

Valzer

Tratto da "Dizionario fantastico"
Capitani Editore 2000

I lecci seri e imbronciati potrebbero vivere a Natale con piccole scintille luminose grandi come lucciole e in modo che si possa dire che le stesse sono cadute in Piazza Grande. E non quelle palline di plastica colorata che imitano frutti velenosi. Tante cose così. E anche musica, perlomeno la domenica mattina alle undici, e magari tutti i giorni quando la sera è trascinata da scarpe solitarie e la nebbia racchiude nei suoi veli i lampioni, un *valzer* di Faini o di Strauss agli altoparlanti rannicchiati tra gli alberi. Bisogna tornare a essere bambini per governare.

Tonino Guerra*Per gentile concessione dell'autore*

Buona Pasqua.
(Scusate siamo
sempre un po'
più avanti)

Gusto a scatola chiusa

Trattoria MOLO SUD
Viale Tamerici, 15
San Benedetto del Tronto - Ascoli Piceno
Prezzo: noi abbiamo speso 65 euro in 2
Telefono: 0735 587321
Voto: 28/30



Una porta semi aperta lasciava intravedere cuoche vestite di bianco tra i fumi di enormi pentoloni. Rapiti da queste immagini e bagnati dagli spruzzi di un mare in tempesta siamo entrati in questa trattoria di fronte al molo; un piccolo locale dalle ampie vetrate. Ci siamo seduti ad uno dei tavoli tra la gente che arrivava come se fossero gabbiani, in raduno sulla spiaggia, spaventati dalle onde. Alle pareti le foto dei molti personaggi che si sono seduti a questi tavoli affascinati dalla semplice atmosfera e dai sapori di questo locale... su tutte spiccava quella del Maestro Michelangelo Antonioni... intorno quelle di poeti, cantanti, saltimbanchi...

Lasciandoci guidare da un cameriere ciondolante abbiamo gustato il pescato del giorno: le alici marinate, la trippa di rana pescatrice, l'insalata di seppie, le vongole alla tarantina, i superlativi ceci con i gamberetti, il risotto allo scoglio, la frittura mista con le polpette di pesce, la coda di rospo, il tutto bagnato dal vino bianco della casa. Mentre il mare ancora urlava ci siamo goduti un sorbetto osservando gli spruzzi che salivano sugli scogli. All'uscita del locale siamo tornati a guardare il mare, in silenzio tra le grida dei gabbiani.

Gabriele Micozzi

Un'idea del bello il Bello ci fa vivere, il brutto ci uccide

Una raffinata mostra romana di un paio di anni fa portava come titolo "Un'idea del bello" e prendeva spunto dagli scritti di un raffinato collezionista e letterato romano del Seicento, Giovanni Pietro Bellori, bibliotecario della regina Cristina di Svezia. In quel tempo dagli orti, dai giardini della Roma seicentesca, dagli antichi Fori abbandonati affioravano quasi quotidianamente sculture antiche, oggi una Venere, domani un fauno.

Di fronte a quei tesori d'arte andava trasformandosi il concetto di Bellezza fino a quel momento diffuso e bello appariva quanto si ricollegava all'estetica greco-romana, dando così origine a quel classicismo che da allora, salvo brevi parentesi stilistiche, non ha mai abbandonato del tutto l'arte italiana che, fino agli anni Trenta del Novecento ha continuato a confrontarsi con quegli insuperati modelli. Dalle testimonianze del letterato del Seicento, traspare la viva commozione di fronte al rivelarsi di una bellezza sempiterna, spiegandoci, meglio di lunghe digressioni filosofiche, la funzione del Bello nella vita dell'uomo. Che è appunto una funzione vivificatrice. In altre parole: il Bello ci fa vivere, il brutto ci uccide. Senza timore di essere tacciati di estetismo ci sentiamo di poter affermare che ciò che è bello è anche buono e ciò che è brutto è anche cattivo. Un paesaggio intatto, un giardino rigoglioso, un borgo medioevale, un'architettura novecentesca rigorosa appaiono i nostri sensi e rendono felici, disposti al bene. Un paesaggio deturpato, un giardino distrutto, un assalto di squallida edilizia speculativa producono infelicità e cattiveria. Non a caso le più brutte e degradate periferie urbane sono anche

