerchiamo di far incontrare i volontari tra loro. Così le idee si sviluppano e si creano relazioni che non vanno perdute una volta finita la campagna, perché portano valori di comunità, talento e scambio, che stanno alla base dell'Unione. È l'inizio di una nuova comunità che spero possa crescere ancora di più».

#SALTO19

Carceri, scuole e periferie i 360 giorni dopo

La letteratura dopo le cinque giornate del Salone

IN NUMERI**10**

Gli istituti di reclusione che hanno adottato uno scrittore

370

Gli scrittori adottati durante i 17 anni del progetto

4000

I chilometri di fibra installate nelle scuole dal progetto Riconnessioni

di Marco Zavanese

La storia inizia quando i libri si chiudono? Questa è la storia di due iniziative formative del Salone del Libro di Torino. Perché, come dice il direttore del Salone Nicola Lagioia, «la battaglia per la lettura è importante per il Paese, ma deve partire dalla scuola. Il nostro non è un pubblico, è una comunità. E l'esperienza del Salone non si esaurisce in cinque giorni perché non siamo un evento, ma un progetto che esce dalle mura del Lingotto».

La prima storia ce la racconta Giovanni Dozzini. Quarant'anni, scrittore e giornalista perugino, candidato al premio dell'Unione Europea per la letteratura con il romanzo «E Baboucar guidava la fila», è stato invitato a Torino in occasione del progetto «Adotta uno scrittore» del Salone del Libro a parlare di letteratura a una trentina di ventenni incarcerati nell'Istituto penale minorile Ferrante Aporti. Marocchini, rom, arabi, un ivoriano, un somalo, due italiani. Nel suo romanzo, invece, ci sono quattro ragazzi africani richiedenti asilo, che da Perugia vogliono raggiungere in treno la spiaggia di Falconara Ma-

rittima, sull'Adriatico.

«Non sono andato a insegnare. Per meritare il rispetto dei ragazzi li ascolto. Hanno figli, cani, famiglie. Fuori». Più che i libri, funzionano le storie. «Parliamo di diritto, di ius soli. Di argomenti vicini a loro». Il libro di Giovanni, poi, è arrivato, e qualcuno ha anche iniziato a leggerlo. «Caro Giovanni – il messaggio inviato da Ossama – non conosco la tua storia, ma ti abbiamo sentito come uno di noi». Anche Aymen e Mahmood commentano: «Quando è arrivato, pensavamo fosse uno dei soliti incontri noiosi... poi abbiamo parlato di politica, di difficoltà ad avere i documenti, di sport. Come tra amici al bar... Di tutto tranne che di libri». Si dice che leggere aiuti a sviluppare quella sensibilità che i greci chiamavano simpatia e che era alla base di qualsiasi società civile e democratica. Si può imparare in molti modi.

Quella di Giovanni è solo una delle tante storie che hanno visto la letteratura uscire dai classici confini. Nei diciassette anni di vita del progetto «Adotta uno scrittore», grazie anche al sostegno dell'Associazione delle Fondazioni bancarie del Piemonte e Fondazione con il Sud, sono stati adottati 370 autori



CREDIT SALONE DEL LIBRO

ARENA
BOOKSTOCK

Giovani volontari Bookblog si preparano alle iniziative della giornata

da 369 classi, 12 case di reclusione, un ospedale e una sede universitaria per un totale di 11251 ragazzi coinvolti. Quest'anno, ad esempio, Mario Calabresi è stato adottato dalla casa di reclusione San Michele di Alessandria, mentre Ezio Mauro dall'istituto Bosso Monti di Torino.

L'altra storia è quella del progetto Riconnessioni, presentato al Salone nello spazio Bookstock. «La scuola di oggi si deve preparare al futuro, - racconta Roberta Levi, coordinatrice dei laboratori Riconnessioni e del rapporto con le istituzioni, - ma come preparare gli studenti a un futuro che possiamo solo immaginare?». Grazie a un accordo con Open Fiber ha portato 4200 chilometri di fibra in 350 scuole elementari e medie inferiori. Ma non solo. «Organizziamo anche un percorso formativo per insegnanti, dirigenti e genitori. Dobbiamo sperimentare nuovi modelli di insegnamento, più inclusivi e collaborativi».

Fuori dall'aula 2030 nello spazio

Bookstock c'è Paolo, un ragazzo di dodici anni di una delle scuole che partecipano. Ha un tablet in mano e sta per girare tutti i padiglioni del Salone. «Chiederò la loro percezione sugli studi scientifici e il genere. È vero che sono poche le ragazze al liceo scientifico o è solo un falso mito?». Promuovere un approccio positivo al giornalismo è la missione del progetto, spiega Levi: «Vogliamo educare i ragazzi a costruire articoli basati su dati e fonti affidabili per diventare promotori in prima persona di una buona informazione».

