

Mangerai pane col sudore del tuo volto

“Il Signore prese l’uomo e lo pose nell’Eden perché lo coltivasse e lo custodisse... mangia pure di qualsiasi albero” (Gen 2-16) “... usufruirai di esso con dolore... mangerai pane col sudore del tuo volto” (Gen 3-18).

Nel leggere queste parole, pare che l’uomo sin dal suo apparire sulla terra abbia percepito il lavoro come sofferenza e tempo sottratto al piacere. Il Pentateuco, come la maggior parte dei testi sacri, può essere letto come una allegoria-ricordo di fatti avvenuti nel passato o la promulgazione di regole sociali. Il primo grande mutamento sociale che ci viene narrato nel Pentateuco lo troviamo nella morte di Abele dove si può intravedere il passaggio dalla società nomade, che viveva di sola caccia, (Abele) a quella stanziale, basata sull’agricoltura (Caino). Si è trattato senza dubbio di un passaggio cruento che ha dato origine ad una prima divisione in classi sociali, tanto che, per non far sentire gli adepti “figli di un omicida”, alla fine viene introdotta una terza figura salvifica che, a cose fatte, dà origine al genere umano (Seth). Che la ricchezza di una collettività sia calcolata in base alla produzione-diffusione del benessere è cosa più che assodata, come pure è assodato che il lavoro “costi fatica” per la maggior parte dei non possidenti. Nell’età adulta, in un ipotetico stato di piena occupazione, trascorriamo circa un terzo della nostra vita a lavorare e, spesso, il lavoro non solo è fatica, ma anche sofferenza, specialmente se ha come unico scopo il fornire mezzi per procacciarsi beni al limite della sussistenza. La differenza tra “necessario” e “superfluo”, fatto salve particolari situazioni ancora drammaticamente presenti sul nostro pianeta, non è generalizzabile e, ammesso che fosse possibile per senso di giustizia azzerare il non necessario, ciò significherebbe il far venir meno di tutta quella serie di prodotti e attività che danno senso alla permanenza sulla terra. Una vita trascorsa unicamente a lavorare per riempire lo stomaco e dormire non sarebbe di alcuno stimolo, a meno che non sia possibile “regredire” allo stato animale e battersi per la conservazione della specie, ma, in tale caso, i conflitti non solo non verrebbero annullati, ma, anzi si incrementerebbero.



“L’uomo
rimane importante
non perché
lascia qualcosa di se,
ma perché agisce e gode
e induce gli altri
ad agire e godere ”

Wolfgang Goethe

Lorenzo Fuà Università di Macerata

Ce lo diceva già lo storico Johan Huizinga quando, molti anni fa, descriveva l'uomo come Homo ludens. Il gioco è un tratto antropologico: è un'attività che caratterizza l'uomo, tutti gli uomini, e in tutte le epoche storiche, seppur in forme diverse. Il gioco è importantissimo perché non è una cosa da poco, di pura distrazione: è uno spazio di sperimentazione e di scoperta, di trasgressione e di creatività, in parte protetta dai pericoli e dai limiti imposti dalla vita "normale".

Anche il tempo libero e il viaggio possono essere considerati come momenti di sospensione nella vita di tutti i giorni, pause in cui si può prendere distanza dai propri ruoli quotidiani e giocare ad essere altro.

Si lasciano i luoghi in cui si fa esperienza "normale" di se stessi e del mondo e si parte, con il corpo e con la mente, per un altrove. Il tempo libero e il turismo possono quindi essere visti come uno spazio di gioco, con tutto ciò che ne deriva. Ma l'osservazione del mondo contemporaneo ci dice qualcosa di più: che il gioco non si lascia confinare in tempi e luoghi deputati a lui, ma tende a invadere tutto lo spazio e il tempo dell'esperienza.

