

Sommario

Editoriale

Cultura e territorio

di Rossano Pazzagli

Industriamoci! Partire dalle nostre unicità per costruire nuovi scenari

di Monica Pierulivo

RigenerAzioni urbane

di Benedetta Celati

Education Abroad: l'economia della conoscenza al servizio della Toscana "nascosta"

di Marco Bracci

Vita da ricchi

di Elena Pecchia

Social Media e Moda: non solo influencers. La cultura della moda nella società digitale

di Francesca Passeri

Binocoli e lenti di ingrandimento

di Patrizia Lessi

Locale è bello (e universale)

di Fabio Canessa

Le biblioteche civiche toscane tra pandemia e ripartenza

di Roberto Cerri

Ballando di architettura...

Un piccolo viaggio negli ultimi libri in cui si scrive di musica

di Donato Zoppo

Nautilus

NarrAzioni in fondo al mare

a cura dell'associazione Microcosmo

Editoriale

Non sono i nuovi continenti che occorrono alla terra, ma gli uomini nuovi – Jules Verne

Quanti significati possiamo dare alla parola Nautilus? Cosa o chi possiamo intendere? Il mollusco dal guscio perlaceo e avvolto in una spirale perfetta, ultimo testimone vivente di un'era lontanissima della Terra? Il Nautilus degli antichi greci che ha in sé la radice sia della nave che del navigante? Il cefalopode che Aristotele descrive capace di scivolare sulla superficie del mare usando due delle braccia palmate come vele per assecondare il vento? O il formidabile sottomarino del capitano Nemo in "Ventimila leghe sotto i mari"?

E quale significato possiamo dargli noi all'interno della rete? Come farlo navigare attraverso le maglie delle sue intricate connessioni? Marinaio che si fa nave, braccia che si aprono come vele o guscio che si spinge in profondità, Nautilus racconta cosa incontra durante la navigazione: isole e continenti, marinai e balene, il mondo che si dirama da un punto preciso, Piombino e il territorio circostante, per osservare le maree vicine e lontane, per confrontarsi su ciò che accade e con chi lo fa accadere, spingendo lo sguardo su ciò che sarà. Un'unica direzione, molti e diversi compagni d'avventura.

Un nome, dunque, e molte metafore; ma proprio nel sottotitolo, *NavigAzioni tra locale e globale*, si trova il senso e la filosofia di questa rivista.

In questo passaggio d'epoca che stiamo vivendo e che ha contribuito ad acuire tendenze individualistiche, egoistiche, ed esclusive, nel contesto di una crisi profonda del modello economico consumistico e urbanocentrico, contrassegnato dal distacco tra le generazioni, dalle disuguaglianze sociali e geografiche, dal degrado della politica e dal crescente squilibrio tra uomo e ambiente, occuparsi di "cultura" nel senso più ampio possibile, senza distinzioni tra cultura "alta" e cultura "bassa", senza confonderla con l'evento ma intesa come processo creativo e generatore di nuovo, significa rimettere al centro, in chiave umanistica, l'individuo e le forme collettive tramite le quali quest'ultimo tenta di dare senso alla propria esistenza; significa evidenziare la necessità impellente di costruire modelli alternativi, promuovere nuove forme di economia e stili di vita, tornare a prendersi cura del territorio e della società.

La cultura, attraverso le sue molteplici declinazioni, è una strategia per dare senso alla vita, uno strumento e non un fine in sé; per fare ciò è necessario costruire un mezzo che sia in grado di muoversi tra le onde perigliose della società contemporanea, ma anche di immergersi nei suoi abissi per mostrare ciò che non è visibile a prima vista.

Nautilus quindi non parla di cultura. Nautilus è cultura: nella narrazione di ciò che accade, partendo dai territori locali per spingersi e confrontarsi con altri luoghi, fisici o immateriali, si propone di raccontare le vie che la cultura intraprende attraverso le molteplici vesti con le quali si manifesta, con lo scopo di offrire una visione multidimensionale dei processi e di proporre una mappa dei problemi e delle opportunità del patrimonio e delle attività culturali, fundamenta per la costruzione del futuro e per una rigenerazione dei valori, dei luoghi e delle identità sociali, nell'orizzonte sfumato del nostro tempo.

Di volta in volta, si viaggerà nel tempo e nello spazio, cercando di costruire ponti metaforici tra passato, presente e futuro, tra locale e globale, tra centro e periferia, tra competenze diverse, tra punti di vista plurali per offrire, in ciascun numero, non una fotografia dell'esistente bensì un'immagine in movimento di ciò che sta accadendo, che sia foriera di nuove prospettive.

Un "lavoro culturale" – per citare Luciano Bianciardi – essenziale per ripartire dalla critica del modello dominante e intraprendere nuove strade; il patrimonio culturale costituito dai beni culturali e dal paesaggio, visto come componente strategica del più vasto patrimonio territoriale, rappresenta una risorsa apicale e diffusa da conoscere, tutelare e mettere a frutto.

Con questo primo numero iniziamo pertanto la nostra *navigAzione*, proponendo alcune riflessioni a partire da esempi e da bisogni concreti, per allargare lo sguardo e per proporre visioni e

idee nell'ambito dell'ampio e problematico rapporto tra locale e globale che caratterizza la società contemporanea.

Nautilus è il portolano di questo viaggio. Vi aspettiamo a bordo!

Cultura e territorio

di Rossano Pazzagli

Il legame tra cultura e territorio, spezzato dal processo di sviluppo capitalistico, deve tornare al centro dell'attenzione. La politica sembra indietro, mentre a livello culturale c'è una riconsiderazione del ruolo del territorio e della dimensione locale nei processi di trasformazione economica e sociale. In Italia e all'estero si stanno affermando nuovi approcci, come l'attività della Società dei Territorialisti (www.societadeiterritorialisti.it), mentre in alcune regioni si sono aperte esperienze di studio pluridisciplinare del territorio nel tentativo di legare la ricerca alla pianificazione. Nel suo insieme il territorio è il primo bene comune, frutto dell'incontro tra natura e uomo, il contesto delle relazioni identitarie ed espressive di una comunità consapevole e di una cittadinanza attiva.

Un analogo destino sembra accomunare oggi il territorio e la cultura: il territorio dimenticato e la cultura tradita, annichilita e ridotta a evento o a festival, confusa col turismo, anziché considerata come fattore strategico di crescita civile ed elemento trasformativo della società. Senza una stretta connessione con la cultura e col patrimonio territoriale anche i due assi principali delle politiche attuali, quali la transizione ecologica e la digitalizzazione, resteranno astrazioni o scatole vuote, denominazioni formali anziché processi reali.

Riaprire e porre al centro la questione del territorio e del locale non è localismo, ma elemento strategico sul piano teorico e pratico per la ridefinizione del modello di sviluppo, verso una ricomposizione dei saperi e delle politiche intorno a un approccio "umanistico", attento alla cultura dei luoghi e in grado di contrastare i principali elementi critici della società contemporanea, evidenti da tempo ma che la pandemia ha reso impellenti. Tra questi, il principale è il crescente distacco dei fini della crescita economica dal benessere sociale, come conseguenza dell'incapacità del sistema economico dominante di integrare organicamente le problematiche territoriali. Ma dobbiamo considerare anche l'inadeguatezza degli strumenti tradizionali di misurazione della ricchezza, l'allontanamento crescente dei centri decisionali dai cittadini e dalle comunità, la marginalizzazione, il degrado e la decontestualizzazione dei luoghi, dei paesaggi, degli ambienti di vita delle popolazioni, l'arretramento del protagonismo sociale e politico dei giovani.