I numeri dicono che il Salone si rafforza ogni anno per volumi, interesse e iniziative. «L'auspicio è rafforzare il senso di identità», commenta Giovanni Quaglia, presidente della fondazione Crt. «Come diceva Emmanuel Levinas, l'identità non si trova nel soggetto, ma nella relazione». E le relazioni si trovano solo quando ci togliamo dall'isolamento e ci apriamo al mondo.

Il linguaggio del rap tra hip hop e populismo

di Marco Zavanese

Ese fosse la lingua a spiegare gran parte dei cambiamenti sociali? Frankie Hi-nrg MC è un rapper e racconta una storia. E' seduto a un tavolo rettangolare nell'arena Bookstock del Salone Internazionale del Libro di Torino. Alla sua destra, Francesca Serafini, scrittrice e sceneggiatrice tra gli altri di «Non essere cattivo», che le è valso la candidatura alla miglior sceneggiatura agli ultimi David di Donatello. Alla sua destra, lo scrittore Francesco Pacifico, ma soprattutto Achille Lauro. Il rapper. Stanno parlando di linguaggi, di come il cinema - ma soprattutto la musica - stiano modificando la lingua e, con essa, il modo in cui le persone pensano. E sentono.

«È un caldo pomeriggio di agosto e siamo nel West Bronx, New York. È il 1973. In un condominio popolare Kool Herc, un ragazzo di 18 anni organizza

con la sorella una festa per alcuni amici. Nelle feste precedenti Herc aveva notato che le persone ballavano più volentieri in un momento preciso delle canzoni: il break di batteria.

Quel momento, di solito, durava dai dieci ai quindici secondi, così le persone dovevano aspettare quasi cinque minuti per ritrovarlo nel pezzo successivo. Herc ha un'idea: se eliminassimo tutto il resto e lasciassimo i break di batteria? Anzi, se facessemmo solo break di batteria? In quella festa, l'11 agosto del 1973, con ragazzini che avevano da poco raggiunto la pubertà, Kool Herc inventa qualcosa di nuovo. L'Hip Hop».

Di fronte ai rapper, al Bookstock ci sono almeno trecento giovani. Sono qui per Lauro, con le unghie smaltate e un completo nero che fa ricordare Brandon Lee ne Il Corvo, e per il suo altrettanto pittoresco manager Boss Doms, in prima fila, a metà tra un sosia dei Kiss e un gangster di Miami Beach. Frankie Mc



ACHILLE LAURO Il rapper romano durante l'incontro

continua: «Da quel pomeriggio di agosto del lontano '73 è partita la tendenza dei giovani ad eliminare ciò che annoia». Infatti, anche YouTube, Instagram, Spotify e le principali nuove forme di intrattenimento puntano sul medesimo principio: eliminare quello che non piace. Anticipare i gusti degli ascoltatori e proporlo. Sono gli stessi rapper a notare questo meccanismo e a segnalarlo.

re un pericolo. «Nell'arte sono fondamentali i limiti. Stabilire i confini è propedeutico a qualsiasi lavoro. Devo sapere cosa c'è dentro e cosa c'è fuori. Cosa dire e cosa non dire - spiega Frankie MC - Se non lasciassi nulla all'ascoltatore, lo perderei». Dello stesso avviso anche Serafini. «Emozionare e comunicare sono attività ben distinte. Se comunico troppo, non c'è pathos. Non

dobbiamo considerare idiota il nostro pubblico, a cui sta l'interpretazione».

È possibile raggiungere questo in una canzone? «Non scrivo pensando ai gusti del pubblico, ma semplicemente per condividere una sensazione. So di non essere perfetto, come tanti altri (e cita Rino Gaetano, Loredana Berté, Vasco Rossi, ndr). L'importante è incuriosire il pubblico, che deve fare il resto del lavoro. Io suggerisco. Poi sta agli ascoltatori».

Il pubblico ha davvero voglia di fare questo lavoro ermeneutico? Mostrare alla gente solo quello che vuole, con mezzi semplicistici e immediati, è considerata una caratteristica dei populismi. Forse, per tornare a farci tutte le domande che i rapper si augurano, la prossima volta, prima di ballare il break, potremmo ascoltare gli altri, noiosissimi, cinque minuti. «Viviamo in un'epoca di punti esclamativi, di sentenze. Dovremmo tornare ai punti di domanda - risponde Frankie MC -. Le domande uniscono, con gli esclamativi, invece, non si va da nessuna parte. Al governo, forse».

IL REPORTAGE

Il piccolo schermo insegue la web tv Netflix corre forte

In arrivo *Luna Nera*, fantasy tutto al femminile

di Jacopo Tomatis

#

IN NUMERI

20%

La popolazione
dei bambini
in Italia

4-14

La fascia
che guarda
i canali dedicati
ai bambini

Festival della tv e dei nuovi media. Un Festival dalla doppia anima. La rassegna che da otto anni colora Dogliani nei primi giorni di maggio racchiude un dualismo che si riflette sugli ospiti ma soprattutto sugli spettatori: i vecchi e i giovani. I primi sono legati alla tv, mentre i secondi affollano i padiglioni di youtuber, come i The Jackal, videogamer e cantanti, come Lo Stato Sociale. Non sono comunque mancate le incursioni giovanili verso la tv, come hanno dimostrato gli incontri con Joe Bastianich, Ludovica Comello o Claudio Bisio, che ha parlato della sua carriera da un palco circondato da bambini. Ma a sentire Fico, Zagrebelsky o anche Luca Zingaretti, c'erano soprattutto spettatori coetanei dei relatori.