luogo di malessere sociale e teatro di continue violenze. Il Bello non è perciò un concetto astratto, il Bello è l'aria che respiriamo, è la luce che illumina i nostri giorni, è l'essenza stessa della nostra vita. Certo, il bello è spesso impalpabile e sfuggente, di fronte a anti-valori "pesanti" come ricchezza e successo. "Ombra di un fiore è la beltà - scriveva Giosuè Carducci in "La chiesa da Polenta" - su cui bianca farfalla poesia volteggia". Ma che la ricchezza economica sia un bene oltremodo contingente è cosa troppo nota perché la si debba esaminare anche in questa sede. Oggi che l'ansia di un progresso economico "a qualunque prezzo" distrugge quotidianamente il bello intorno a noi, giova ricordare anche che bellezza e ricchezza non sono sempre concetti antinomici. Tutt'altro. Basta non confondere la spinta economica con l'avidità, l'arricchimento con la speculazione. L'Italia possiede la quota maggiore di giacimenti culturali del mondo, possiede la più alta concentrazione di luoghi archeologici, il più alto numero di borghi medioevali e rinascimentali, possiede uno dei più bei paesaggi del mondo.

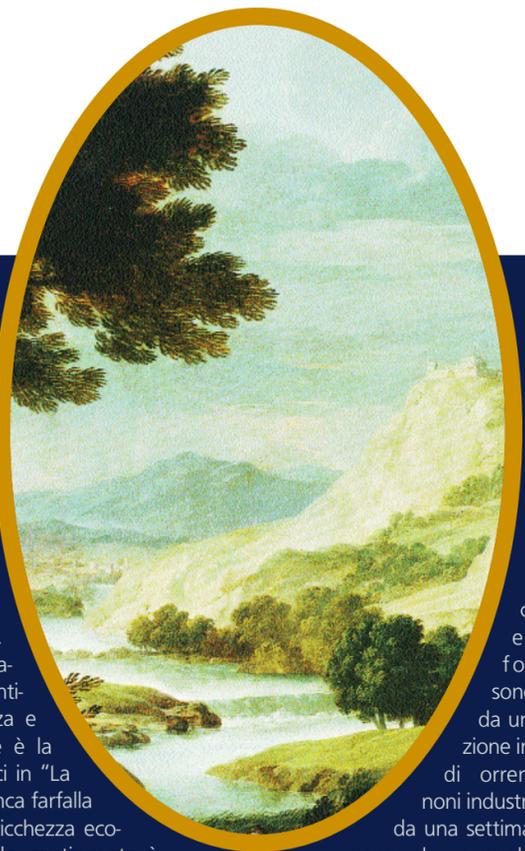
Mi correggo: possedeva. È sul paesaggio che si sono compiuti e si stanno compiendo senza sosta i crimini più vergognosi.

Lo denuncia un recentissimo libro di Vittorio Sgarbi ("Un paese sfigurato. Viaggio attraverso gli scempi d'Italia") che elenca i casi più clamorosi.

Nelle Marche, e non solo nelle Marche, la campagna e le strade di fondovalle sono deturpate da una proliferazione incontrollata di orrendi capannoni industriali, tirati su da una settimana all'altra senza alcuna regola edilizia.

Lo denuncia un altro libro di un simpatico architetto-giardinista, Paolo Pejrone ("Il vero giardiniere non si arrende"): "L'Italia sta diventando un posto pieno di 'scatoloni', appoggiati, conficcati e dispersi: in questo offensivo e stupidissimo modo abbiamo rovinato il nostro affascinante, elaborato e antico paesaggio agricolo... Ma soprattutto intorno a questi capannoni non viene mai piantato un albero". Sarebbe semplice, coprire con cortine arboree (le essenze possono essere ottenute a costo zero dalle Forestali) questi impianti. Le strade di fondovalle potrebbero ridiventare così viali alberati. E una goccia di quella bellezza che ogni giorno si va allontanando dalla nostra vita potrebbe essere salvata. Vale la pena rifletterci in questi giorni che precedono l'arrivo di un nuovo anno.