L'approccio globale ha semplificato e marginalizzato le realtà locali. Ciò è stato un danno molto grande per un paese policentrico come l'Italia, un'area di antica civilizzazione come il Mediterraneo, una regione incerta come la Maremma. Un tratto essenziale dell'Italia è costituito proprio dalla presenza diffusa di un patrimonio territoriale (ambientale, culturale, sociale): la montagna, il mare, le coste, le città e il reticolo dei paesi, le manifatture, le zone rurali e forestali costituiscono nell'insieme lo spazio ideale per una integrazione delle politiche culturali e ambientali. Anche le feste, le tradizioni e i modi di vita possono divenire elementi attrattivi, cosicché possiamo parlare di patrimonio materiale e immateriale.

Collegando la storia, la cultura e la società, emerge una gamma di luoghi, soggetti e situazioni nelle quali si vede come sia possibile beneficiare di uno *heritage* inteso come patrimonio culturale e ambientale, che comprende una commistione di elementi tangibili o intangibili: edifici e monumenti, siti produttivi, paesaggi tradizionali, ecosistemi, pratiche popolari e stili alimentari. Il ritorno al territorio e al protagonismo locale, possono essere quindi strumenti privilegiati per riorientare i processi di sviluppo e/o di riequilibrio, sia come risposta alla crisi strutturale del modello globale-capitalistico, sia come rivendicazione di un progetto locale che rimetta in gioco le risorse, le vocazioni, le potenzialità di contesti che la storia recente ha relegato a condizioni di marginalità.

Perché lo sviluppo sia realmente ancorato al territorio, è necessario che le decisioni relative all'uso delle risorse – dal riconoscimento, alla tutela, alla valorizzazione - scaturiscano da modelli democratici di assunzione delle scelte di interesse della comunità di riferimento, con un ruolo centrale della partecipazione democratica. Un vero sviluppo sostenibile – come è noto – deve tenere conto della trasmissione delle risorse alle future generazioni. Ciò è possibile a condizione che si realizzi in armonia con il patrimonio territoriale e che contribuisca alla sua riproduzione, passando dalla semplicità del globale alla complessità del locale.

Dilatare l'ottica del tempo e rimettere al centro il territorio e il paesaggio, ricostruendo le relazioni città-campagna e politica-cultura: è questo il modo per tornare sulla retta via e per dare valore al patrimonio culturale e alle risorse ambientali, con la testa nell'orizzonte grande e i piedi sempre poggiati da qualche parte, generando *umanità* più che *identità*, la quale del resto non è mai un dato immutabile scolpito nella pietra del tempo, ma un processo incessante costruito in modo *glocale*, riferito non solo a ciò che siamo stati, ma anche a ciò che siamo e a quello che vorremmo essere.

Industriamoci!

Partire dalle nostre unicità per costruire nuovi scenari

di Monica Pierulivo

Crisi dell'industria e crisi dei modelli di sviluppo che nel corso del '900 hanno avuto un ruolo preponderante nel definire il sistema socio economico dei territori.

Di fronte al prefigurarsi di situazioni diverse ma non ancora ben delineate, che ruolo ha l'eredità culturale prodotta dall'industria e dal lavoro nei territori, e come questo lascito può essere utilizzato per caratterizzare positivamente aree e regioni, interpretandone le vocazioni e valorizzandone le unicità?

Questo è l'interrogativo non retorico dal quale partire per pianificare in concreto le scelte future e l'impiego delle risorse in aree attualmente investite da crisi senza precedenti, poiché il patrimonio storico non è solamente testimonianza di un passato glorioso, ma rappresenta una grande scommessa, una vera e propria fabbrica di cultura, fatta di tante contaminazioni.

Villaggi operai, officine, ponti, gallerie, cave e miniere, impianti, rappresentano una ricchezza materiale di grande valore che ha contribuito alla creazione del paesaggio urbano industriale nel

mondo occidentale a partire dal XVIII secolo e che sono testimonianza del processo di trasformazione dell'ambiente e della società a seguito della rivoluzione industriale.

Di questo si occupa l'archeologia industriale che però non è solo questo, è anche un insieme di elementi immateriali come la memoria scritta e quella orale, le tradizioni, le forme del sapere tecnico e i modi di produzione. Un insieme che deriva dall'intreccio tra l'attività industriale, l'ambito territoriale, le persone che abitano i territori, dal rapporto stretto tra attività produttive, lavoro e società, tra tradizione e innovazione, tra uomini e imprese.

A questo proposito associazioni nazionali come [AIPAI](#) (Associazione italiana per il patrimonio archeologico) e come [RESPpro](#) (Rete di storici per i paesaggi della produzione) da anni portano avanti ricerche e studi sulla localizzazione e il censimento dei resti industriali nelle diverse aree e sulla conservazione delle strutture. Alla base di tutto questo, oltre a un obiettivo di conservazione del patrimonio, c'è anche la convinzione che l'archeologia industriale abbia una rilevanza strategica per la progettazione del futuro, costituendo una grande risorsa da molti punti di vista, tra cui anche quello turistico.

A livello europeo ad esempio, molte delle testimonianze del passato industriale sono confluite nella rete degli itinerari europei del patrimonio industriale [ERIH](#) - European Route of Industrial Heritage che attualmente conta più di 1800 siti presenti in 43 paesi diversi. Itinerari pensati per creare un collegamento tra i più importanti siti industriali d'Europa, coinvolgendo fabbriche dismesse, paesaggi industriali, musei tecnologici interattivi.

Luoghi portatori di una comune memoria europea, testimonianze di scoperte scientifiche, di innovazioni tecnologiche, di storie di vita operaia e d'impresa che offrono visite guidate, presentazioni multimediali ed eventi di notevole risonanza. Tra questi, "[ExtraSchicht - La Notte del Patrimonio Industriale](#)" nel bacino della Ruhr (Germania) o "[Industriada](#)" nella Slesia, Polonia, attraggono centinaia di migliaia di visitatori.

Anche in Italia ci sono diverse iniziative di successo. In Lombardia attraverso la "[Via dell'energia](#)" si promuovono visite alle più importanti centrali in associazione ad aspetti di arte, cultura, enogastronomia, paesaggio ecc. Un altro esempio importante di valorizzazione del patrimonio industriale anche in funzione turistica è rappresentato dal [cotonificio Crespi d'Adda](#) inserito dall'Unesco nell'elenco del patrimonio mondiale dell'umanità uno degli esempi meglio conservati di città utopistica ottocentesca.

E poi ci sono i musei e gli archivi d'impresa, la didattica associata alla conoscenza del patrimonio industriale, dell'innovazione tecnologica, scientifica e molte altre attività che consentono di valorizzare una ricchezza legata alle specificità del territorio. Un altro esempio concreto in questa direzione è quello di [Fondazione Dalmine](#) che da anni svolge un lavoro importante per la valorizzazione, conoscenza e divulgazione del proprio patrimonio industriale.