Il problema è questo: gli eventi dedicati ai nuovi media, che i giovani utilizzano più della televisione, in realtà erano pochi. Ciò non significa che non si sia parlato di televisione per giovani. A farlo però non erano i protagonisti dei programmi, ma i loro produttori. Il panel dedicato alla Tv dei Ragazzi, infatti, un po' per l'orario e un po' per gli ospiti, Marco

Berardi, General Manager di Turner Italia, Mussi Bollini, Vice direttrice di Rai Ragazzi e Cecilia Padula, diretrice di Nickelodeon, è andato deserto di ragazzi.

I tre hanno esposto le innovazioni che stanno portando nei loro canali, come *Sport Stories* che unisce tv e nuovi media, perché va in onda su Rai Gulp e viene anche caricato su Instagram, su cui, come dice Bollini, «va molto bene». Eppure lei stessa ammette: «Il cambiamento nel mondo dei media è stato così tumultuoso che ora sono in crisi anch'io, nonostante abbia avuto idee innovative». Più ottimisti sembrano invece i due colleghi, che dirigono Boing e Nickelodeon. «I numeri non sostengono la teoria della crisi della tv per ragazzi. Sono un punto sicuro per bambini, genitori e investitori e siamo il mercato più competitivo al mondo. Stanno semplicemente cambiando le modalità di fruizione», sostengono invece Padula e Berardi. L'obiettivo comunque, per tutti e tre, è puntare sull'impegno etico e pedagogico: «Vogliamo raccontare diversità di genere ed etnia, parlare di inclusione e differenze. I bambini sono disponibili, preparati e aperti su questi temi. Sono il 20-30% della popolazione e posso-



FOTO DI JACOPO TOMATIS

TUTTI I VOLTI DI NETFLIX

I produttori
riuniti all'incontro
di Dogliani

no fare la differenza» ha detto Padula, parlando del cartone *A casa dei Loud*. La parola chiave è edutainment, anche attraverso nuovi mezzi, come le app, come BoingApp. «Noi abbiamo deciso di mettere persone dedicate a visionare, conoscere e vedere contenuti e proporli in modo opportuno ai ragazzi» – ha detto Berardi –, mentre Netflix funziona con algoritmi».

E proprio Netflix poche ore più tardi ha esposto i suoi progetti. È la prima volta che il festival di Dogliani ha ospitato la web tv. Il tema trattato è stato in continuità con quelli della Tv dei Ragazzi e lo ha fatto forse con una volontà innovativa maggiore. Se la fascia 4-14 guarda i canali come Boing e Rai Gulp, Netflix punta ad accogliere coloro che ne escono. Vuole farlo producendo serie italiane, come *Luna Nera*, che parla di streghe e benandanti nel 1600, usando un taglio femminile ad ogni livello, dalle protagoniste alle sceneggiatrici. Per Felipe Tewes, responsabile del sito di strea-

ming per l'Italia «non interessava un progetto fatto da donne solo per fare una serie di genere, ma cercavamo un progetto forte, come un fantasy, in cui le donne avessero un ruolo fondamentale».

Altre serie in produzione sono *Curon*, mystery soprannaturale per ragazzi ambientato in Alto Adige, con al centro della storia le relazioni umane, la scoperta della sessualità e storie d'amore; la seconda stagione di *Baby* e il reboot di *Tre metri sopra il cielo*. Per Netflix, ha continuato Tewes, «Le storie devono essere progetti ambiziosi, nati dalla passione dei creatori e con una forte connessione personale». La componente giovanile è importante anche nel processo creativo: «Si devono cercare voci poco rappresentate. Gli autori ragazzi sono un elemento interessante, che non è comune in Italia, ma importante per il coraggio e l'innovazione che porta. Gli sceneggiatori, per parlare a spettatori giovani, devono essere giovani».

I The Jackal ubriacano di risate il pubblico di Dogliani

di Chiara Manetti

Una tavola da sparecchiare, calici che profumano di vino rosso e qualche cameriere che ascolta incuriosito. Parlano i The Jackal, appena dopo pranzo e appena prima del loro intervento al Festival della TV e dei nuovi media di Dogliani. O almeno, due di loro: Fru e Alfredo. Mancano Ciro, Simone e Francesco. La squadra al completo è composta da 25 persone. I quattro sono la parte più conosciuta del team, in realtà composto principalmente da donne: «Siamo un'azienda perlopiù femminile. Come volti sembra il contrario, ma le donne si occupano di tutta la parte riguardante audio e musiche». E anche la loro biografia su Instagram direbbe il contrario: «Siamo di Napoli, facciamo video e abbiamo la barba». Fru dice: «Alle ragazze del team stiamo impiantando la barba», ma Alfredo rassicura le fan: «Dovremmo cambiarla, quella biografia. Potremmo scrivere "Avevamo la barba, ma ora l'abbiamo tagliata"».