Domizia Carafoli



non c'è tempo per perdere tempo

RICICLOAPERTO 2003

Forum su il ciclo di vita degli imballaggi

Boxmarche Aziendaperta

per gli studenti delle scuole



Tempi di riflessione per i ragazzi di alcune classi delle scuole medie di Corinaldo inviati, come interlocutori privilegiati, nella sala consiliare del Comune, a metà novembre. Il tema, fatto proprio con interventi mirati, certamente molto avvertito dai ragazzi che hanno messo in rilievo, con l'entusiasmo e la sensibilità che è propria dei giovani, come suggerisce l'impegno didattico, nei suoi risvolti sociali ed economici. L'incontro, aperto dal saluto del sindaco della città, Livio Scatolini, ha avuto l'originale articolazione di confronto tra relatori e pubblico, composto, oltre che dagli studenti, da amministratori dei comuni limitrofi, da esperti nel settore del riciclaggio e da dirigenti di strutture pubbliche che realizzano soluzioni avanzate sul destino dei rifiuti, (v. Ancona Ambiente). La gran quantità di rifiuti limitata ai soli imballaggi che la società consumistica produce è enorme. Occorre quindi superare il concetto di uno smaltimento a beneficio dell'ambiente ma rendere il recupero elemento di riconversione e quindi di profitto. Il responsabile dello stabilimento Boxmarche, Andrea Pierpaoli, ha tracciato, con il supporto di immagini e grafici, il percorso di vita degli imballaggi. Il messaggio è stato colto dai presenti per la chiarezza dell'espressione ma anche per i contenuti nuovi e proiettati lontano, come il concetto della "responsabilità sociale dell'impresa". Che vuol dire pensare alla salvaguardia dell'ambiente in un delimitato territorio dove occorre cercare affinità operative



per raggiungere lo scopo in programma. Il ruolo della comunicazione dell'impresa e delle sue progettualità da portare avanti è una condizione non rinviabile perché "non c'è tempo per perdere tempo".

Davide Perini, responsabile tecnico Boxmarche, anche attraverso la proiezione del sussidio visivo, ha saputo trattare il problema dell'imballaggio con chiarezza e piacevole esposizione che, vista l'aridità della materia, non è poco. È che ci siamo sentiti coinvolti, parte di un processo che va ad interferire nella vita di tutti i giorni. Anche perché un imballaggio che protegge ormai ogni prodotto non deve essere condannato alla dispersione ma deve essere recuperato e riciclato diventando opportunità positiva a beneficio dell'economia e dell'ambiente. Basti pensare al risparmio del patrimonio arboreo, ettari e ettari di bosco. A Perini, che ha raccontato come coniugare la funzione dell'imballaggio con l'impatto ambientale, ha risposto Ulisse Pedretti, responsabile Tutela imballaggi Coop. Italia, che ha inquadrato le varie sfaccettature del problema nell'ottica del grande circuito distributivo di ragguardevoli dimensioni che protegge quanto distribuisce con imballaggi *ad hoc*. Che vanno in qualche modo alienati, possibilmente con una dosata raccolta da avviare al riciclaggio. La realtà locale è stata illustrata dal responsabile tecnico ASA do Corinaldo Lorenzo Magi Galluzzi. La cittadina ha da tempo attivato la differenziazione della raccolta consentendo alla comunità di dar forti segnali di emancipazione ambientale con un invito di buona presa che è quasi uno slogan: Corinaldo, riciclare per non inquinare. Una buona indicazione per i ragazzi delle scuole e un forte stimolo a portare avanti il progetto di educazione ambientale che stanno promuovendo in collaborazione con le famiglie.