Piombino, insieme alla Val di Cornia, alle Colline Metallifere, all'isola d'Elba con il parco minerario di Rio Marina, a Follonica, con l'importante e suggestiva esperienza del museo Magma, fino al monte Amiata, è un territorio ricco di testimonianze che rappresentano una grande potenzialità per ripensare il suo modello di sviluppo. Lavorare sull'identità di una tradizione metallurgica lunga millenni, che parte dagli Etruschi passando per l'età moderna fino all'industria contemporanea, diventa un'occasione di sviluppo in sé con finalità culturali e scientifiche e di crescita complessiva.

Pensare alla riconversione polifunzionale di edifici dismessi attraverso le opportune bonifiche delle aree non utilizzate; musealizzare e realizzare un Centro di documentazione sulla storia della siderurgia, valorizzando quel grande lavoro di recupero dell'archivio industriale delle Acciaierie di Piombino portato a compimento nel 2019 dall'Archivio storico comunale insieme alla Soprintendenza archivistica della Toscana; conservare la memoria degli impianti e dell'ultimo altoforno rimasto, l'Afo4; recuperare edifici urbani legati alla storia della città industriale creando veri e propri itinerari e connettendo l'area industriale con quella urbana. Questi appena elencati sono progetti che possono consentire il rinnovamento di un territorio, senza porsi in antitesi con la continuazione dell'attività produttiva, ma che al contrario possono aprire nuovi spazi di rilettura e di riqualificazione complessiva, per un comune obiettivo di rinascita anche economica e sociale.

RigenerAzioni urbane

di Benedetta Celati

Piombino è una città perfettamente in linea con i tempi che corrono: attraversata dalla crisi, perennemente in cerca della sua transizione giusta, vive il rapporto col futuro proprio in funzione di quel binomio ambiente-sviluppo che sembra avere ormai assunto il ruolo di inopinabile strumento di lettura della realtà.

Rigenerazione e resilienza, le parole *passpartout* della contemporaneità, acquistano, però, in questo contesto, una loro valenza specifica, divenendo un qualcosa di più rispetto a dei meri concetti simbolo di cui tutti parlano, senza spesso sapere perché, anche solo per conformarsi al sentire comune.

A Piombino sono gli spazi urbani a evocare un significato concreto per questi termini: i vuoti a perdere rappresentati dalle molte strutture in disuso costituiscono dei luoghi da restituire e quindi da riempire, di idee, di progetti e di pratiche. La cartografia degli edifici che hanno perso le loro funzioni, rimanendo simulacri di un'epoca che fatica a trovare nuovi orizzonti, rende visibili, come un lungo negativo fotografico, le evoluzioni del tempo e chiama, in un certo senso, all'azione. Il chiaroscuro invertito che emerge può essere interpretato, infatti, come un invito alla trasformazione, laddove l'atteggiamento riflessivo si sostituisce a quello espansivo, in piena coerenza con il paradigma del consumo di suolo zero, che si non limita certo alle questioni urbanistiche ma riguarda prima di tutto la mentalità delle persone.

Pensare alla nuova vita di un immobile, come l'ex Circolino delle Acciaierie, significa ragionare di sé, rimanere legati a una storia che non si vuole smarrire ma valorizzare, facendo della pratica del riuso un mezzo di lotta che, nell'attesa del futuro, si nutre del transitorio e dell'informale per produrre, dal basso e nel presente, un graduale processo di cambiamento.

Come in una rete ideale di città che escono da uno stato di torpore per riappropriarsi dello spazio pubblico, anche Piombino può diventare, dunque, laboratorio di creatività urbana, configurando usi artistici per i molti cantieri irrisolti che la caratterizzano, o sviluppando proposte per una riapertura culturale condivisa.

Il tema del degrado, da non confondere con quello del decoro, è allora occasione di coinvolgimento e di partecipazione, perché ispira a sentirsi parte di un tutto, a non delegare, scoprendo, in questo modo, che gli strumenti per fare, anche di tipo giuridico, volendo, esistono. Il diritto, in fondo, ha un'origine sociale e nella società vive occasioni di adattamento e di rinnovamento. Ce lo insegnano le molte esperienze dei beni comuni, della sussidiarietà orizzontale e degli usi civici e collettivi urbani che punteggiano la geografia municipale del nostro Paese, all'avanguardia in questo senso rispetto a tanti altri Stati.

In questi anni, grazie ai diversi esperimenti di cittadinanza attiva che hanno contribuito a rendere nuovamente fruibili molti luoghi negati, ha iniziato a diffondersi l'idea di un giuridico che non limita ma che fortifica ed emancipa, dando legittimazione a iniziative intrise di un carattere (ri)generativo e non estrattivo.

Si tratta di uno scenario nel quale le vie istituzionali, come lo è la Dichiarazione d'interesse culturale prevista dal Codice dei beni culturali e del paesaggio, si intrecciano alle pratiche di partecipazione civica, divenendone mezzo di riconoscimento e di promozione.

Il ruolo relazionale della Cultura nei confronti della dimensione socio-economica del territorio ha oggi, tra i suoi molteplici canali d'espressione, formule innovative come la formula del Partenariato Speciale Pubblico-Privato, strumento giuridico flessibile, contenuto nel Codice dei contratti pubblici, con il quale è possibile recuperare, secondo logiche di interesse generale e non di esclusivo sfruttamento economico, beni culturali immobili, per restituirli all'uso da parte della comunità come spazi e servizi sottratti all'abbandono.

Anche il Circolino di Piombino, in quanto testimonianza "dell'identità e della storia delle istituzioni (...) collettive", potrebbe passare da questa via per tornare a esprimere una vitalità culturale in città, permettendo alle associazioni e ai singoli cittadini di proporre e realizzare nuovi usi pubblici di beni appartenenti al patrimonio "diffuso" della storia operaia.

Al tempo dello *smart* che precede ogni concetto, se c'è allora una cosa davvero *intelligente* che possiamo provare a fare è progettare nello spazio pubblico, che si fa così spazio politico, azioni di rigenerazione, sperimentazioni di "resilienza sociale" fondate sull'idea che per essere realisti occorre sempre di più sognare l'impossibile.

Una sognatrice

Education Abroad: l'economia della conoscenza al servizio della Toscana "nascosta"

di Marco Bracci

Nelle dinamiche che contraddistinguono le società complesse glocalizzate, il viaggio ha assunto connotati democratici e ha prodotto molteplici effetti e nuove opportunità.

Se è vero che da anni la turistificazione delle città ha influito negativamente sulla vivibilità dei centri storici da parte dei residenti diventati spettatori di un processo di depauperamento culturale, e

in questo momento storico, anche economico, d'altra parte è utile ricordare che il viaggio produce anche benefici: porta alla scoperta, permette di accedere al nuovo e all'inatteso, fornendo non solo un linguaggio per i rapporti, bensì creando rapporti, situazioni sociali, e comunità.

È il caso dello studente/viaggiatore della conoscenza, che da ospite della città italiana sede dell'università presso la quale studia, diventa attore protagonista, e rappresentando la dimensione di consumatore del viaggio in chiave contemporanea - multidimensionale e ipertecnologico - si può trasformare in "ambasciatore" all'estero per persuadere futuri studenti a compiere la stessa esperienza, ma anche per promuovere un'immagine più realistica e meno stereotipata dell'Italia.

La presenza di studenti internazionali, non più considerati come "turisti di medio periodo" ma come "cittadini pro-tempore", potrebbe contribuire a cambiare il paradigma del turismo di massa nelle principali destinazioni italiane e favorire un mutamento culturale e sociale dei territori non ancora toccati dal settore *Education Abroad*.