E siamo sempre di Napoli».

E i cambiamenti avranno investito anche il loro pubblico? Prende la parola Alfredo: «Ci fa piacere pensare che il pubblico che ci segue dai primi video, quelli amatoriali, ci abbia seguito negli anni. Ovviamente c'è stato un ricambio, dovuto anche alle nuove piattaforme». Insomma, le persone che c'erano allora, quando ancora si usavano i trilli su Messenger, ci sono ancora. Per allargare il pubblico bisogna capire le dinamiche di ogni social e creare contenuti ad hoc: i The Jackal sono dei maestri in entrambe le cose. «Ogni piattaforma - spiega Fru - ha un suo linguaggio, ed è importante comprendere quali siano i termini e le condizioni di ognuna per creare dei contenuti appropriati. Non sempre un video su un determinato social è adatto ad un altro, perché ha delle fruizioni totalmente diverse. Se abbiamo un'idea valida per Instagram, la facciamo esclusivamente per Instagram». Ma Alfredo aggiunge: «Ci siamo sentiti sempre molto liberati», e Fru continua: «Raccontiamo storie e questo non si limita solo



I THE JACKAL AL FESTIVAL L'incontro con il giornalista Roberto Pavanello

ai social: nessuno ci vieta di fare una trasmissione radio, un libro, una canzone. Non voglio dire un porno, ma ci sto pensando».

I The Jackal sono fatti così: alternano la risata al discorso serio e la banalità è una caratteristica che non gli appartiene. La loro comicità riprende modelli di ieri e di oggi: Massimo Troisi, Vincenzo Salemme, Jim Carrey, Ricky Gervais, Mel Brooks. Puntano a creare qualcosa

fuori dal quotidiano, in cui le celebrità spesso escono dal proprio ruolo e si prendono in giro. Come nel Saturday Night Live: «Nel linguaggio siamo napoletani, ma nella forma americani» dicono insieme. La comicità può dunque toccare settori inediti e i The Jackal l'hanno fatto, per esempio, al Festival di Sanremo, coinvolgendo i volti più famosi della tv. Solo una persona, tra le loro collaborazioni, manca all'appello: il pa-

leontologo e divulgatore scientifico Alberto Angela. I The Jackal colmano questa sentita mancanza con la costante creazione di contenuti fruibili da tutti: «Lo facciamo per sensibilizzare chi ci segue, perché abbiamo anche delle responsabilità verso il nostro pubblico. Se solo Alberto Angela lo sapesse».

Consigliereste ai giovani di fare il vostro lavoro? «Da un lato è un lavoro fantastico, dall'altro devi essere sempre alla ricerca di nuove idee, e questa continua ricerca può portarti all'esaurimento. C'è anche da dire - ammette Fru - che io non saprei cos'altro fare se non questo».

Quella del videomaker è una professione molto attuale. E Fru e Alfredo consigliano di esercitarsi, di studiare a fondo, perché la società odierna tende a cercare prodotti che abbiano una qualità sempre maggiore: anche chi prima produceva in modo amatoriale, ora punta alla professionalizzazione. E a proposito di produzione, a cosa stanno lavorando i The Jackal? Lo sguardo di Fru si illumina: «Un progetto in mente ce l'abbiamo: una collaborazione con un grande esperto di storia italiana, quel paleontologo sempre in tv». Suo padre si chiama Piero, chissà di chi si tratta.

ELEZIONI ALL'UNIVERSITÀ

CANDIDATE A CONFRONTO

Doppia intervista alle aspiranti prorettrici Giulia Carluccio e Roberta Siliquini

GIULIA CARLUCCIO
Candidata prorettrice a fianco del candidato rettore Stefano Geuna



CREDIT: UFFICIO STAMPA UNITO

ROBERTA SILIQUINI
Candidata prorettrice a fianco del candidato rettore Alessandro Sembenelli



CREDIT: UFFICIO STAMPA UNITO

“Mostre, festival e conferenze per mostrare ciò che facciamo”

di Jacopo Tomatis

Giulia Carluccio è laureata in Lettere moderne e da sempre si occupa di Cinema al Dams, facoltà che lei stessa ha contribuito a fondare. Ma è stata anche presidente del corso di laurea, vicedirettrice di dipartimento e senatrice in Accademia.

Che cosa dovrebbe fare un ateneo competitivo per promuovere una didattica innovativa?

«Bisogna innanzitutto lavorare sull'interdisciplinarietà, mantenendone le specificità, ma mettendole anche a confronto. È una grande sfida, ma il nostro ateneo può raccoglierla».

L'interdisciplinarietà della ricerca è un obiettivo strategico dell'Ateneo. Come volete incentivarla nel concreto?