Terenzio Montesi



Un filo diretto con il consumatore



Intervista a Roberta Fileni

"Sono cresciuta a pane e azienda" ci dice Roberta Fileni, che da qualche tempo ha affiancato il padre Giovanni nella conduzione di una delle aziende leader nel settore delle carni fresche, "e non ho mai pensato di fare altro, questa è la mia passione." Ed è davvero la passione che si percepisce mentre Roberta ci racconta di come è nata l'azienda di famiglia e di come riesca a stare al passo in un mercato in continua evoluzione. Un'azienda che da 30 anni persegue una politica di qualità dei prodotti e attenzione ai bisogni dei consumatori, crescendo con il crescere della domanda e innovando sempre. "All'inizio era semplice capire quello di cui i nostri clienti avevano bisogno", continua Roberta Fileni, "avevamo un filo diretto con il consumatore, vendevamo attraverso negozi di proprietà e il contatto era quotidiano. Già da allora però abbiamo sempre cercato di capire i desideri inespressi, di anticipare l'evoluzione dei bisogni. Un esempio? Abbiamo cominciato a preparare cibi più elaborati, venendo incontro alle donne che iniziavano a lavorare e avevano meno tempo per stare in cucina. Anche quando siamo cresciuti però, abbandonando necessariamente il contatto diretto con il pubblico nei negozi e orientandoci sulla fornitura dei prodotti alla grande distribuzione, non abbiamo mai perso di vista il consumatore finale. Gli stili di vita cambiavano rapidamente ed era necessario non solo adeguarsi, ma riuscire a prevedere l'evoluzione dei bisogni". Ma serve davvero la boccia di cristallo per prevedere il futuro? "Le certezze non esistono, ma ci sono tanti strumenti che noi utilizziamo costantemente e sui quali investiamo per cercare di conoscere il polso del mercato: facciamo ricerche di mercato, intervistiamo i punti vendita, realizziamo panel test sui prodotti e di conseguenza facciamo un'attività di ricerca estremamente sofisticata". La mission aziendale è proprio quella: perseguire la qualità fornendo un prodotto altamente innovativo e ad alto contenuto di servizio. Sembra difficile a primo acchito capire che cosa significhi servizio relativamente ad un prodotto alimentare, ma Roberta Fileni, pazientemente, ce lo spiega: "Significa che il prodotto è utile per la consumatrice, significa dare una porzionatura adeguata, fornire chiare informazioni nutrizionali, specificare correttamente le garanzie per il mantenimento dei cibi, la tracciabilità del prodotto attraverso un numero verde che può collegare il prodotto all'azienda avicola di provenienza e quant'altro possa essere utile per far sentire al consumatore che si può fidare di noi". E a proposito di fiducia, soprattutto nel settore alimentare è un elemento di grande rilevanza: di fronte ad un consumatore sempre più attento, Fileni ha investito tanto anche in termini di certificazione di qualità, essendo stata una delle prime aziende italiane del settore ad ottenere la certificazione su tutta la filiera produttiva, dal pulcino al prodotto finale. E questa ha anche consentito all'azienda di essere il fornitore principale di grosse realtà come Coop Conad, Findus, Plasmon che di Fileni apprezzano la assoluta trasparenza e la voglia di lavorare insieme, instaurando un rapporto di partnership e di collaborazione. Ecco anche perché è stato proprio sotto la spinta di Plasmon che Fileni ha deciso di entrare nel settore del biologico: dapprima per Plasmon, appunto, con una linea di prodotti in esclusiva, e poi con il consorzio Almaverde che riunisce otto aziende alimentari, ognuno specializzata in un settore. Ma questo consumatore è davvero così attento come sembra o acquista anche d'impulso? "Relativamente ai prodotti tradizionali è abbastanza attento, parte da casa con le idee chiare e sceglie in base a diversi fattori, razionalmente. Per quanto riguarda invece i prodotti elaborati, l'acquisto è effettivamente spesso d'impulso. Ecco perché la presentazione estetica e il packaging sono fondamentali: bisogna studiare immagini accattivanti, fotografie del prodotto cotto, ricette, e non ultima la disposizione del prodotto all'interno delle vaschette per orientare la scelta del consumatore sul nostro prodotto rispetto agli altri. Bisogna differenziarsi insomma, e Fileni ha dimostrato di saperlo fare: attraverso l'innovazione, la trasparenza, l'attenzione a tutti gli aspetti del prodotto e soprattutto la voglia di mettersi in gioco, sempre e con passione.

