

SPAGHETTIMAG. NUMERO #02
GIUGNO 2015

UPSIDE DOWN
— *italian-arabian* —



**SPAGHETTI
MAG.**

**SPAGHETTI
MAG.**

SPAGHETTIMAG.

Fashion Webmagazine
Special paper edition #02
italian / arabian

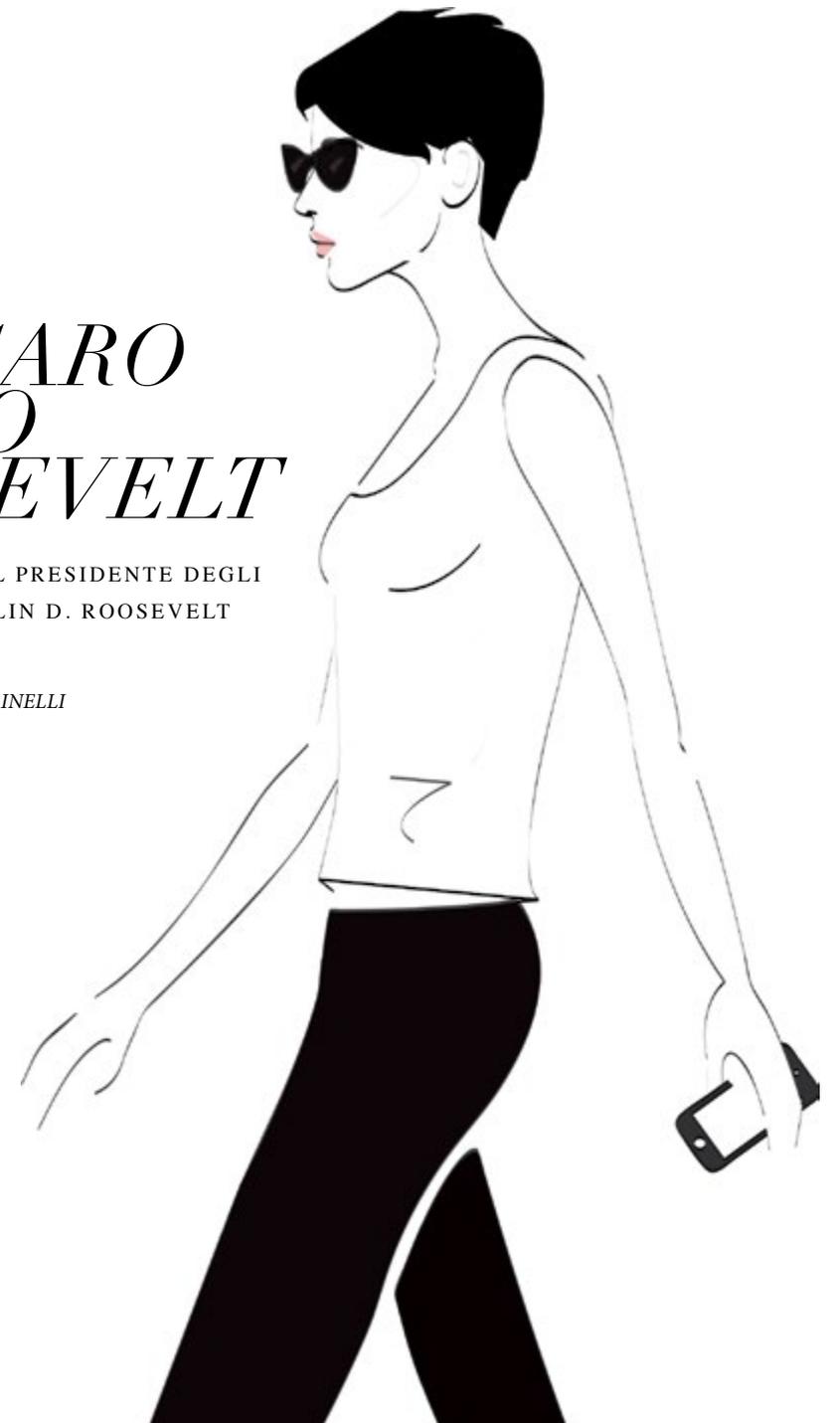
Follow us on:
www.spaghettimag.it

*MIO CARO
AMICO
ROOSEVELT*

DI FIDEL CASTRO AL PRESIDENTE DEGLI
STATI UNITI FRANKLIN D. ROOSEVELT

6 novembre 1940

fonte: L'arte delle lettere FELTRINELLI



Santiago de Cuba

6 nov. 1940
Mr Franklin Roosevelt,
Presidente degli Stati Uniti.