«L'innovazione interdisciplinare della didattica riguarda anche la ricerca, anzi è proprio dalla ricerca che deriva. In molti bandi europei è richiesta interdisciplinarietà ma bisogna snellire le procedure burocratiche che rendono difficile la comunicazione tra i dipartimenti. Si deve poi rafforzare la struttura della ricerca con momenti di sensibilizzazione e di preparazione ai bandi».

La terza missione dell'università è quella di avere un solido rapporto con il territorio: in quali ambiti intendete investire maggiormente? Perché?

«I punti forti della terza missione sono molti. Se riuscissimo a fare una rilevazione attenta di quanto già si fa avremmo un panorama estremamente variegato. Oggi la comunicazione della divulgazione scientifica

e delle scienze umanistiche è molto ampia, con mostre, festival e conferenze, che illustrano i risultati di quello che si è fatto a livello scientifico. L'ateneo deve valorizzare le specifiche aree, in una dinamica continua, perché dall'archeologia alla medicina abbiamo molto da offrire alla cittadinanza».

Dati recenti hanno dimostrato l'esistenza di un significativo "gender gap" anche in questo Ateneo. Come pensate di affrontare il problema?

«Innanzitutto stando attenti a tutelare e sostenere le carriere più

“

«UNO DEGLI OBIETTIVI È MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE»

sfavorite come quelle femminili. La maternità non deve essere elemento di svantaggio e si possono creare forme di supporto, come gli spazi nido, usando le competenze che abbiamo, con l'impiego di tirocinanti delle nostre facoltà. Non ci riferiamo solo al corpo docenti, ma a tutti coloro che lavorano e anche agli studenti. Intendiamo anche valorizzare ciò che già esiste, come il Cirsde, il centro interdisciplinare di ricerca e studi delle donne e di genere. Si può fare di più, anche perché l'azione di questi soggetti va inserita in una politica che tuteli le altre questioni di genere. Il nostro ateneo ha attivato il primo corso di laurea di storia dell'omosessualità e il primo corso di cinema e gender, che tengo io. L'idea è che tutto ciò vada sostenuto anche a livello di formazione».

“Dobbiamo saper capire i bandi internazionali”

di Chiara Manetti

Roberta Siliquini si laurea in Medicina e Chirurgia e si specializza in Igiene e Medicina Preventiva, tutto a Torino. Poi, l'esperienza da presidente del Consiglio Superiore di Sanità a Roma della durata di quattro anni.

Che cosa dovrebbe fare un ateneo competitivo per promuovere una didattica innovativa?

«L'obiettivo dell'Ateneo è contenere l'inclusività, propria di un'università pubblica, con una buona qualità della didattica. A una

“

«VOGLIAMO INNOVARE E PORTARE UNITO TRA I PRIMI CENTRI ATENEO PUBBLICI AL MONDO»

vera educazione digitale servono docenti ricchi di competenze specifiche. Le nuove tecnologie dovranno affiancare la didattica tradizionale, non solo frontale ma anche sul campo».

L'interdisciplinarietà della ricerca è un obiettivo strategico dell'Ateneo. Come volete incentivarla nel concreto?

«Dobbiamo divulgare ciò che avviene nell'ateneo: noi facciamo tanto e bene, ma spesso non lo facciamo sapere. È necessario rafforzare i servizi centrali, per comprendere i bandi internazionali. L'ufficio a Bruxelles deve orientare le politiche di definizione dei bandi di ricerca a livello europeo su temi che possano essere utili a un'università trasversale come la nostra. Bisogna cercare di fare lobbying con altri atenei e con

aziende interessate a investire in progetti multidisciplinari».

La terza missione dell'università è quella di avere un solido rapporto con il territorio: in quali ambiti intendete investire maggiormente? Perché?

«Muoviamo 80mila persone a Torino. Dovremmo essere più presenti nelle decisioni istituzionali, affinché Torino favorisca sempre più la crescita dell'Ateneo e crei un ambiente confortevole per chi studia in città. La nostra presenza dovrebbe allargarsi alle istituzioni nazionali. Una delle nostre terze missioni è sostenere maggiormente la diffusione di scienza, conoscenza e cultura, fornendo occasioni di dibattito e promuovendo un'università aperta alla trasmissione di idee. Sarà necessario essere più presenti sui tavoli decisionali, rendendo noti tutti i dati, pubblicando studi scientifici dell'Università, per risultare tra le prime ricerche online».

Dati recenti hanno dimostrato l'esistenza di un significativo "gender gap" anche in questo Ateneo. Come pensate di affrontare il problema?

«Pensiamo agli asili, ma anche al tele-lavoro e allo smart working. Dobbiamo creare cultura: quando un tetto di cristallo ha bisogno di uno scosone quantomeno per creparlo, è giusto che venga azionato un meccanismo. In molti atenei è d'obbligo avere, nelle commissioni concorsuali, almeno una donna: questo costringe numerosi settori scientifici - in cui le donne sono cigni neri - ad aumentarne il numero, altrimenti niente concorsi. Dovremmo farlo anche noi».