Giovanna Gallo



De Guluppa

Titolo alla latina, ciceroniano. Guluppa, termine ignorato dal paludato lessico della lingua pura. È un termine vernacolare contadinesco della fascia marchigiana, e non di tutta. Ne vorrei dissertare (sic) per un lampo di pagina. Per due ragioni. La prima: in una veloce passata su un vocabolario anconetano-italiano, pubblicato da Luigi Spotti a Ginevra nel 1929 ho trovato la "strana" parola con una indicazione inequivocabilmente nostrana, senigalliese, (sen), "gluppa", una insignificante contrazione di guluppa. L'altro motivo, e un po' mi intriga, è che per guluppa si intende imballo, involto, involucro, da avvolgere o, meglio, da avviluppare. Nella parlata senigalliese e, per tutta la stecca del Nevola, gluppa. L'antifona è chiara e sonora. La guluppa è un contenitore polifunzionale, cioè modellabile alla forma del contenuto, (ne prendano nota gli addetti ai progetti), è di stoffa robusta; un sorta di fazzolettone, di colore blu o turchino. Con linee sottili rosse o bianche, ma anche biancorosse per spezzare il monocolor e illeggiadire, con il disegno a scacchi, il gran quadrato. Era, ed è, o potrebbe essere, il fazzoletto della spesa, riciclabile con una energica lavata alla fonte di tutti e passato indenne da madre in figlia. Parte del patrimonio, da custodire nella cassa di legno dei tessuti, e, spiegato, alla bisogna per gli usi più svariati. Ho rivisto il fazzoletto della guluppa di recente, alla Mostra Mercato del tartufo di S. Angelo in Vado, area metaurensis; conteneva, in gran figura, il preziosissimo Tuber Magnatum Pico, il tartufo bianco di novembre, (3-4 mila euro al Kg.) Una volta invece, la guluppa classica, rintracciata nelle pagine della letteratura popolare, era quella che conteneva le povere cose che il premuroso innamorato portava alla promessa in prossimità delle feste ricordatevoli, specie a Natale. Il fazzolettone, di rigatino pesante, in cotone o misto lino o canapa, spesso tessuto in casa ma anche comprato alla Fiera di Senigallia, riempito con quello che "ammanniva" la "vergara", con qualche preziosità aggiunta furtivamente dallo spasimante. Presi i quattro angoli, che venivano intrecciati al centro e legati a nodo, il fazzoletto diventava contenitore, ad assetto variabile, in obbedienza a quello che c'era dentro. Riciclabilissimo. Cosa c'era dentro la "guluppa" d'amore? Di solito le cose buone che offriva la casa. Per gli extra, o le stravaganze, quello visto alla Fiera e comperato mesi prima. L'immagine che dà sostanza al gesto del dono è quella che ha descritto Giacomo Leopardi nelle "Ricordanze", "... van gli amanti recando alle fanciulle..."



Se quello di lui era un buon partito nella guluppa ci poteva star bene anche una fila di corallo con le piastrine d'argento o una spillina di perle o l'anellino. Ma per questi regali vertiginosi bisognava essere proprio seriamente impegnati e quindi nozze in vista, perché un dono di tale portata sanciva l'ufficialità della promessa. Normalmente il dono, sempre pegno d'amore, era molto più semplice. Nella guluppa ci si poteva trovare fichi secchi. (non adatti per le nozze), ma anche lonzini di fichi macinati e insaporiti con noci e mistrà e amalgamati con la "sapa" e poi legati con una protezione di foglie di fico. Di buon augurio erano i confettini con un'anima di cannella e l'uva passa, le castagne per sostenere le chiacchiere sull'arola, ma anche mandarini e arance, i lupini a S. Giuseppe, le uova dipinte a Pasqua, la pizza al formaggio. Nel periodo estivo molto gradito e utile il cappello di paglia di Montappò, a larghe falde, ingentilito da nastri colorati e profumato con i rami di spigghetta. Nella guluppa poteva capitare anche una boccettina di acqua di colonia e un pettine. Ma in genere si portava il regalo seguendo i prodotti stagionali che, nell'autarchia rurale, la vergara metteva da parte per la bella figura del figlio. Ma non c'era molto da "scialare". Ritornando al "packaging" pardon al fazzoletto, è bene rendere giustizia al contadino, laborioso e paziente, secondo una stereotipata cartolina, che piantava e curava lino e canapa, (la donna era attenta al telaio), tanto da realizzare l'autonomia della impresa familiare, specie dopo il cataclisma napoleonico che aveva portato miseria e malattie. Ma la fame era una costante anche dopo la "restaurazione" se è vero che si è mangiato pane di ghiande fino ai primi anni del '900. C'erano almeno tre tipi di fazzoletto, importanti dettagli dell'abbigliamento e non solo: fazzoletto da testa, da spalla, da spesa. Il colore blu, riquadrato, era d'obbligo perché "...il rosso col turchino fa la figura del contadino...", quasi un'uniforme, perché la gente di campagna doveva essere riconosciuta a vista. Ma guarda un po'! Modificazioni della guluppa. I pastori e i frati da cerca avevano il modello a due posti, detto a bisaccia. Bis, a due sacche. Portato ad armacollo tanto da avere libere le mani, per recitare il rosario o per reggersi ad un bastone o menare sul groppone lanoso degli ovini riottosi e indisciplinati. Per la guluppa e la bisaccia, il packaging è una... parolaccia. Ma solo per loro!