Mio caro amico Roosevelt, non parlo bene l'inglese, solo quanto basta per scriverle.

Mi piace ascoltare la radio e sono molto contento perché grazie ad essa ho sentito che sarà presidente per un nuovo (periodo).

Ho dodici anni. Sono un ragazzino ma penso molto, ma non penso che sto scrivendo al Presidente degli Stati Uniti.

Se vuole, mi mandi una di quelle banconote verdi da dieci dollari americani, perché non ho mai visto una banconota da dieci dollari e mi piacerebbe averne una.

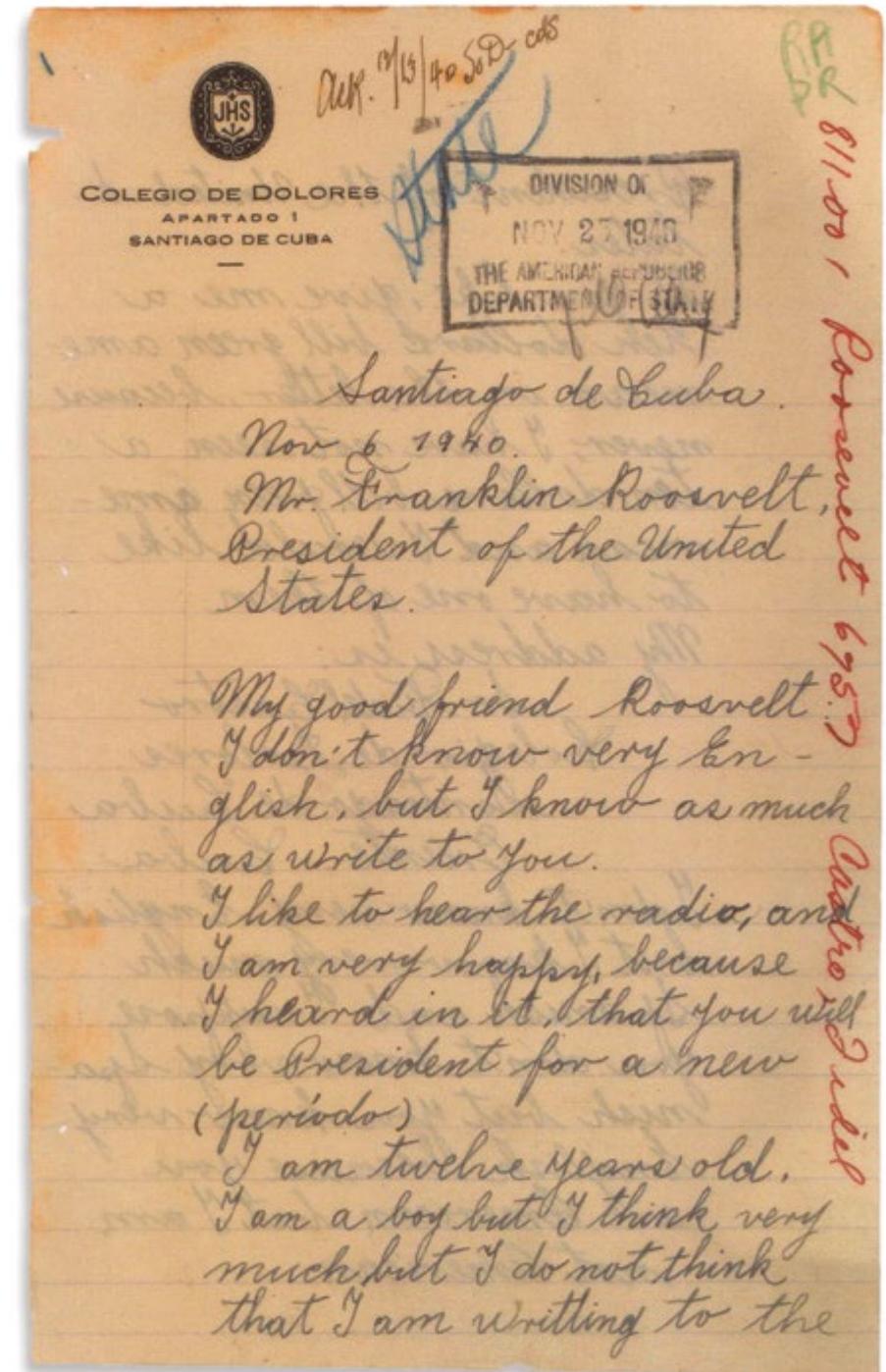
Il mio indirizzo è:

Signor Fidel Castro
Colegio de Dolores
Santiago de Cuba
Cuba Orientale

Non parlo bene l'inglese ma parlo benissimo lo spagnolo e immagino che lei non parli bene lo spagnolo ma parli bene l'inglese perché è americano, e io non sono americano.

(Grazie mille)
Arrivederci. Il suo amico,
(Firma)
Fidel Castro

Se le serve del ferro per costruire le sue ~~nevi~~ navi, le mostrerò le più grandi (miniere) di ferro del mio paese. Si trovano a Mayari, Cuba Orientale.



President of the United States.
 If you like, give me a ten dollar bill green american, in the letter, because never, I have not seen a ten dollar bill green american and I would like to have one of them.
 My address is:
 Sr. Fidel Castro
 Colegio de Dolores.
 Santiago de Cuba
 Oriente. Cuba.
 I don't know very English but I know very much Spanish and I suppose you don't know very Spanish but you know very English because you are American but I am not American.

Thank you very much)
 Good by. Your friend,
 Fidel Castro
 If you want iron to make your ships I will show to you the biggest (minas) of iron of the land. They are in Mayari. Oriente Cuba.

ACCADDE

GIUGNO

Sourou Medranou

Giugno, chiamato anche Mese del Sole, è il sesto mese secondo il calendario gregoriano ed è uno dei quattro mesi che contano 30 giorni.

In astrologia, giugno, inizia quando il Sole si trova nel segno dei Gemelli e termina quando il Sole si trova sotto il segno del Cancro.

In astronomia, invece, inizia quando il Sole si trova sotto il segno del Toro e termina quando il Sole si trova sotto il segno dei Gemelli. Prende il suo nome da Giunone, moglie di Giove e Dea del matrimonio e del parto.

Curiosi, vivaci, allegri e frizzanti sono i nati a giugno. Sono persone solari, ottimiste e sempre col sorriso sulle labbra anche nei momenti più difficili. Possono sembrare, al contrario di ciò che sono veramente, persone superficiali e disinteressate. Sono dei veri eremiti, amano isolarsi dal mondo esterno e ciò le rende anche un po' "menefreghisti"; nonostante siano delle persone veramente generose, si interessano poco ai problemi altrui.

- **1084 a.c** - Scoppia la guerra di Troia: secondo la leggenda il conflitto ebbe inizio quando Elena, regina di Sparta, venne rapita da Paride, principe di Troia. Menelao, marito di Elena, insieme al fratello Agamennone, re di Micene, dichiarò guerra a Troia. Guerra che durò ben 10 anni.
- **1875** - Appare per la prima volta il telefono, inventato da Alexander Graham Bell.
- **1885** - La Statua della Libertà arriva a New York. È un dono della Francia in occasione del primo centenario dell'indipendenza americana dagli inglesi. Lo scheletro metallico è di Gustave Eiffel, l'autore dell'omonima torre, mentre la parte scultorea è opera di Frederic Auguste Bartholdi.
- **1926** - Nasce a Los Angeles Norma Jean Baker, universalmente nota come Marilyn Monroe, star del cinema americano e icona sexy. Donna

fragile dall'infanzia infelice viene travolta dal successo e la sua vita culmina nel 1962 in una morte prematura.