IL CASO

Niente Auxilium per il basket

Torino retrocede, la società sull'orlo del fallimento rischia di scomparire

di Luca Parenna

Il basket di Serie A1 abbandona Torino un'altra volta. Prima i debiti e i guai societari, poi l'esclusione dalla Lega e la penalizzazione di otto punti di pochi giorni fa hanno decretato l'uscita di scena dell'Auxilium Pallacanestro da quella massima categoria riconquistata nel 2015, ventidue anni dopo l'ultima volta. In questo arco di tempo, la proprietà ha avuto il volto ambizioso del presidente Antonio Forni, ma ha vissuto troppo a lungo al di sopra delle proprie possibilità. Fin dallo scorso autunno, hanno iniziato a circolare le voci di un possibile passaggio di consegne: dietro il paravento di una squadra ricca di nomi esotici, guidata da coach Larry Brown (la storia del basket americano fatta persona) e dietro il trasloco dallo storico Palaruffini al più "cool" Palavela, le crepe del mondo Auxilium si allargavano. Ora giocatori e membri dello staff tecnico si ritrovano appiedati. I tifosi torinesi, dopo aver sognato in grande, rischiano di risvegliarsi senza la loro squadra del cuore.

DALL'AFFAIRE LEONIS AL -8

A fine 2018, la proprietà dell'Auxilium Torino comincia la trattativa per la cessione della società con i dirigenti del gruppo Leonis, azienda di derivati petroliferi. I contatti proseguono per mesi, ma l'accordo non si chiude. A metà marzo, Leonis fa un passo indietro. L'Auxilium è in crisi: Larry Brown ha già fatto le valigie da un pezzo, la squadra arranca in fondo alla classifica e da gennaio non riceve lo stipendio. Lunedì 1° aprile viene presentato il piano di salvataggio societario "Una mole di basket": Paolo Terzolo, già fondatore della Pms (la denominazione con cui Torino aveva riconquistato la A1), si dichiara disponibile a guidare un progetto di rilancio che unisca gli imprenditori torinesi. Insieme all'amministratore delegato dell'Auxilium Massimo Feira parte la caccia agli sponsor. La ricapitalizzazione sembra andare in porto il 23 aprile: a salvare la situazione però è l'intervento di un discusso deus ex machina. Chi garantisce per il 75% delle quote societarie infatti è l'imprenditore russo Dmitry Gerasimenco: fino a pochi mesi prima, era proprietario della squadra di Cantù e l'aveva portata più volte sull'orlo del fallimento. Nel frattempo, Torino conquista la salvezza sul campo, ma gli scettici sulla solidità del futuro dell'Auxilium sono molti, incluso il presidente federale Gianni Petrucci. La prima doccia gelata arriva lunedì 29 aprile: le società di Pallacanestro Serie A, riunite nella Lega, votano l'estromissione di Torino dal prossimo campionato. Non



FOTO DI WALTER BERTAGNOLI

NON È UN ADDIO

In alto, il capitano Peppe Poeta saluta i tifosi. Qui a destra, l'accoglienza del Palaruffini dopo la vittoria della Coppa Italia nel febbraio 2018



FOTO DI WALTER BERTAGNOLI

L'AUXILIUM PALLACANESTRO TORINO

Una storia di passione tra (pochi) alti e (molti) bassi

La società nasce nel 1974, quando l'Auxilium Agnelli si unisce alla Libertas Asti e crea una nuova realtà, capace di arrivare a disputare il massimo campionato nazionale. Nel 1976, raggiunge la finale di Coppa Korac, la terza competizione europea, ma in Italia retrocede in A2. Gli anni '80 rappresentano il periodo d'oro, con la sponsorizzazione Berloni. In panchina si alternano coach straordinari come Giovanni Asti e Giuseppe Guerrieri, sul parquet campioni come Carlo Cagliheris, Romeo Sacchetti e Pino Brumatti. L'Auxilium arriva quattro volte alle semifinali scudetto. Segue un periodo di risultati altalenanti, finché nel 1995 la società opta per la discesa in B. Il declino non

si arresta e nel 2008, la Torino Basket rileva il diritto sportivo dell'Auxilium che così esce di scena. Solo nel 2015, con la promozione in A1 della Pms Torino, il presidente Antonio Forni annuncia la ricomparsa del marchio Auxilium, ottenuto grazie ad un accordo con Giovanni Asti, che ne deteneva la custodia. Torna il nome storico della Torino del basket, che tra importanti campagne acquisti, fugaci apparizioni in Europa e continui cambi di allenatore, nel febbraio 2018 vince la sua prima Coppa Italia. Un lampo di gioia, prima che il buio dell'ultima stagione inghiottisse tutto.

L.P.



Carlo Cagliheris, leggenda dell'Auxilium

TRE DOMANDE A...

Carlo Cagliheris: "Non ho fiducia per il futuro"

di L.P.