Terenzio Montesi

Next

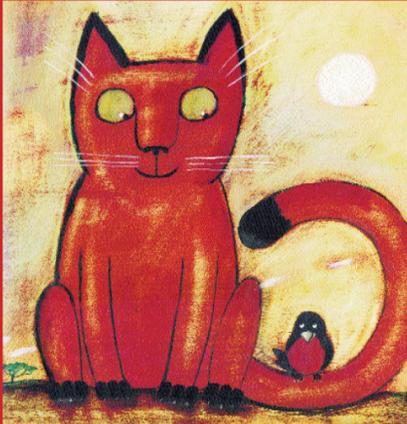
idee & packaging

Per suggerimenti, idee, interventi scrivere a: d.perini@boxmarche.it

skipintro

Illustrati ad arte

Arte per bambini nei libri illustrati



SENIGALLIA, Palazzo Ducale
Fino al 4 gennaio 2004

Orari di apertura: 9.00 - 12.00 e 14.00 - 18.30
Chiuso il 25 ed il 26 dicembre

La mostra Illustrati ad arte presenta oltre cento illustrazioni originali pubblicate in questi anni da Bohem press. Si tratta di una pregiata e multiforme rassegna di linguaggi artistici sviluppati da illustratori di fama internazionale e destinati ai bambini ed agli estimatori del libro illustrato di qualità. Le opere di questo straordinario ventaglio di artisti, più volte premiati dalla critica con riconoscimenti importanti, vi condurranno alla scoperta di meravigliose immagini 'dedicate ai bambini' solo per definizione. Anche i 'grandi' infatti, sapranno di certo apprezzare la bellezza di queste illustrazioni che narrano racconti moderni o fiabe tradizionali con una straordinaria ricchezza, che tocca e affina la sensibilità dei bambini, amplifica la loro fantasia, stimola e accresce la loro creatività. La mostra vuol essere un'occasione speciale per avvicinare i bambini al mondo dell'arte. Sono in programma visite guidate per le scuole ed i laboratori della domenica pomeriggio per le famiglie, inoltre una mostra nella mostra per esporre i lavori che i bambini realizzeranno nel corso dei laboratori. Vi aspettiamo tutti, con un bel sorriso.



Pecorelle

Quando si avvicina il Natale, a casa nostra, come in tante famiglie corinaldesi, si fanno le "pecorelle", dolce tipico del nostro paese che si tramanda dalle nonne alle mamme e alle figlie. Per noi è un modo per ricordare la nostra infanzia, quando a casa nostra ci si preparava per realizzare questa ricetta... e allora il mio ricordo va all'odore del mosto che bolle sulla stufa a legna, le bucce di arancia e limone da spezzettare, il ripieno da preparare. La sera poi, in compagnia delle vicine, si procedeva alla confezione dei dolcetti: le pecorelle venivano allineate sulle lastre che poi il mattino dopo avremmo portato a cuocere dal fornaio. Che gusto rubare una pecorella appena cotta quando si andavano a ritirare le teglie...

Dolce da forno tipico corinaldese in uso nel periodo natalizio farcito con un impasto a base di mosto cotto.

Ingredienti

Ripieno:
Mosto cotto, noci tritate, bucce di arancia e limone tritate, zucchero, cannella e pane grattugiato per addensare l'impasto.

Sfoggia (sottile):
Farina, zucchero, vino bianco tiepido e olio di oliva.

Si preparano piccoli rotoli di impasto che poi vengono avvolti nella sfoggia, dando la forma di mezzaluna, a ricordare una pecorella acciambellata nell'ovile...

Buon Appetito!

Un vino per le... "pecorelle"

Ad un dolce così caratteristico con note piuttosto pronunciate di agrumi oltre a cannella e mosto cotto abbiniamo il "Tordiruta 2000 Verdicchio Passito" dell'azienda Moncaro Terre Cortesi ottenuto da uve verdicchio raccolte tardivamente, successivamente appassite e affinate in barrique. Il vino si presenta con una brillante lucentezza, all'olfatto con grandi note di buccia d'arancia candita, albicocca e miele. In bocca è denso, sontuoso, suadente, morbido e molto persistente. Ottimo vino anche da meditazione. Con questo "Tordiruta Verdicchio dei Castelli di Jesi DOC Passito 2000" l'azienda Moncaro si è aggiudicato, nel "Wine challenge" di Londra dello scorso 4 settembre 2003, il Trophy come miglior vino della categoria "Late harvest wines". Un grande riconoscimento essendo questo un vero e proprio campionato mondiale dei vini, con oltre 10.000 aziende partecipanti provenienti da tutto il mondo e che ha visto vincenti, negli anni passati, illustri predecessori marchigiani come il "Pelago" di Umani Ronchi ed il "Conrada Balciana" di Saltarelli.