Investire sulla presenza degli studenti stranieri significa insegnare loro la storia, ma anche la bellezza del presente, di ciò che sono la Toscana e l'Italia, nella loro dimensione identitaria ibrida e contemporanea; il periodo di studio può rappresentare una crescita culturale e morale sia per gli studenti che per il territorio nel quale soggiornano, attivando dinamiche favorevoli alla diversità e al pluralismo culturali. Inoltre, gli studenti accederanno idealmente anche alle "chiavi" della città nella quale hanno risieduto per settimane o per mesi.

Firenze, centro nevralgico del settore *Education Abroad* in Italia, deve funzionare anche da snodo per dare valore alla Toscana "diffusa" dei piccoli centri e dei borghi, ancora fuori dall'interesse del pubblico di studenti internazionali che amano l'Italia ma che ignorano l'esistenza di luoghi per loro "nascosti". Sarebbe perciò opportuno invitare gli studenti internazionali a scoprire "altri" territori toscani. A tal fine, è auspicabile una fattiva collaborazione tra vari *stakeholder* a livello regionale per attrarre università straniere non ancora presenti in Italia e convincerle a stabilire programmi di studio nei piccoli centri della Toscana. In tal senso, molti luoghi della nostra regione potranno intraprendere un percorso di accoglienza e di relazioni con istituzioni universitarie straniere, con finalità economiche, sociali, culturali e di ricerca. Esistono già esempi eccellenti di *Study Abroad* nella Toscana "diffusa", come il programma HECUA <https://hecua.org/study-abroad/italy/> a Greve in Chianti (FI), o quello della East Carolina University a Certaldo (FI) <https://global-affairs.ecu.edu/ecu-tuscany/>.

L'istruzione universitaria internazionale può diventare una dimensione strategica anche per realtà territoriali della toscana costiera, come Piombino e la Val di Cornia. Studenti provenienti da varie parti del mondo (Paesi del Mediterraneo, USA, India, Cina...) potrebbero frequentare programmi estivi e semestri regolari. Gli ambiti di studio e ricerca sarebbero molteplici e potrebbero coniugarsi con l'identità del territorio: archeologia, storia e storia dell'arte, comunicazione e marketing dei beni culturali e paesaggistici, ingegneria siderurgica, storia dell'alimentazione e dell'agricoltura, cultura e marketing dell'industria eno-gastronomica, biologia marina, hospitality management, fotografia, ecc.

Attivare programmi *Education Abroad* a Piombino e in Val di Cornia, in stretta collaborazione con istituzioni universitarie straniere che intendono far svolgere un'esperienza di vita unica ai propri studenti in Toscana, a contatto con la natura e immersi nella storia di lunga durata del nostro territorio,

avrebbe obiettivi specifici, quali: favorire percorsi d'interculturalità, apertura all'altro, e di accoglienza dello "straniero" nella comunità locale; comunicare una rinnovata dimensione identitaria di Piombino (e del territorio); costruire un sistema che, partendo dall'economia della conoscenza, coinvolga gli attori locali, ad esempio attraverso programmi di *stage* e di volontariato; offrire opportunità di lavoro ai residenti sul territorio; riallacciare rapporti con i "piombinesi nel mondo" che lavorano presso università straniere all'estero creando così un network di conoscenze glocali.

Si tratta, in pratica, di convergere verso un nuovo paradigma culturale in cui l'economia della conoscenza diventi strumento strategico di sviluppo della Toscana "nascosta" (a tale proposito si veda l'analisi proposta nel volume di recente pubblicazione *Study Abroad in Italy*, di M. De La Pierre e M. Bracci).

Vita da ricchi

di Elena Pecchia

Tanto siamo sempre lì. Non c'è niente che sia più ingiusto che fare parti uguali tra disuguali, così stigmatizzava Don Milani nella sua "Lettera a una professoressa" dividendo gli studenti tra i figli dei dottori (i Pierini) e i figli del popolo (i Gianni).

Siamo ormai alla seconda maturità "pandemica" ma, come al solito, ogni nuovo inquilino del Ministero dell'Istruzione ci tiene a dare il suo tocco a un castello ormai fatiscente, peggio della casa degli Usher. Così il neoministro Patrizio Bianchi trionfalmente ha annunciato a due mesi dal faticoso traguardo che "debutta quest'anno all'esame di stato del secondo ciclo di istruzione la piattaforma per la compilazione del curriculum dello studente". Evviva, dalla maturità di quest'anno, alla fine dell'esame "il curriculum sarà allegato al diploma e messo a disposizione di studentesse (politically correct, che diamine!) e studenti all'interno della piattaforma".

Allora, chiariamo a chi non conosce dall'interno la scuola: da circa una decina di anni è in atto un'aziendalizzazione colpevole della scuola superiore per cui il Preside si chiama Dirigente, le materie e le attività scolastiche si chiamano offerta (formativa) e gli studenti con le loro famiglie sono gli utenti/clienti del Carrozzone. Alla fine dei cinque anni non sia mai che vengano richieste le conoscenze ma piuttosto le competenze, cioè il know how, e le abilità, competenze non più in potenza ma già in atto.

Comunque, quello che lo studente impara viene messo alla prova in qualche modo dalle varie formule di esame, proposte sempre in modo diverso sia quando si sta bene che in questi due anni di sofferenza. Insomma, alla fine dei giochi gli studenti si trovano in mano un diploma per proseguire gli studi o entrare nel mondo del lavoro, con valutazioni tra il 60 e il 100. Non bastava? No, non è bastato: direttamente dalla Buona scuola, Bianchi ha riesumato questa proposta del curriculum vitae dello studente, scimmiettando quello necessario per entrare in azienda. Il suddetto curriculum è diviso in tre parti: istruzione e formazione, suppergiù un elenco di conoscenze, competenze e abilità; certificazioni - e a questo punto dobbiamo cominciare a stare in guardia - e attività extrascolastiche. Già le certificazioni linguistiche, informatiche & co. non sono alla portata di tutti gli studenti, ma soprattutto è la voce "attività extrascolastiche" che distinguerà i

figli dei ricchi coinvolti in attività sportive prestigiose, in stage negli States e in esperienze elitarie dai figli di Nessuno.

Con questo nuovo "cartellino" del curriculum, secondo la definizione dello storico dell'arte Tomaso Montanari, lo studente come prodotto a marchio controllato verrà immesso sul mercato. Questo, del resto, è l'ultimo tassello di una storia tutta italiana.

Dagli ultimi dati Ocse (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico) l'Italia viene definita il Paese della laurea ereditaria. Ben il 90 per cento dei figli laureati si laurea contro il 10 per cento di chi ha genitori fermi alla terza media, mentre il dato europeo si attesta su un più modesto 68 per cento di studenti con il titolo in tasca assicurato se figli di genitori laureati. Eppure i politici italiani di turno si fanno belli della scuola italiana come terra dell'inclusione, all'avanguardia nella normativa per i Dsa (disturbi specifici dell'apprendimento), i Bes (bisogni educativi speciali), i Nai (Nuovi arrivati in Italia) studenti fragili per motivi personali, familiari e sociali a cui sono assicurati giustamente percorsi particolari. Un pezzo di carta da noi non si nega a nessuno. Carta straccia, tanto dopo il diploma, con o senza curriculum, andranno avanti sempre i figli dei ricchi.