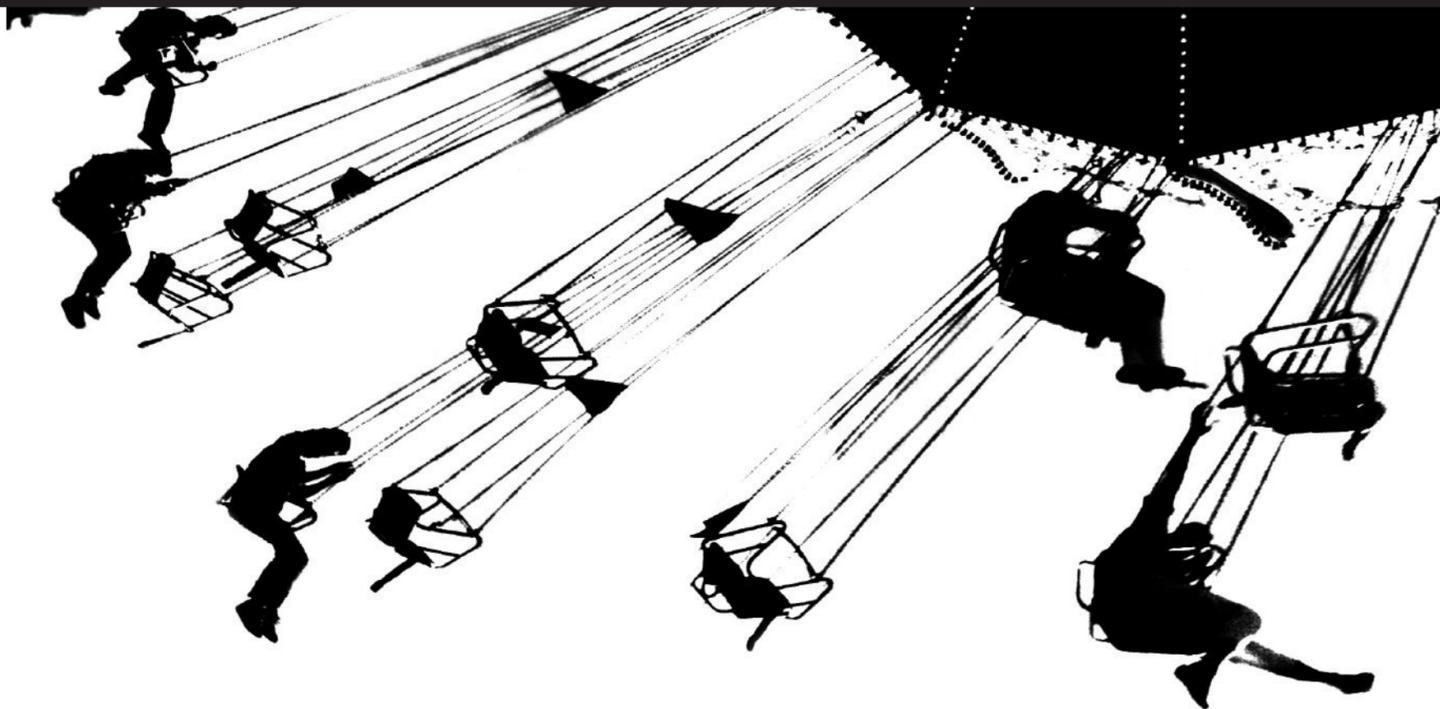
Così insieme alla dimensione ludica, del gioco, si espande la dimensione del piacere, anche un po' narcisistico, che si afferma in tante fenomeni attuali: pensiamo alla crescente combinazione di divertimento, benessere ed estetica che caratterizza alcune tipologie di turismo oggi particolar-

mente di moda, che rappresentano campi di investimento economico di crescente importanza. Altro che gioco! La dimensione ludica e la ricerca del piacere non sono quindi solo una caratteristica dell'uomo, ma diventano anche un tema di crescente importanza per l'economia e il turismo, che ha inventato e inventa sempre nuovi modi per soddisfare i suoi giocosi e narcisisti clienti. Giocando anch'esso, insieme a loro. Così farà anche Urbino, dal 6 all'8 ottobre prossimi, con l'evento "Parole in gioco", il cui patron sarà Stefano Bartezzaghi: in una mescolanza di turismo e cultura, la città tutta si metterà in gioco con i suoi visitatori.

Lella Mazzoli

Sociologo, Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"

Il gioco è una cosa seria



Che fatica giocare!