- **1937** - Nasce Morgan Freeman I, attore statunitense.
- **1938** - Per la prima volta esce il fumetto "Superman".
- **1952** - A soli 25 anni sale Elisabetta II sul trono d'Inghilterra.
- **2008** - Muore Yves Saint Laurent (YSL), stilista francese.
- **2009** - Il mondo piange la morte del "re del pop": Michael Jackson.

"Era verde il silenzio, bagnata era la luce, tremava Giugno come farfalla".

Pablo Neruda

حدث

في يونيو

يونيو هو الشهر السادس في التقويم الجريجوري و أحد الأربعة شهور التي تتكون من 30 يوم. في علم التنجيم يبدأ يونيو عندما تكون الشمس في برج الجوزاء و ينتهي في برج السرطان، أما فلكيا فيبدأ عندما تكون الشمس في برج الثور و ينتهي في برج الجوزاء. و تم تسمية الشهر طبقا للالهة الرومانية جونو، زوجة جوبيتر.

مواليد شهر يونيو هم أشخاص متفائلين و مرحين و هم دائما يبتسمون حتى في الفترات الصعبة.

• 1084 ق.م بدأت حرب طروادة التي دامت لمدة 10 سنوات.

• 1875 ظهور التلفزيون لأول مرة على يد المخترع ألكسندر غراهام بل.

• 1885 تمثال الحرية وصل إلى نيويورك. و كان هذا هدية من فرنسا إلى الولايات المتحدة الأمريكية بسبب الذكرى المئوية لتحريرها من الإنجليز.

• 1926 ولدت مارلين مونرو، ممثلة أمريكية.

• 1937 ولد الممثل الأمريكي مورغان فريمان.

• 1938 الإصدار الأول للمجلة المصورة "سويرمان".

• 1952 تم تتويج إليزابيث الثانية ملكة على العرش البريطاني و كان عمرها 25 عاما.

• 2008 وفاة مصمم الأزياء الفرنسي إيف سان لوران.

• 2009 وفاة "ملك البوب" مايكل جاكسون.

"و كان الصمت أخضر، و كان الضوء رطب و رقص شهر يونيو مثل الفراشة."
(بابلو نارودا)