Lettera di una professoressa 2021

Social Media e Moda: non solo *influencers*. La cultura della moda nella società digitale

di Francesca Passeri

La moda è da sempre un fattore di cambiamento sociale, rappresentando un fenomeno complesso strettamente collegato ai profondi cambiamenti economici, sociali e culturali che caratterizzano la società contemporanea.

Occorre non solo soffermarsi sul lato strettamente estetico della moda, ma anche su quegli aspetti comunicativi e identitari che consentono di affrancarla dall'essere percepita comunemente come un settore frivolo ed effimero.

La moda è cultura; è un linguaggio universale, in cui lo stile di un abito diviene strumento di condivisione e di comunicazione, contribuendo a definire l'identità di gruppi e di singoli individui.

Ciò a cui abbiamo assistito negli ultimi decenni è un'accelerazione non solo nei consumi della moda grazie al fenomeno della *fast fashion*, ma anche una costante "presentificazione" della moda con collezioni che anziché rincorrere la stagionalità, hanno piuttosto privilegiato le esigenze di un consumatore sempre più affamato di nuove tendenze, già fuori moda nel momento stesso in cui vengono fruite.

Protagonisti assoluti della moda sono diventati i social media, straordinari attivatori di contatti e relazioni, spinta propulsiva per la ridefinizione della *brand identity* e della *brand equity*.

Ciò ha permesso un nuovo rapporto con il consumatore, non più passivamente recettivo delle tendenze imposte dagli stilisti, bensì consumatore proattivo capace di rendere più incisive le azioni di marketing, imponendosi come *prosumer*.

L'impiego dei social media è divenuto particolarmente vantaggioso per le imprese di piccole e medie dimensioni, i cui budget limitati non permettono l'accesso a strumenti di promozione, quali ad esempio la pubblicità sui media tradizionali, troppo costosi rispetto ai mezzi a disposizione dell'impresa.

L'aspetto interessante dell'implementazione dei social media nella ridefinizione dell'identità di marca è altresì rappresentato non tanto dall'attività di promozione, che diviene in un certo qual modo secondario o quantomeno non così visibile all'utente, quando piuttosto dalla creazione di un dialogo duraturo con i propri utenti, con le proprie comunità, con cui il brand condivide valori, sentimenti ed emozioni. La marca rassicura i propri consumatori attraverso una coerenza di contenuti che incontra le aspettative di una comunità solo apparentemente indefinita.

A partire da marzo 2020, il lockdown ha costretto le aziende a fare i conti con l'isolamento dell'individuo dal contesto sociale in cui fino a poche ore prima aveva interagito; analizzando nello specifico il settore della moda, quella barriera, già meno percepibile fra consumatore e brand, è andata quasi a scomparire, non solo nella moda *pret a porter* ma anche nel settore del lusso, che ha consolidato il suo status attraverso una comunicazione *bottom-up* dei propri prodotti, ma soprattutto dei propri valori.

Appare non solo interessante e drammatica allo stesso tempo la riconversione delle industrie del lusso e della moda nella produzione di mascherine, camici ospedalieri, gel igienizzanti, ventilatori, ma è il concetto stesso di tempi della moda che è andato a ridefinirsi.

Il lockdown ha costretto ciascuno di noi non solo a misurarsi con il dramma della pandemia, ma ci ha obbligati a una introspezione sui tempi che avevano fino a quel momento caratterizzato le nostre vite; la moda si inserisce in tale nuova concezione dei tempi e delle priorità dell'individuo; Giorgio Armani, nell'aprile del 2020, scrive una lettera al mondo della moda (<https://forbes.it/2020/04/15/giorgio-armani-scrive-una-lettera-al-mondo-della-moda-e-lo-critica-e-tempo-di-rallentare-e-cambiare/>) in cui definisce "immorale" il modo e i tempi della moda utilizzati fino a quel momento, sottolineando la necessità di produrre capi più duraturi, e invitando inoltre a un rallentamento dei tempi forsennati del *fashion system*, che hanno altresì prodotto un declino del sistema moda, con conseguente assimilazione del lusso al *fast fashion* nel tentativo di vendere di più.

I social hanno favorito un altro cambiamento significativo: la partecipazione alla sfilata, per anni tempio inviolabile e inaccessibile per i non addetti ai lavori, momento culminante del lavoro dello stilista, e contenitore di glamour e sogno, grazie ai social diviene accessibile e fruibile, non perdendo la sua aurea di sogno e di comunicazione di tendenze e stili.

Pierpaolo Piccioli, direttore creativo della *maison* Valentino, presenta in streaming la collezione uomo-donna per l'inverno 2021-2022, al Teatro Piccolo di Milano (<https://forbes.it/2021/03/01/valentino-la-sfilata-di-piccioli-al-piccolo-teatro-che-rende-omaggio-a-milano/>), in una sfilata che non ha l'unico obiettivo di presentare i capi della prossima stagione, ma racchiude in sé il significato di una moda non più esclusiva, bensì inclusiva nell'immaginario di un consumatore che diviene complice del brand, contribuendo a dare vita a relazioni durature e stabili con la marca stessa, in un mondo, quello della moda e del web, caratterizzato invece da cambiamenti repentini e da scarsa lealtà.

Probabilmente oggi Giovanni Battista Giorgini, inventore del *Made in Italy* e fautore della creazione del sistema-moda italiano agli inizi degli anni '50, utilizzerebbe i social media per alimentare la cultura della moda italiana all'estero, e se incontrasse Chiara Ferragni le chiederebbe di collaborare con lui per riposizionare il brand *Made in Italy*.

Binocoli e lenti di ingrandimento

di Patrizia Lessi

Si deve a Ronald Robertson e Zygmunt Bauman la traduzione e popolarità di un termine divenuto negli anni di uso comune nel mondo occidentale a fronte dell'origine giapponese e al modo in cui questa lingua definì negli anni '80 il complesso rapporto andatosi a creare fra globalizzazione e realtà locali. Col termine *Dochakuka* il Giappone evocava la natura ibrida del mondo globale in cui a distanza di quarant'anni adesso viviamo pienamente. L'apertura di Tokyo a cultura, estetica e mercato oltreconfine non aveva determinato un amalgama informe in cui memoria e tradizioni nazionali avevano perso la loro identità, bensì una complicata dialettica fra vecchio e nuovo, vicino e lontano, conservazione e trasformazione che mostrava il fianco a molte contraddizioni, ma segnava un punto di non ritorno nel percorso economico, sociale e politico che ad est si stava facendo. Così, quando in tempi più recenti la sociologia ha introdotto il termine ombrello *Glocalizzazione* anche noi abbiamo avuto la fotografia del momento x rispetto al quale non si poteva più fare dietro front. La quotidianità della "realtà delle cose" si è estesa e frammentata nelle maglie virtuali della rete e in quell'idea di *modernità liquida* di cui tecnologia e globalizzazione spostano costantemente in avanti gli orizzonti. A dispetto delle analisi più infauste internet e mercato globale non hanno però diluito fino alla trasparenza la densità dei legami col territorio anzi, un effetto piuttosto inatteso è arrivato dalla variegata galassia dei social networks che se in parte hanno consentito il contatto con panorami geograficamente distanti, dall'altra hanno focalizzato in modo inedito gli angoli apparentemente più familiari di casa propria.