Che fatica giocare! Che fatica divertirsi! Sembra impossibile, ma dobbiamo riconoscere che talvolta, troppe volte, è così. Lo osserviamo ora, per esempio, quando dopo aver trascorse le ferie estive nel mare di casa propria o dopo essere partiti per una vacanza più o meno breve e per posti più o meno lontani, ripresa l'attività di ogni giorno sembriamo essere più stanchi di prima. Forse perché le aspettative di cui ci si era caricati erano più grandi dei risultati ottenuti. O forse il modo di fare e di pensare rende più difficile lo svago e il divertimento. Le giornate infatti, troppo spesso, sono così piene di lavoro, impegni e attività, in sostanza così frenetiche, che quando non si lavora, si rischia di non sapere come trascorre il tempo libero. Non sappiamo più giocare, nel significato più profondo del termine e di conseguenza siamo incapaci di divertirci. Nella società del benessere e dell'opulenza, qual'è quella Occidentale odierna, c'è il rischio di vivere l'anacronistica condizione di ricchezza e insoddisfazione, quando addirittura di infelicità. Abbiamo desideri sempre più grandi, affidiamo al tempo libero sogni e desideri che poi non riusciamo a raggiungere. Capita di sentirsi dire dalle persone anziane che un tempo, pur di fronte alle difficili condizioni economiche che quotidianamente vivevano, si divertivano di più e credo che questo sia vero. Va detto inoltre, che non avevano le stesse opportunità e svaghi che abbiamo oggi e tuttavia il sapersi divertire non dipende da quello che abbiamo, bensì da quello che siamo. C'è il bisogno di dare quindi un diverso peso e valore alle cose. Dobbiamo considerare il lavoro, gli affetti, l'impegno verso la comunità, il tempo libero e il divertimento con identica attenzione, dando la conseguente importanza a tutti questi, e ugualmente rilevanti, aspetti della vita.

Eros Gregorini

Giochi di paese e di campagna nel primo Novecento

Per sapere se e come si giocava nei paesi e nelle campagne del primo Novecento bisogna interrogare i giovani di allora, perché sui libri i riferimenti mancano, se si escludono i generici "giochi di carte" o le tombole di Natale. Per questo breve elenco, quindi, testimonianza preziosa l'ha fornita Vincenzo Caporali di Scapezzano, che ben ricorda gli anni Trenta e i suoi giochi di ragazzo «della Scuola Elementare, s'intende, perché quella volta per noi di campagna non c'era possibilità di andare avanti negli studi». Anche salire sugli alberi non rientrava nella categoria dei giochi, ma in quella dei lavori abituali dei bambini e delle bambine. Queste ultime, inoltre, fin da piccole imparavano a ricamare, per prepararsi la dote, e i loro giochi erano legati alla futura vita familiare: una bambolina di pezza alla quale accudire e poco altro; raramente si univano ai giochi dei ragazzi.

BAMBINI E RAGAZZI

SASSÉTTA. Si giocava in 4 o 5.

Ogni giocatore metteva una moneta da 2 soldi, cioè 10 centesimi ("due palanche"). Prima di iniziare si faceva il conto per stabilire l'ordine di battuta, poi si mettevano le 4 o 5 monete una sopra l'altra; con un sasso (da qui il nome "sassetta") grosso come un uovo, il primo giocatore batteva sopra il monte con un colpo. Le monete che si rovesciavano le prendeva lui, le altre rimanevano nel monte; poi batteva il secondo e così via. L'ultimo, senza battere, prendeva quel che rimaneva, ma in genere non rimaneva niente.

PALMÉTTA (palmetta: meno di un palmo della mano, meno di una spanna). Si giocava in due.

Il primo lanciava una moneta da 10 centesimi contro il muro da una distanza che voleva, poi lanciava il secondo. Chi la faceva andare, di rimbalzo, a una distanza inferiore a un palmo prendeva le due monete, altrimenti si ricominciava.

TESTA O CROCE. Si giocava in 4 o 5.

Per stabilire chi doveva cominciare, ognuno lanciava la propria moneta da 10 centesimi contro il muro. Il primo a "chiamare" era quello che l'aveva fatta cadere di rimbalzo più vicino al muro. Allora lanciava tutte le monete in alto "chiamando" (dichiarando) testa o croce. Una volta a terra, pren-

deva le monete che corrispondevano alla sua chiamata. Poi toccava a un altro. Quelle che non erano state vinte da nessuno rimanevano di proprietà dell'ultimo.

UOMINI

RÒTA (rùzzola).