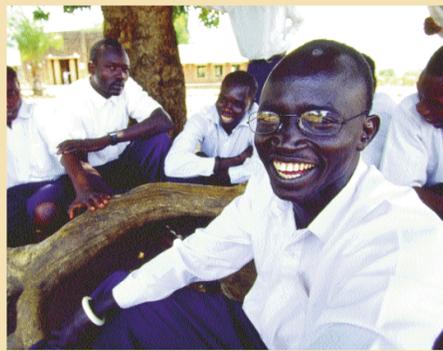
Luigino Bruni Sommelier

La Sanità in Sudan: un disastro cronico



Amref in Sud Sudan: la scuola di Maridi

Dieci ospedali, dei quali solo sei regolarmente in funzione, e dieci dottori locali, in parte impegnati all'estero in attività di coordinamento degli aiuti, per circa sei milioni di abitanti. Sembra una battuta, invece è la realtà del Sud Sudan, un universo parallelo così vicino e così assurdamente lontano dal nostro nel quale una banale dissenteria può portare alla morte, la malattia del sonno uccide migliaia di persone, e la poliomelite si incontra ancora per strada. All'origine di questa vera e propria "disastro cronico" c'è la guerra che sembra non tramontare mai tra il Nord islamico e il Sud cristiano e animista. Il primo conflitto, cominciato poco dopo l'Indipendenza, è durato fino alla fragile pace del 1973. La seconda guerra civile scoppiò nel 1983, con il tentativo del governo di Khartoum di imporre la legge islamica a tutto il paese, e proseguì ancora oggi con costi umani altissimi: due milioni di morti, quattro milioni di profughi interni, e altre due milioni di persone ormai dipendenti dall'intervento umanitario in una regione potenzialmente ricca dal punto di vista agricolo. Mentre nelle regioni del Nord la vita e le attività principali proseguono normalmente (l'università di Khartoum vede laurearsi ogni anno migliaia di studenti), il Sud è un campo di battaglia. La guerra e la totale assenza di investimenti hanno annientato il tessuto sociale e fatto terra bruciata del sistema sanitario. Il personale medico è ridotto ai minimi termini: molti sono dovuti fuggire e si trovano in esilio all'estero, altri sono caduti sotto le bombe. I centri sanitari e le poche strutture ospedaliere sono cadenti, senza strumenti e senza medicine. Dal 1998, con l'avviamento della Scuola di Formazione per Clinical Officers di Maridi, AMREF Italia sta giocando un ruolo chiave nella costruzione di un sistema sanitario nel Sud Sudan per le prossime generazioni. Soltanto dal cuore della popolazione civile, infatti, attraverso cioè la formazione di personale sanitario locale, potrà svilupparsi un'autentica assistenza sanitaria per i 6 milioni di sudsudanesi da vent'anni ormai abbandonati al loro destino, tra violenza, fame e malattie. La salute della popolazione civile è la prima vittima delle guerre africane. In Sud Sudan l'assi-



stenza sanitaria è un'idea astratta, di cui i giovani, nati in guerra, sotto le bombe di Karthoum, non conoscono il significato. Oggi che gli accordi di pace lasciano intravedere una speranza concreta di por fine alla guerra civile, lavorare per la pace significa lavorare per la ricostruzione: in Sud Sudan manca ormai tutto, ogni traccia di servizi, di infrastrutture, di civiltà è stata cancellata. La ricostruzione avrà successo solo se partirà dall'interno, dalle comunità rurali, dagli abitanti delle città violentate dalla bombe, e non consisterà solo in una serie di aiuti stranieri calati dall'alto, dalla mano umanitaria dell'occidente che, con l'altra mano, ha avuto gravi responsabilità nel protrarsi di questa guerra silenziosa ma devastante. È con questa consapevolezza che AMREF ha deciso di intervenire direttamente in territorio sudanese, anche al prezzo di accettare come controparte locale l'autorità dei ribelli del SPLA, che controllano gran parte del Sud. La scuola AMREF di Maridi forma Clinical Officers, figure superiori cioè all'infermiere specializzato, in grado di diagnosticare e curare le principali malattie, effettuare interventi chirurgici di base (cesarei, appendiciti, ernie, ecc...), dirigere piccole strutture sanitarie rurali, educare la popolazione sulle principali norme igieniche per la prevenzione delle malattie più diffuse. La durata del corso per il conseguimento del diploma di Clinical Officer è di 27 mesi. La scuola accoglie oggi 91 studenti, ai quali offre vitto, alloggio e materiale didattico, ma soprattutto una possibilità di inserimento professionale nel sistema sanitario nascente. Il primo anno di corso prevede 3 mesi di Foundation Course (matematica, biologia e inglese) e 9 mesi per diplomarsi Primary Health Care Unit Supervisor (management di strutture sanitarie rurali, preparazione in termini di educazione sanitaria primaria, informazioni di base sul pronto soccorso, nutrizione). Gli studenti devono sostenere un esame finale per ottenere il certificato. I promossi all'anno successivo vengono inviati a praticare quello che hanno appena appreso presso le loro comunità di appartenenza per un periodo di 3 mesi. Il secondo anno di studi porta al diploma di Clinical Officer e prevede 6 mesi di tirocinio presso ospedali vicini, quello principale di Yei, a 118 miglia di distanza e quello missionario (Kuluva Hospital) di Arua, in Uganda.