Una bandiera, da giocatore prima da dirigente poi. Carlo Cagliheris oggi vive in Liguria, ma continua a seguire le vicende dell'Auxilium, una squadra a cui resta molto legato.

Quali riflessioni ha fatto seguendo le vicende degli ultimi mesi?

«Credo che la situazione sia molto difficile. Antonio Forni per anni ci ha messo soldi veri, e questo gli va riconosciuto, ma dico anche che in quello staff di dirigenti manca qualcuno che sappia fare il suo mestiere. Il gruppo che ha provato a rilevare l'Auxilium poi si è rivolto a un personaggio inaffidabile: vai a inserire uno che ha piantato a metà campionato un'altra società? Nel mio passato da direttore generale, ho conosciuto quanto sia complesso riuscire a coinvolgere imprenditori torinesi e capisco che fosse una mossa disperata, ma forse si poteva stare più attenti. Gli altri presidenti della Lega sono entrati a gamba tesa, ma i punti di penalizzazione dimostrano che a Torino c'erano problemi seri».

Un giocatore come vive situazioni societarie tanto negative?

«Penso che si giochi e ci si alleghi sempre per fare bene. In questo caso però non si può sapere cosa succederà ora che è finito il campionato. Ai miei tempi all'interno delle squadre c'era un forte senso di appartenenza, oggi qui giocano tanti americani e ad alcuni credo che freghi poco della storia dell'Auxilium. Sicuramente quest'anno la squadra ha disputato un campionato insoddisfacente perché non doveva essere tra le ultime. Per dare giudizi però occorre vedere gli allenamenti: la preparazione alla partita ti dice sempre la verità».

Torino ha saputo rinascere dalle difficoltà in passato: saprà farlo anche stavolta?

«Negli anni '90, ci ha massacrato il fatto che le società non fossero più proprietarie dei cartellini dei giocatori perché i ricavi dalle cessioni dei nostri giovani ci permettevano di finanziare l'attività. Non vedo nessuno sponsor importante che sia così interessato a spendere dei soldi nella pallacanestro. Per il futuro non sono ottimista. Mi dispiace molto, non solo per l'affetto che provo per questa realtà, ma anche perché Torino è una piazza importante del basket italiano».

DAL 15 AL 28 MAGGIO

GLI APPUNTAMENTI

a cura di Marco Zavanese

TECNOLOGIA

Machine Learning

I computer posso fare tutto, o quasi. Basta fornirgli le giuste istruzioni. Ma se potessero imparare da sole? Questo è il Machine Learning, una branca dell'intelligenza artificiale che oggi sta riscontrando parecchi apprezzamenti. Unisce la statistica computazionale, il riconosci-



mento di pattern, i filtri adattivi per creare una vera e propria rete neurale artificiale. Appuntamento da non perdere per esperti, appassionati e curiosi. Al centro del seminario le macchine a guida autonoma, le terapie personalizzate e gli assistenti personali.

Toolbox Coworking, giovedì 16 maggio, dalle 18:30

ARTE CONTEMPORANEA

Questo non è un ritratto

L'arte contemporanea è stata spesso macchietta di essere troppo ermetica, e di nicchia. Pregiudizi che ne hanno minato l'accessibilità a pubblici che potrebbero apprezzarla per la sua vera natura. Da queste convinzioni nasce l'iniziativa 'Domenica per Famiglie' della Fondazione Re Rebaudengo, che avicina



l'arte ai bambini dai quattro ai dodici anni attraverso laboratori interdisciplinari da partecipare assieme ai genitori. Non solo una maniera per una giornata insieme, ma soprattutto un approccio all'arte totalmente innovativo che vede i fruitori al centro del percorso artistico

Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, domenica 19 maggio

FOOD & BEVERAGE

Abbinamento Cibo - Vino

Mangiare e bere bene sono due piaceri della vita. Ma insieme? Non è sempre facile trovare il vino dalla acidità giusta per sublimare un ingrediente del piatto, così come non sempre un arrosto riesce ad esaltare un ottimo barolo. Per questo, esistono tecniche, ricerche, ma soprattutto consigli. Come quelli che danno da Let's Kuk: nel Palazzo Valperga Galleani si ab-

binerà del vitello tonnato a una Vespolina Colline Novaresi Doc 2018 Santo Stefano e dei panzerotti al taleggio con insalata di pere a un Montefalco Rosso Doc 2014 Colpetrone. Il corso, tenuto da professionisti dell'alta ristorazione, fornirà le basi per la comprensione dei fondamentali che regolano l'abbinamento tra il cibo e il vino. Bibat aut abeat.



socio-economico giovanile, senza un preciso schieramento politico. I Cockney Rejects rappresentano una delle band principali e si esibiranno in data unica a Torino per tutti gli appassionati del genere. Si pensi che il nome Oi! Deriva dall'urlo del batterista dei Cockney.