La ruota da gioco, in lingua italiana rùzzola, ma nel gergo popolare chiamata ròta, è rotonda, di legno, con diametro sui 10 centimetri e spesso sui 5-6 centimetri. Vi si attorciglia uno spago lungo poco più di un metro, che serve per dare forza e direzione quando si lancia, trattenendo il filo col capo esterno. Si gioca a squadre. Tre tiri per ogni squadra. Ogni squadra riparte dal punto d'arrivo più lontano di uno dei suoi componenti. Vince la squadra di chi, con l'ultimo tiro, piazza la propria ruota (ròta) davanti a tutte le altre. Un tempo c'era chi usava una forma di pecorino come attrezzo da lanciare, ma non erano in tanti a poterlo fare. Le partite si svolgevano sulle strade non asfaltate in discesa e in salita, come ad esempio da Scapezzano alle Grazie e ritorno, e andavano per le lunghe, perché c'erano discussioni a non finire per chi aveva preso troppa rincorsa o per chi doveva andare a recuperare l'attrezzo in mezzo al campo. E poi c'era la strada da percorrere per arrivare al punto del lancio successivo. Per lanciare bene lungo la discesa occorre precisione, per la salita occorre forza. Anche oggi è molto diffuso, nei paesi, "giocare alla ròta".

BOCCE

Si tira il boccino (o "pallino") e fa il punto la boccia che gli si avvicina più delle altre. In genere si sfidano due squadre formate da due giocatori che lanciano tre bocce ciascuno. Si gioca su un terreno piano, per lo più di terra battuta, con bocce di legno o di acciaio, del diametro di 7-8 cm e un peso di 620-750 grammi, spesso colorate. Il boccino ha un diametro di 2,5-3 cm ed è di colore diverso. Si tira una moneta per decidere chi cominci. Si gioca fino a quando una squadra non totalizza 13 punti. Chi vince incomincia la partita successiva.

Ada Antonietti





Quando il gioco diventa un lavoro

Intervista a **Giovanni Clementoni**, figlio del fondatore e amministratore delegato dell'azienda di Recanati

Tempo di inizio scuola e molti genitori si sono posti l'amletico dubbio: se nostro figlio è nato a febbraio, lo mandiamo a scuola un anno prima? Personalmente ritengo che la cosa migliore sia posticipare l'inizio dell'impegno scolastico e farlo giocare un anno in più. Perché un anno di gioco quando mai te lo ritrovi? Ma questa è solo un'opinione... c'è invece chi non può permettersi di scherzare con il gioco perché il gioco è la ragione primaria dell'esistenza dell'azienda che prima era del padre e ora è passata a lui e ai suoi fratelli. Stiamo parlando di Giovanni Clementoni, figlio del fondatore Mario e attuale amministratore delegato dell'omonima azienda. Gli chiediamo un po' provocatoriamente che cosa rappresenti il gioco nella sua vita personale... "Lavoro" risponde lui di getto, ridendo, ma non troppo. Sì, perché il gioco è sempre stata una cosa seria in famiglia. Ed è questa consapevolezza che ha portato Mario Clementoni a fondare l'azienda insieme alla moglie Matilde nel 1963. L'idea era geniale per l'epoca ma soprattutto per il territorio: partito come impiegato in un'azienda di strumenti musicali di Pesaro, in seguito a momenti di crisi che l'azienda non riusciva a superare, Mario intuì la necessità di diversificare la produzione. Si licenziò e iniziò la sua avventura da pioniere nel mondo dei giocattoli: un viaggio illuminante negli

Stati Uniti gli fa anche capire che il futuro è nei giochi in scatola e da tavolo. E parte con la tombola della canzone, che combina l'idea del gioco in scatola con il fenomeno musicale del momento, il Festival di Sanremo, i cui motivetti rimangono nelle orecchie per mesi. Il successo è strepitoso e da lì l'azienda continua a crescere fino a concentrarsi, intorno agli anni 80 - altra idea vincente - sui giochi educativi. "Siamo cresciuti in un ambiente in cui famiglia e azienda erano due realtà intimamente collegate, l'una non esisteva senza l'altra - ci spiega Giovanni Clementoni. - Mio padre e mia madre tornavano a casa e si parlava di come era andata la giornata; se il lavoro andava bene era una gioia per tutti, ma i momenti difficili lo erano anche a casa". Lei durante la sua infanzia giocava con i giochi Clementoni? "Io e i miei fratelli, data l'epoca e l'ambiente della piccola città in cui ci siamo trovati a crescere, giocavamo con giochi decisamente meno strutturati di quelli creati da mio padre, all'aperto, per le strade, con gli amici di Recanati". E oggi con suo figlio? "La storia si ripete: con lui amo andare in bicicletta e fare giochi all'aperto, se dovessi mettermi a fare un gioco di quelli che produco mi tornerebbero in mente tutti i problemi legati alla produzione e probabilmente non mi divertirei neanche!".