È questo, in un certo senso, il gioco del cannocchiale e della lente di ingrandimento cui non sfuggono le dinamiche contemporanee: una lente per vedere che aria tira in questa o quella parte del mondo, un'altra per ingrandire e godere dei particolari del microcosmo accanto al nostro. D'altronde non è il grande che oggi andiamo a cercare navigando in rete: il grande continente, la grande metropoli, il grande viaggio hanno una consolidata e ricchissima narrativa nell'immaginario che per oltre un secolo ha popolato pagine di libri e di giornali, schermi di cinema e tv, le voci della radio. Google search è invaso di approfondimenti del piccolo: singole parole, luoghi isolati e sperduti, tradizioni ristrette. La curiosità si nutre di dettagli. Una festa tradizionale in un villaggio nepalese piuttosto che un mercatino in Brasile, la casa di un amico d'infanzia che ora vive molto lontano e invia i colori di un altro cielo, un altro mare. Ma i dettagli sono anche quelli che rovesciano il portone del dirimpettaio in qualcosa di completamente diverso da sé. Lo spauracchio della frammentazione identitaria a cui Internet può esporre diviene allora l'avviso che ci ricorda che una rete non disperde, trattiene. Più questa si estende, tanto si fanno fitte le sue maglie.

A questo fa pensare ad esempio l'esperienza del gruppo Facebook *Sei piombinese se...* ormai a quasi diecimila membri che usano le lenti sopraccitate quotidianamente andando avanti e indietro, dentro e fuori scorci di strade, piazze e quartieri che trasformano continuamente in narrazioni sempre diverse. Non si tratta soltanto di amarcord per nostalgici o difesa delle bellezze nostrane. Gli utenti si danno il buongiorno, condividono, raccontano, mettono in giro ciò che le lenti inquadrano mentre passeggiano, vanno al lavoro, girano coi figli e non, come avviene più spesso nella realtà di Instagram, Tik Tok ed FB stessa, se stessi mentre fanno quell'esperienza così da rendere l'esploratore più rilevante dell'esplorazione. Così il gruppo si popola di angoli sconosciuti ad alcuni e familiari per altri, panchine, stradine isolate che in un altro scatto di cinquant'anni fa si popolano di profili, suoni e voci di altri piombinesi o altri viaggiatori. Piazza Bovio da tutte le angolazioni, nel sole, sotto la pioggia, dentro l'ovatta di una giornata uggiosa.

Mari lontani in cui cercare similitudini o lo stesso mare su cui ci si affaccia da decenni. Ma come può esserlo se diversi sono gli occhi che vi allargano lo sguardo?

Locale è bello (e universale)

di Fabio Canessa

Solo ciò che è locale può diventare universale, mentre chi tenta con ogni sforzo di essere globale sarà ignorato sia nel suo che negli altri paesi. Almeno nell'arte e nella cultura. La storia di un poveraccio a cui rubano la bicicletta nelle strade della Roma degli anni Quaranta è diventata la bandiera del cinema neorealista. Non mi interessa, avrebbe potuto rispondere qualsiasi produttore di oggi, a chi vuoi che importi una vicenda così minimale? Quanta gente pensi che vada a vedere un film dalla trama talmente misera e così poco glamour? Il pubblico si appassiona a ben altro. Invece con "Ladri di biciclette" Vittorio De Sica è entrato nella storia del cinema perché ha emozionato tutto il mondo. La potenza dell'espressione artistica agisce solo se l'opera è radicata profondamente nella dimensione locale, individuale, esistenziale di chi la crea: la Commedia di Dante non fa che parlare di Firenze e di quei personaggi localissimi che il poeta conosceva di persona. Eppure a distanza di settecento anni, rimane il testo letterario più universalmente letto, studiato e venerato. Nella Recherche, Marcel Proust non ha fatto altro che raccontare la vita propria e della gente che frequentava, con dettagli personalissimi e privatissimi di sensazioni individuali, nel contesto della società parigina di inizio Novecento. Si sono riconosciuti in Marcel i lettori di ogni epoca e di ogni nazione. L'arte infatti è trasfigurazione di una verità locale e intima, che si rifrange negli animi di tutti coloro che si rispecchiano in essa. Se funziona così, è segno che ci assomigliamo tutti molto più di quanto si pensi. E se un artista osa squarciare il velo della superficialità e scavare a fondo nella sua esperienza di vita, ecco che la sua opera parla a tutti. I grandi capolavori della storia del cinema, da "Il posto delle fragole" di Ingmar Bergman a "Otto e mezzo" di Federico Fellini, sono esattamente questo: autobiografie sognate, radiografie del corpo e dello spirito, aneddoti d'infanzia assurti al rango di epifanie, cronaca elevata alla sacralità, gossip sublimato nello spettacolo di una visionarietà filosofica. Il cancro dell'arte è invece il marketing globale, la pianificazione a tavolino nel

confezionare un prodotto buono per la platea internazionale. Infatti sarà un prodotto, non un'opera d'arte. E per paura di sembrare provinciale, si sforzerà di emanciparsi da ogni accento e coloritura locale, finendo così con l'essere insapore. Un prodotto standard, di plastica, buono per tutte le stagioni e dunque per nessuna, costruito dall'assemblaggio di stereotipi (sentimentali, polizieschi, comici, horror, a seconda del genere), sganciato dalla realtà della storia e dalla verità della coscienza. Cucina internazionale, come la chiama l'amico Nicola Calocero: la stessa che, nel campo gastronomico, è rappresentata da quelle grandi catene multinazionali che ti fanno trovare gli stessi medesimi spicciati panini, insalate o gelati a Londra, Tokyo, Firenze, Madrid, Parigi e New York. Il modello è il medesimo dei chewing gum, dei vini e dei dolci industriali o della Coca Cola: sono dappertutto ma il gusto non entusiasma nessuno. L'arte si sprigiona dalla pizza napoletana, dalla schiaccia briaca elbana, dal Brunello di Montalcino e dalla salama ferrarese.

Le biblioteche civiche toscane tra pandemia e ripartenza

di Roberto Cerri

Le biblioteche locali toscane hanno sofferto l'impatto del Covid assai meno di altre istituzioni culturali. Dal maggio 2020 infatti sono state quasi tutte riaperte sia pure a scartamento ridotto.

Hanno rattrappito i loro servizi, hanno patito l'andamento carsico, ora in presenza e ora in DAD delle scuole, perso lettori in sede, ma acquisito un po' più di visibilità in rete. Hanno aumentato i prestiti digitali e ridotto di un 25/30 per cento i prestiti dei volumi cartacei. Il tutto, ovviamente, a macchia di leopardo anche in Toscana. Come sempre. Ma nell'insieme i prestiti non sono crollati e un po' di nuovi acquisti, grazie anche alle scelte ministeriali, sono stati fatti. Lo smartworking ha indebolito i servizi in sede. Ma potenziato quelli in rete.

Il problema che si presenta oggi alle biblioteche civiche che esprimono una direzione politica ed operativa (cosa che purtroppo non accade ovunque, perché la maggior parte delle biblioteche civiche naviga "a vista") è come tornare alla situazione pre-Covid e se possibile come tornare a crescere, ampliare gli spazi, allargare i servizi, completare gli investimenti: tutte attività che il Covid ha come minimo inceppato.

Il nodo della sicurezza resta il punto centrale, perché fino a quando amministratori, bibliotecari e utenti non si sentiranno sicuri non sarà possibile smantellare la scelta dello smartworking e ripristinare la piena agibilità di spazi e rilanciare i servizi.