Giulio Cederna

Boxmarche per AMREF Italia

Serata a favore del progetto di formazione di personale medico in Sud Sudan

13 dicembre 2003 Serra De' Conti

Concerto di Natale della Banda Cittadina di Corinaldo

26 dicembre 2003

Corinaldo

Chiesa di San Francesco ore 17.00



Il fascino dell'intangibile

Stiamo entrando in una fase di sviluppo più complessa ed esigente; sono più esigenti i consumatori, sempre più sofisticati e smaliziati; sono più esigenti i "portatori di interesse" che ci chiedono sempre di assumere più responsabilità nei confronti della collettività. Stanno dunque cambiando i bisogni dell'uomo; sembra superata la fase del soddisfacimento dei bisogni primari legati al possesso di beni materiali più o meno durevoli. Avanza l'idea della qualità della vita fondata su principi e valori legati all'immateriale, al soddisfacimento di bisogni intangibili. La bellezza, l'immagine, la spiritualità, la passione, il "cuore", il sentimento, l'emozione, il sogno non sono forse i "segni" preponderanti della nostra esistenza? Quando diciamo: sto bene, sono soddisfatto, lo diciamo perché stiamo bene solo fisicamente o forse perché ci sentiamo anche appagati nello spirito, nella coscienza, nel nostro essere interiore. Quante volte, entrando in relazione con una persona che non si conosce, si prova subito interesse o delusione senza considerare gli aspetti tangibili, ma semplicemente prestando attenzione ai segnali deboli, nascosti, immateriali, quali la simpatia, l'espressione, l'immagine, l'intelligenza, la bellezza, lo sguardo; guardiamo quello che c'è dietro o dentro, non quello che appare ma quello che potrebbe essere. Quando si osserva un quadro o un'opera d'arte, ognuno prova sensazioni ed emozioni diverse, ognuno si sente appagato o meno perché prende in considerazione non i fattori materiali dell'oggetto, ma i fattori intangibili che colpiscono il proprio cuore, lo spirito, il proprio stato d'animo. "Non è bello quello che è bello, ma è bello quello che piace"; il piacere è personale appagamento, irrazionale, di un bisogno che non sempre ha riscontro con la materialità ma soddisfa lo spirito. L'acquisto, che dicono sia sempre più d'impulso, non è il soddisfacimento di un bisogno di possedere solo l'oggetto materiale, ma anche un contenuto immateriale, qual è il servizio, il marchio, la qualità percepita, le emozioni che ci sono dietro al bene stesso. Anche l'ambiente in cui viviamo è fatto di intangibilità; entriamo in un negozio, in un ufficio, in una casa, in un ristorante, possiamo sentirci a nostro agio oppure no, molto dipende dalle sensazioni che si provano, dalle emozioni che il luogo riesce a trasmettere dal calore umano che la gente ed il luogo riescono a trasmettere. Il valore reale di un bene o di un servizio va ben oltre al mero valore di produzione o della materia prima impiegata, perché è arricchito di fattori intangibili che colpiscono i nostri bisogni latenti e conseguentemente percepiamo e riconosciamo più valore. Siamo stanchi della standardizzazione e della normalizzazione che appiattiscono i gusti e non danno emozioni, lavoriamo per la cura dei particolari; impariamo ad apprezzare cose uniche, riscopriamo le tradizioni e la cultura del bello che va al cuore ed appagano lo spirito. Impariamo a sognare ed immaginare un futuro ed un mondo migliore, forse riusciremo anche a cambiare e superare i tristi momenti contingenti. Facciamo trionfare il bene ed il bello.

Buon Natale.

Tonino Dominici