Next
idee & packaging
SETTEMBRE 2006



Il gioco dunque come lavoro, ma anche il lavoro come gioco? "No, siamo un'azienda seria, dove si lavora alacremente. Certo, il prodotto che facciamo ci porta ad avere molti giovani e molti creativi che portano allegria, ma solo in alcuni reparti. Per il resto siamo come tutte le altre aziende, anzi devo dire che la nostra è un'organizzazione molto strutturata, con un alto livello di complessità. Ogni gioco necessita di spiegazioni, traduzioni e adattamenti per i diversi mercati a cui ci rivolgiamo". E a proposito di creatività, come ci s'inventa un gioco nuovo? "Non ci sono regole fisse, non è un lavoro che richiede competenze specifiche se non quella di riuscire a immedesimarsi nei bambini, a capire le loro esigenze, i loro desideri, ciò che li diverte e li appassiona. Per esempio, trattandosi di giochi educativi, affidare l'insegnamento a personaggi dei cartoni o della televisione che sono popolari tra i più piccoli può essere una buona strada. Ultimo tassello da tenere in considerazione: i genitori, anche loro devono essere convinti che il gioco abbia valore". E la sfida del futuro quale sarà? "Come sempre il futuro si gioca sulle persone: avremo futuro se troveremo persone che abbiamo capacità, entusiasmo, dedizione. E che sappiano interpretare i desideri dei bambini di tutto il mondo".

Giovanna Gallo

Giacomelli: la malinconica poesia del gioco

Il girotondo dei pretini è probabilmente l'immagine simbolo dell'intera vasta produzione fotografica di Mario Giacomelli. Lascia, infatti, emergere, assai chiaramente, il momento ludico come motivo poetico conduttore di tutta la vasta suite delle fotografie sulla vita nel Seminario di Senigallia. Qui Giacomelli ha colto lo svolgersi dell'esperienza, di alcuni giovani, separati dal mondo della loro giovinezza. Essi, in Seminario vivevano, con una frequenza non ancora segnata dalle crisi vocazionali, un'esperienza di studio e di preparazione a scelte determinanti, quanto, pensiamo internamente laceranti, tra l'esistenza normale e la dedica sacerdotale. Sono proprio le situazioni ludiche, quali il girotondo, il giuoco del pallone, la vertigine estemporanea di un giro in bicicletta, ad essere colte poeticamente da Mario Giacomelli come eventi rivelatori di una natura giovanile, che nella gioiosa fisicità del suo improvviso prorompere, contrasta con la severità delle vesti indossate. L'immagine, insomma propone l'avvenimento ludico come spiraglio per la lettura di vicende interiori dal peso certamente non esiguo. Tuttavia, in questi giorni, con Mauro Marinelli, che di Giacomelli è stato un collaboratore e un consigliere di prestigio per le scelte nel settore delle applicazioni d'arte decorativa e di pubblicità industriale, concordavamo sul fatto che il contributo di Giacomelli all'evolversi della fotografia d'arte contemporanea, non è situato nel fascino delle tematiche contenutistiche, tra l'altro eclatanti nel caso della suite dei pretini. La dimensione storica della fotografia di Giacomelli è situata, nella sua capacità di essere apparso l'uomo nuovo della fotografia italiana, intervenendo in maniera rivoluzionaria nei modi di intendere la fotografia d'arte, piegando le eleganze qualitative dell'immagine alle esigenze di un'espressione totale. Come non convenire con Mauro Marinelli sul fatto che siamo colpiti dalla malinconica poesia della vicenda umana dei pretini, quale traspare dall'occasione ludica affabulata, ma siamo veramente fulminati dai bianchi e dai neri ordinati in rigoroso girotondo. Una fotografia così, prima di Giacomelli, non si era mai vista.