Su questo punto occorre aspettare la fine vera della pandemia, perché nessuna forzatura funzionerà prima di allora. Amministratori, operatori, sindacati e utenti hanno idee divergenti della situazione e non sarà possibile fare meglio di adesso fino a quando non si ristabilirà una situazione sanitaria chiara e tranquilla.

Ma allora qualcosa si può fare in questo tempo che, in attesa del completamento delle vaccinazioni e dell'appiattimento delle curve dei contagi e dei morti, resta come parzialmente sospeso?

Forse si potrebbero fare alcune cose:

1. studiare (a livello regionale, in collaborazione con le Reti provinciali) cosa potrebbe voler dire organizzare una transizione ecologica per le biblioteche civiche. Il tutto dovrebbe produrre un piano regionale? Una legge regionale? Servirebbe molto saperlo;

2. capire come innalzare i livelli tecnologici delle strutture bibliotecarie e predisporre un piano di incentivi regionali che aiuti le biblioteche civiche a muoversi in questa direzione;

3. analizzare meglio la possibilità di sfruttare le opportunità offerte dalla normativa sul superbonus edilizio anche in questo settore;

4. affrontare una riflessione sull'occupazione professionale in questo settore, valutando le complesse interazioni tra servizi diretti, servizi in appalto e servizi integrati. Saranno almeno trent'anni che non ho notizia anche solo di un convegno in Toscana che affronti queste complesse tematiche che anche in epoca di Covid hanno visto una maniera ingiusta di trattare i lavoratori del settore, per altro penalizzando la fascia dei più precari, ovvero di coloro che in molte realtà costituiscono spesso il punto di forza dei servizi;

5. sfruttare la crescita della lettura comunque indotta dalla pandemia (che è stata monitorata da una crescita pari al 30 per cento delle vendite di libri) per agganciare questa domanda di lettura anche al servizio di pubblica lettura gestito dalle biblioteche civiche;

6. affrontare il nodo della crescita coordinata delle collezioni, anche alla luce delle enormi biblioteche private che vengono spesso donate gratuitamente alle biblioteche civiche e che queste non sono in grado di gestire (la cosa potrebbe avere anche interessanti ricadute occupazionali).

E qui mi fermo, anche se le cose che si potrebbero fare e dire sarebbero molte di più.

Ma per dirle e soprattutto per farle servirebbe un gioco di squadra. Servirebbe un maggiore protagonismo degli uffici regionali (che per quanto attiene a questo settore sono ridotti al lumicino e spesso scarseggiano di professionalità vere) e un ruolo più incisivo delle Reti territoriali (su cui però si investe poco e la cui governance, come si dice oggi, è un colabrodo spesso byapassato da mero buon senso, ma non in grado di esprimere una vera capacità di direzione strategica e di guardare al futuro).

Taccio infine sul ruolo di AIB (Associazione Italiana Biblioteche) per carità di patria e sull'assenza vera di un sindacato moderno in grado di sostenere questo settore.

La rapida fuoriuscita dal Covid, una volta raggiunta una ragionevole certezza sanitaria, avrebbe insomma bisogno anche di un salto amministrativo che la politica dovrebbe riuscire a generare rispetto a questo settore.

Ma se si riuscirà a realizzarlo non è semplice prevederlo.

Di sicuro c'è che il Covid ha regalato più tempo alla lettura e stimolato un maggior numero di persone a leggere. Probabilmente sono i lettori forti ad averne approfittato, ma quasi certamente il fenomeno avrà lambito anche i non lettori e i lettori deboli.

Vedremo nei prossimi anni se questo fenomeno si consoliderà e se avrà anche una ricaduta sulle biblioteche.

Gli operatori bibliotecari, di ruolo o in appalto che siano, sono comunque moralmente impegnati a sostenere questo cambiamento oltre che a stimolare (ma è una partita molto difficile, lo so per esperienza) i decisori politici delle necessità di investire in questo settore.

Ballando di architettura...

Un piccolo viaggio negli ultimi libri in cui si scrive di musica

di Donato Zoppo

Scrivere di musica è come ballare di architettura.

Dichiarazione ormai storica, tradizionalmente attribuita a Frank Zappa, spesso anche a Elvis Costello, Laurie Anderson e Thelonious Monk. In realtà la paternità dell'aforisma è dell'attore Martin Mull, che lo usò in un'intervista del 1979 mutuandolo da un suo insegnante d'arte. Pare però che la massima sia molto più longeva, da far risalire al 1918, quando in un periodico americano qualcuno affermò che scrivere di musica è come “cantare di economia”.

Si scrive molto in generale, e in particolare la musica è un argomento assai gettonato da autori e editoria nostrana. Fortunatamente abbiamo superato da tempo la fase delle enciclopedie rock, utili per la consultazione nell'epoca pre-Wikipedia ma oggi ampiamente superate. Siamo invece in un periodo in cui la scrittura di affari musicali, lasciata alle spalle anche le grandi biografie, affronta elementi tematici con punti di vista nuovi e osservazioni più fondate, complice l'incrocio tra fonti cartacee e digitali. Segnalo con piacere alcune nuove uscite, che ci danno anche la possibilità di inquadrare lo stato di salute della letteratura musicale in Italia.

Può sembrare in contraddizione con quanto affermato prima, ma anche in libri con un taglio un po' passatista – del tipo “le cento più belle canzoni di”... - possiamo rinvenire analisi eccellenti. Pensiamo al caso Beatles. Ogni qual volta esce un libro sui Beatles parte di colpo la domanda: ce n'era davvero bisogno? Trattandosi del più rilevante fenomeno della pop culture, è inevitabile che sia così studiato, analizzato e commentato. In *Getting Better. Le 250 migliori canzoni dei Beatles classificate, valutate, commentate* (Arcana) Leonardo Tondelli fa qualcosa in più. Prova ad andare al nocciolo della faccenda: non propone un'analisi sociomusicologica alla MacDonald, non si presenta in veste di biografo alla Norman, Spitz o Davies, non ha passato la sua vita tra gli archivi di Abbey Road come Lewisohn. Si avvicina di più all'approccio di Massimo Padalino: se però questi calava i Beatles nella cultura del Novecento allontanandosi deliziosamente dal tema, Tondelli usa il commento *song by song* per fare emergere le singole personalità, il senso del gruppo, il rapporto musica-parole, la ratio generale di tutta la vicenda all'insegna di un primato compositivo e sperimentale che regge il tutto. Il suo libro si rivela così una delle migliori pubblicazioni in materia negli ultimi tempi.

Dal trionfo pop beatlesiano a un'immersione nella cultura nera. Dissidio, lotta contro la sottomissione, rivoluzione come stato mentale, cantare come contributo civile per la comunità. Le citazioni in esergo di Amiri Baraka, Gil Scott-Heron e Aretha Franklin sono più che sufficienti per inquadrare il panorama approfondito da Carlo Babando in *Blackness. Storie e musiche dell'universo afroamericano* (Odoia). Un lavoro magistrale che contestualizza l'epoca Black Lives Matter – va anche indietro all'epopea Stax e Motown, alla Blaxploitation, si espande al nu-soul, retrocede fino alla musica subsahariana – e fornisce ragguagli storico-musicali per comprendere un universo, più che un semplice panorama artistico e culturale. Con Babando le storie dietro i dischi sono storie di stupore.