Hiroshima mon amour, Torino, venerdì 24 maggio

MUSICA PUNK

Il ritorno dei Cockney Rejects

Il genere musicale street punk – chiamato anche Oi! - affonda le radici nel punk britannico anni settanta, ma presenta alcune caratteristiche proprie rispetto al classico punk rock. Le basi ritmiche spesso riprendono veri cori da stadio e le tematiche si caratterizzano su un impegno

MUSICA CLASSICA

Concerto di primavera

Tra il 1773 e il 1791 W.A. Mozart compose la bellezza di venticinque grandi Concerti per pianoforte e orchestra. Uno dei più famosi, e apprezzato anche da Beethoven, è il Concerto in la maggiore K. 488. E' caratterizzato da una speciale brillantezza e vivacità strumentale, ma



presenta anche tratti intimamente poetici e preziosi, distribuiti in modo equilibrato, con rara fusione, tra solista e orchestra. Perfetto per le prime sere profumate di primavera nella romantica Piazza Bodoni. A seguire, la Sinfonia n. 100 "Militare" di Franz Joseph Haydn.

Conservatorio G.Verdi, sabato 18 maggio, ore 21:00

PET FRIENDLY

Quattrozampe in fiera

Adottare un animale è un compito di grande responsabilità. E' un percorso di crescita e formazione reciproca, un rapporto tra due lingue molto diverse. Per questo sono fondamentali i momenti di confronto. L'evento di due giorni totalmente gratuito permet-



terà a di scoprire segreti e curiosità dei nostri amici più fidati, ma sarà anche occasione di show, sfilate di bellezza e attività di agility. Per la prima volta Quattrozampe in fiera arriverà a Torino. Occasione irripetibile e aperta, ovviamente, anche ai nostri animali.

Oval Lingotto fiera, 25 e 26 maggio



CREDIT

Let's Kuk, via Alfieri 6, Torino, venerdì 24 maggio, ore 20:00

MUSICA LIRICA

L'Italiana in Algeri

Una signora milanese, Antonietta Frapolli, venne rapita nel 1805 e portata alla corte del Bey di Algeri, Mustafà-ibn-Ibrahim. Questo fatto di cronaca venne ripreso dal ventunenne Gioachino Rossini che ne fece un melodramma di grande successo. Per



la perfetta commistione fra sentimentale, buffo e serio, l'opera venne definita da Stendhal come "la perfezione del genere buffo". Oggi, in un periodo dove il rapporto con le altre culture è forse ancora più sensibile, Vittorio Borrelli la riporta a Torino.

Teatro Regio, Torino, dal 22 al 28 maggio



IL COLOPHON

Futura è il periodico del Master in Giornalismo "Giorgio Bocca" all'Università di Torino. Registrato 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

1500 MAGHI A TORINO

Masters of Magic World Convention

di M.Z.

Anche se sotto le gallerie di Porta Susa non si nasconde nessun binario 9 e 3/4, a Torino arriveranno presto 1500 maghi da tutto il mondo. Con loro non ci saranno Harry Potter ed Hermione, ma Derek Delgado, Marco Tempest e Juan Tamariz, tra i più famosi prestigiatori internazionali. Dal 16 al 19 maggio la loro dimora non sarà Hogwarts e un castello medievale, ma, forse, sarà ancora più magica.

La convention organizzata dall'agenzia Masters of Magic si animerà tra le mura e i giardini della Reggia di Venaria, e per la prima volta una riunione di maghi verrà ospitata in un sito Patrimonio dell'Unesco. Masters of Magic è specializzata nella ideazione e produzione di spettacoli di magia e ha creato molti show televisivi andati in onda su sky, rai e mediaset. A Torino aveva già organizzato lo spettacolo di Capodanno 2018, dove aveva radunato quindici mila persone in piazza Castello. Dopo il successo di questo evento, si è capito che il legame tra Torino e la magia è ancora molto forte, così, quando si è trattato di trovare una sede per la convention più importante a livello europeo, non ci sono stati dubbi.

Grande soddisfazione per Walter Rolfo, presidente di Masters of Magic: "Sarà la convention più grande di sempre. Purtroppo il Casinò di Saint Vincent, dove ci riunivamo precedentemente, è in concordato, ma è stata l'occasione per accettare l'invito della Città e della Regione per realizzare qualcosa di unico. Contemporaneamente agli eventi alla Reggia, sotto i portici di Torino andrà in scena il campionato mondiale di Street Magic".

Soddisfazione anche per la Regione Piemonte. "L'evento avrà una portata internazionale e sarà un'ulteriore occasione per attrarre turisti e coinvolgerli nel tessuto cittadino", ha commentato l'assessore alla cultura Antonella Parigi.

Per quattro giorni, ai tour sulla magia bianca e nera e alla Torino sotterranea, si aggiungeranno 100 ore di spettacoli di magia, tra cui il Masters of Magic World Tour, lo spettacolo di due ore con 9 artisti da tutto il globo.

Molto reale solo il prezzo: quattro giorni di immersione nella magia valgono 237 euro. Babbani avvisati.