Carlo Emanuele Bugatti
Direttore del Museo d'arte moderna di Senigallia



FONDAZIONE PER LE QUALITÀ ITALIANE

a Bevagna - Montefalco

Seminario sul futuro della qualità italiana

In Italia c'è un signore che si chiama Giuseppe De Rita e che, negli anni, ci ha abituato alle sue definizioni a metà strada tra economia e sociologia, entrate con rapidità impressionante nel vocabolario quotidiano di tutti coloro che si occupano del Bel Paese. L'ultima in ordine di tempo è quella di "nani operosi e intelligenti", riferita alla moltitudine di imprenditori che guidano le piccole imprese, quelle che in buona sostanza costituiscono la ricchezza del territorio e ne diventano un modello per tanti che vogliono mettersi sulla medesima strada. La definizione di De Rita è arrivata proprio a pochi giorni dall'annuale seminario che Symbola, la fondazione per la qualità italiana, ha tenuto a Bevagna e Montefalco, due piccole località dell'Umbria che, a dispetto delle dimensioni e della collocazione geografica, sono ormai famose nel mondo per la qualità della vita, la passione con cui, in tanti, hanno saputo scoprire e valorizzare in giusta misura ciò che del territorio è caratteristico: il vino, i monumenti, la storia. Qui Symbola ha voluto riflettere sulla "soft economy", l'economia fatta non di grandi e confinati capannoni industriali, di catene di montaggio attorno alle quali si affannano decine di operai, ma un'economia che si affida alla conoscenza, alla creatività, alla qualità, alla innovazione, al territorio. Con tutto il suo carico di storia, di identità, di patrimonio culturale, di enogastronomia, di beni ambientali. Una maniera per parlare di un nuovo modo di fare impresa, in cui la passione torna ad essere prepotentemente un fattore essenziale per battere strade nuove della competizione, sulle quali le piccole imprese riescono a trovare il loro spazio e a consolidarlo "facendo sistema", come si dice, con tutte le altre realtà del territorio in cui vivono. È questa la forza necessaria per cogliere le opportunità di crescita che sembrano attraversare l'economia italiana e a cui il seminario di Symbola ha voluto dare il proprio contributo, facendo conoscere la miriade di esperienze che esistono dalla Sicilia alle Alpi, ciascuna originale e ciascuna irripetibile altrove. È il "capitalismo del territorio in cui le imprese sono ognuna un progetto di vita", come a Bevagna, ha ricordato Aldo Bonomi. Sono le intuizioni di questo o quell'imprenditore che, anziché ripiegarsi su se stesso, cerca sempre un'idea nuova che faccia diventare vincente la propria azienda. "Si può vincere solo se si compete sui valori e non sul prezzo" ha ammonito Federico Vitali, presidente della FAAM e di Confindustria Marche... "La passione è uno straordinario patrimonio intangibile che è in grado di favorire nuovi processi ed effetti moltiplicatori, in una soft economy che ribalta i concetti" gli ha fatto eco Orietta Maria Varnelli delle omonime distillerie di Muccia-Soft economy, quella che vive e si rinnova ogni giorno grazie ai "nani operosi e intelligenti".

Vincenzo Oliveri

skip intro

PAROLE IN GIOCO

Urbino 6 - 7 - 8 ottobre 2006

Urbino, la città marchigiana patrimonio dell'Unesco, inaugura una "tre giorni" per parlare di parole, in cui ci si diverte, s'impara, si riflette e si gioca, appunto con la parola, scritta, parlata, disegnata. Si giocherà nella città e con la città insieme a: Paolo Albani, Andrea Bajani, Stefano Bartezzaghi, Ermanno Cavazzoni, Chiara Lagani, Ivano Marescotti, Armando Massarenti, Davide Paolini, Antonella Sbrilli, Patrizia Valduga, Anna Vicari, Semir Zeki, le compagnie Fanny & Alexander e Rapsodi. E tutti voi.

info: www.paroleingiochi.it

Boxmarche a Luxe Pack 2006

dal 24 al 27 ottobre Grimaldi Forum - Monaco

Luxe Pack, la più importante manifestazione fieristica per il packaging dei prodotti di lusso.

La fiera è da sempre una vetrina delle novità e delle tendenze per il confezionamento di prodotti di alta gamma e da questa edizione vuole anche proporsi come fonte d'ispirazione per i creatori di imballaggi

per profumi, cosmetici, gioielli, orologi, alcolici, vini, champagne e cibi di lusso. Boxmarche, per la prima volta, allestisce uno spazio per mettere in mostra i sentimenti, le passioni, le emozioni con cui fa packaging, mantenendo salde le proprie radici. A Monaco andrà un po' di Corinaldo.