Se volessimo provare a virare al femminile queste storie? Sarebbe già utile un colpo d'occhio su alcune figure, presenti sulla copertina del libro e immortalate sulle copertine dei dischi, quasi da gioco di specchi escheriano. Janis Joplin. Patti Smith. Debbie Harry. Nina Hagen. Grace Jones. Bjork. Donne in copertina, ma non solo: simboli di rivoluzione, consapevolezza, emancipazione, anche attraverso il volto, anche attraverso l'immagine. L'effigie femminile diventa icona attraverso la discografia, in un rimpallo tra autocoscienza e mercato. È l'argomento del nuovo lavoro di uno dei massimi esperti europei di cover art, Paolo Mazzucchelli, dal titolo lungo e chiarificatore: *L'altra metà del pop. L'emancipazione femminile rappresentata nelle più belle copertine dei dischi* (Stampa Alternativa).

C'è anche spazio per storie oblique, di dissoluzione, lontane dai clamori pop ma mitizzate, più che storicizzate. Oggi più che mai emerge la necessità di rivederle con un occhio critico e non celebrativo. È il caso di Nick Drake, analizzato da Ennio Speranza in *Nick Drake e Pink Moon. Una disgregazione* (Galaad Edizioni). Musicologo, drammaturgo, docente, saggista, collaboratore di Radio Tre, Speranza è una personalità dai molteplici interessi e viva curiosità. Se ha deciso di confrontarsi con Nick Drake, è segno che nella discografia pur ridotta di un artista scomparso giovane, con un succinto patrimonio di canzoni, ci sono elementi di notevole interesse. Non solo: Speranza ha esplorato a fondo *Pink Moon*, il capolavoro del 1972, individuandone caratteristiche peculiari, temi, direzioni e soprattutto frammentarietà. Lontano dal santino.

Chiudiamo con un testo denso per la competenza autorevole dello scrittore, la portata dei temi, il dialogo tra Storia e storie. Critico musicale, pianista, conduttore radiofonico, ricercatore universitario, Giacomo Fronzi è autore per Carocci di *Percorsi musicali del Novecento. Storie, personaggi, poetiche da Schönberg a Sciarrino*, che narra della musica colta del Secolo breve. Stockhausen e Cage, un irregolare come Frank Zappa, uno spirituale nobile come Arvo Part, un vivente "già nella storia" come Steve Reich. Musica contemporanea narrata con garbata e analitica passione.

Nautilus e dintorni

a cura dell'associazione Microcosmo

Le popolazioni della Grecia classica utilizzavano il sostantivo nautilus per indicare i marinai e, non raramente, anche le imbarcazioni. E' così ribattezzato un mollusco, considerato estinto nella preistoria ed osservato in vita a metà del 1800, le cui proporzioni del guscio (caratterizzate dalla cosiddetta sezione aurea) sono imitate in molte opere tecniche progettate dall'uomo. Nautilus è l'unico genere vivente di Molluschi Cefalopodi dotato di conchiglia esterna. La sua superficie esterna è liscia, di colore bianco a bande bruno-rossastre. In posizione centrale, su ambo i lati, si trova l'ombelico che, a seconda della specie, può essere più o meno largo, o completamente ricoperto da un callo madreperlaceo.

Nautilus compie notevoli escursioni batimetriche, risalendo la notte verso la superficie da profondità di oltre 600 metri, dove staziona durante il giorno, esponendosi così a forti sbalzi di pressione. Questo tipo di spostamento verticale non avviene tramite il nuoto attivo, ma grazie alla

capacità del mollusco di regolare il galleggiamento intervenendo sulle quantità di gas e liquido presenti nelle sue camere, alleggerendo o appesantendo così la conchiglia e adattandosi alla densità esterna. In sostanza esso rimane sospeso in acqua per tutta la sua vita con un galleggiamento neutro: ciò significa che la sua densità deve essere uguale a quella dell'acqua in quel punto. Quando una nuova camera si forma, essa non è vuota, ma contiene del liquido chiamato liquido della camera che ha una concentrazione salina più bassa rispetto a quella del sangue.

Nautilus è l'unico Cefalopode tetrabranchiato oggi presente ed è considerato un fossile vivente, in quanto esso è rimasto l'unico rappresentante attuale di un gruppo sistematico che ebbe un grande sviluppo nelle passate ere geologiche. Secondo alcuni ritrovamenti fossili, organismi simili al Nautilus esistevano già più di 500 milioni di anni fa. Un'altra differenza tra il Nautilus e gli altri molluschi cefalopodi viventi è la mancanza della sacca dell'inchiostro che però esso, a causa delle differenze nell'anatomia del mantello, non potrebbe, comunque, utilizzare.

Oggi la sua distribuzione areale è limitata al Pacifico sud-occidentale, dove è rappresentato da poche specie, delle quali Nautilus pompilius è la più nota e con più ampia diffusione (dalle Filippine alle Isole Figi); la sua conchiglia non presenta ombelico evidente, in quanto ricoperto da un tipico callo madreperlaceo.

Vale ora la pena soffermarsi sul particolare avvolgimento planispirale della conchiglia di Nautilus. Siamo infatti in presenza di una tipica spirale logaritmica nella quale la distanza tra i bracci successivi aumenta in progressione geometrica. Viceversa, a mano a mano che si avvicina al polo, la curva ci si "avvolge" intorno senza mai raggiungerlo.

Se vogliamo entrare più nel dettaglio della spirale logaritmica dobbiamo considerare quella rappresentazione matematico-geometrica riferita alla sezione aurea e al rettangolo aureo, applicata spesso in campo artistico per realizzare opere pittoriche, scultoree e architettoniche di proporzioni particolarmente gradevoli, a partire dagli stessi artisti dell'antica Grecia.

Curiosità

All'alba del diciannovesimo secolo lo statunitense Robert Fulton (l'inventore del battello a vapore) progettò per conto di Napoleone uno speciale tipo di imbarcazione, il Nautilus, in grado di immergersi e scomparire alla vista delle altre navi. Il Nautilus era, di fatto, il primo progetto di sottomarino della storia.

Settant'anni più tardi lo scrittore Jules Verne, affascinato dal progetto "Plongeur", un nuovo tipo di sommergibile di fabbricazione francese, scriveva il suo capolavoro "Ventimila leghe sotto i mari". Così descriveva il suo Nautilus il Capitano Nemo, comandante e progettista del prodigioso sottomarino immaginato da Verne: "È un cilindro molto allungato a punte coniche. Si avvicina sensibilmente alla forma di un sigaro, forma già adottata a Londra per molte costruzioni marine. La lunghezza di questo cilindro, da un capo all'altro, è esattamente di settanta metri e la sua larghezza massima è di otto metri."

E ancora: lo USS Nautilus (SSN-571), nave degli Stati Uniti, fu il primo sottomarino militare a propulsione nucleare varato al mondo. Fu un sottomarino non solo rivoluzionario ma fu anche il più grande e veloce mai costruito fino ad allora. Il 21 gennaio 1954 avvenne il suo varo e fu talmente

veloce in immersione durante le prove che secondo i resoconti dell'epoca (peraltro confermati in seguito) alcune tavole di legno che ricoprivano il ponte furono strappate via. Nel periodo luglio/agosto 1957 il Nautilus compì il primo viaggio al di sotto della calotta polare artica, e il 3 agosto 1958 fu il primo sottomarino ad attraversare in immersione il polo nord geografico, stabilendo di fatto un primato storico.