AN ICE A NICE ANICE

tre modi di dire creatività
con un sorso
di co-marketing



Ormai è un appuntamento atteso e consolidato. Un paio di volte all'anno, sempre avvalendosi dell'ormai storica collaborazione con la DMP Comunicazione, il pensatoio Boxmarche si scervella per stupire la community con un regalo, un gadget. In quest'ultima occasione si è voluto realizzare un progetto di co-marketing con l'aziendamica Distilleria Varnelli. Era necessario trovare una confezione accattivante, adatta a contenere il gustoso "Anice Secco Speciale Varnelli". Serviva una confezione altrettanto "Speciale", capace di scaldare gli animi e di rinfrescare l'estate 2006. L'arduo compito è stato risolto "sforando" uno spazzante cubo di ghiaccio. Contrariamente all'effimero ghiaccio, questa confezione contiene in sé le caratteristiche intrinseche del dono, è fatta per durare nel tempo. È fatta per essere esposta, conservata, accantonata e poi riscoperta con un sorriso, magari a distanza di anni. Un cubo di ghiaccio che non si scioglie. Questa è la sua suggestione. L'altra trovata sta nel gioco di parole, la cui chiave di lettura è nella triplice interpretazione del testo ANICECUBE. Tradotto per i non inglesofili: AN-ICE-CUBE (un cubo di ghiaccio), A-NICE-CUBE (un cubo simpatico) e ANICE-CUBE (cubo d'anice). L'aspetto esteriore del prezioso cofanetto è volutamente austero ma, aprendolo, regala colori e vivacità. Al centro giganteggia il mignon incastonato nel ghiaccio. In bella vista ci sono i loghi delle due aziende e le innovative ricette per preparare cocktail dissetanti. In ultimo compare l'augurio: FOR A COOL SUMMER. Stavolta i non inglesofili studino.

Simone Fantoni

"Giocare in cucina"

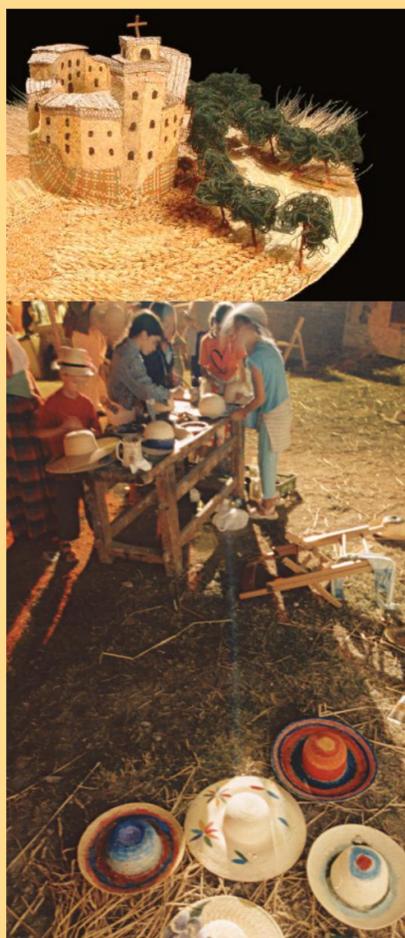
sembra un paradosso ma lo è solo per gli insensibili. Chi vede la cucina come luogo di duro lavoro non potrà mai aspirare ad essere uno chef. Questo è un lavoro che si fa solo se si ama, quindi, cucina uguale amore e chi non sa giocare non sa neanche amare. Una ricetta non va copiata ma sempre interpretata gioiosamente. Importante, in questo caso, è la tecnologia, che da sola non basta, occorrono: l'estro, l'amore e la dedizione di chi elabora il piatto. Una preparazione troppo tecnologica risulta fredda, magari la si ricorda per la sua originalità ma difficilmente diventerà tradizione perché mancherà di calore. Chi regnava in cucina e sicuramente sapeva giocare era la "vergara" delle nostre campagne. Aveva il compito di dosare sapientemente i frutti della terra per ottenere il massimo della salute ed energia di tutta la famiglia. La quantità di cibo veniva somministrata tenendo conto della stagionalità e della mole di lavoro da svolgere; attraverso i suoi piatti sapeva anche stuzzicare l'eros del proprio uomo. Quindi, cucina come comunicazione, non è un fatto mediatico di oggi, ci si potrebbe scrivere un libro. Aggiungo solo che attraverso un piatto si riesce a capire l'umore, l'amore, il rispetto e la gioia della accoglienza o la fatica la precarietà e il disappunto di chi cucina.

Massimo Biagioli

Giocare in cucina

a Montappone Cappelli pazzi per la tradizione

Carissimo amico mio, ti invio questa lettera per raccontarti di una piccola scoperta che ho fatto poco tempo addietro. Il mio viaggio nell'entroterra delle campagne marchigiane ha avuto un esito straordinario: quasi per caso, accompagnato da uno splendido tramonto di luglio, sono arrivato in un piccolo borgo in festa. Montappone, a pochi passi da Ascoli Piceno, il distretto del cappello più importante d'Europa, ha una produzione di cappelli veramente eccezionale, da oltre quarantacinque piccoli laboratori distribuiti in tutta la zona, nasce l'85% dei cappelli d'Italia. La festa, che come ogni anno anima le strade del paese, ricostruisce la lavorazione artigianale del cappello in tutte le sue più svariate forme e colori. Per due sere all'anno a Montappone si può godere della vista di centinaia e centinaia di cappelli di paglia, e sotto ogni cappello una persona, ciascuna con una storia che si intreccia con altre storie come momento di incontro e condivisione. Ciò che veramente colpisce in questo piccolo paese è la gente, laboriosa allegra e generosa: si incontrano donne anziane che portano in piazza il loro sapere manuale dell'antica arte di intrecciare la paglia, con il desiderio e l'orgoglio di trasmetterlo ai giovani e a tutti. Si può anche sbirciare nella bottega di un calzolaio che sta riparando un paio di scarpe, oppure incrociare tra le viuzze il venditore di cappelli ambulante che, tra gente e schiamazzi, urla la sua merce. La piazza è affollata degli odori delle cresce e del pane appena sfornati, da banchi di dolci con la fava, come tradizione. Gira lentamente, senza fretta, un vecchio carro, trainato da buoi con cui i bambini salgono, come con un moderno bus, la salita ombreggiata che porta al borgo vecchio. All'imbrunire, quando le prime luci si accendono per l'arrivo della sera, ci si siede tutti per la cena. I tavoloni, apparecchiati con piatti e bicchieri di coccio, si affacciano su una splendida vallata e tra i sapori della cucina marchigiana tradizionale, ci si allietta con un gruppo di anziani musicisti che girano tra i tavoloni suonando le balate della tradizione contadina. Il sabato, la pro loco di Montappone, prepara una cena



che prende spunto dalle ricette del cuoco Cesare Tirabasso nato proprio a Montappone e divenuto, nei primi del novecento, il cuoco ufficiale del Re d'Italia nei suoi soggiorni nelle Marche. Una cena particolare e suggestiva, come particolare è il vino cotto, un prodotto fatto dai pochissimi contadini della zona che ancora lo producono con amore. Dopo la cena tutti si spostano in piazza per ammirare le eleganti danze sui trampoli della Compagnia dei Folli, uno spettacolo di duelli, fiamme e attori giocolieri eccezionali. Ma la vera sorpresa la si può vedere, l'ultimo giorno di festa, la domenica, quando tutto il paese si illumina sotto uno spettacolo pirotecnico magnifico, a ritmo di musica, che assomiglia ad un enorme cappello di luci e colori che prende forma proprio sopra la piazzetta del vecchio borgo. Da questo intreccio di produzione e tradizione, nasce l'idea del Cappellaio Pazzo, una mostra di cappelli dalle strane forme e colori, creati coi più diversi materiali. La mostra vuole valorizzare non solo l'arte del cappello, ma l'ingegno che nasce da un pizzico di follia. A Montappone sono talmente "pazzi" che per loro, tradizione, valori e creatività sembrano assuefazioni quotidiane senza particolare valore, ma queste, forse, sono le cose che li distinguono e che gli permettono di portare i loro cappelli in tutto il mondo. Ci incontreremo lì il prossimo anno, sotto un bel cappello.

Luca De Minicis