GETTARE IL PROPRIO CORPO NELLA LOTTA

PIER PAOLO PASOLINI

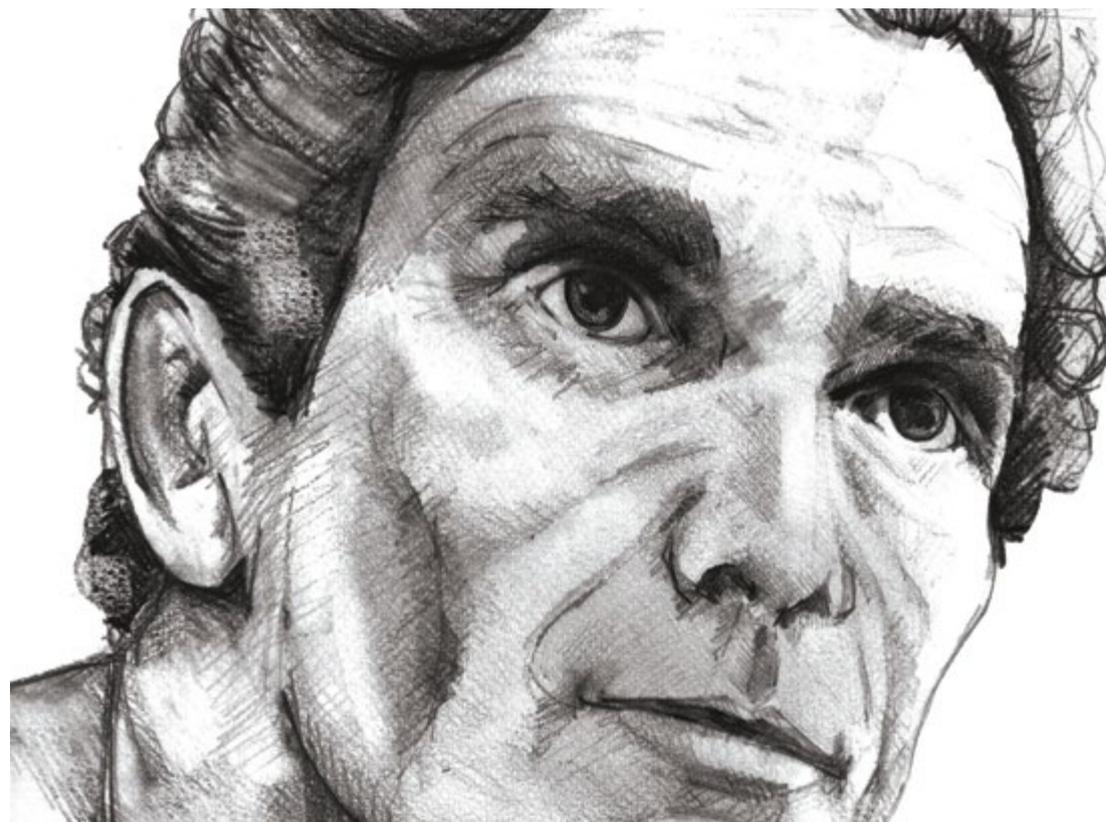
TRA OSSERVAZIONE E PROVOCAZIONE

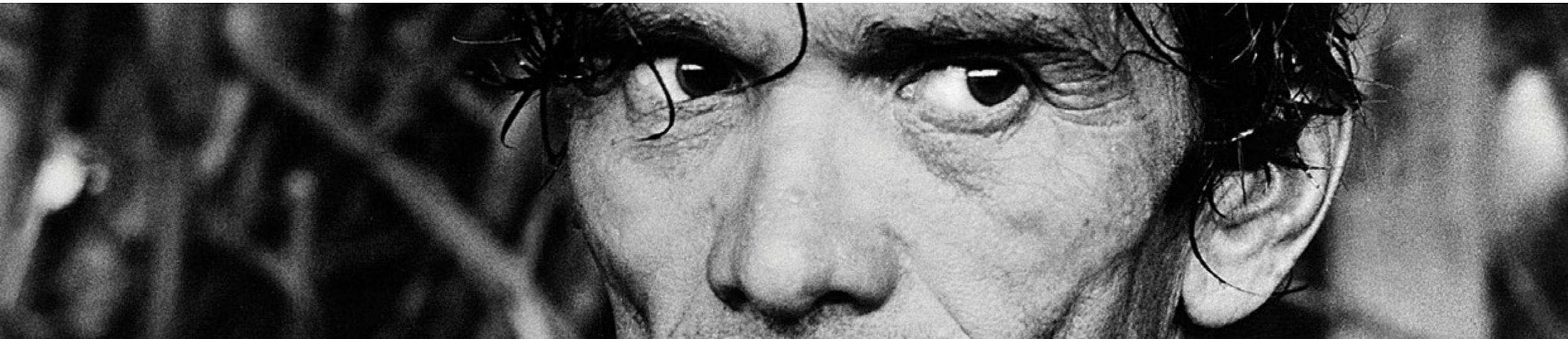
Eva Müller P

Pier Paolo Pasolini è uno dei personaggi del panorama culturale italiano del secondo dopoguerra tra i più eclettici e controversi. La resistenza partigiana, il crollo del fascismo, la fine della guerra e la nascita della Repubblica con una nuova Costituzione democratica, determinarono una rottura storica con il passato. Diretta conseguenza del mutamento politico e della riconquistata libertà fu la fame di conoscenza, il desiderio di verità, l'esigenza di svelare i problemi e le caratteristiche sociali e culturali dell'Italia.

E' in questo scenario che si muove tutta la produzione artistica di Pasolini, che ha saputo spaziare dalla poesia dialettale al romanzo e dal teatro al cinema come sceneggiatore e regista. Pier Paolo Pasolini nasce il 5.3.1922 a Bologna e dopo un'infanzia caratterizzata da continui spostamenti dovuti al lavoro del padre tenente di fanteria, sceglie la sua amata Bologna come luogo per frequentare gli studi universitari. Si iscrive quindi alla

facoltà di Lettere ed è qui che trovano vita i suoi primi scritti e le sue prime attività giornalistiche. Saranno fondamentali anche le lezioni di storia dell'arte del grande critico R.Longhi da lui frequentate (inizialmente Pasolini pensava di diventare anch'egli critico d'arte), per l'impatto visivo che avranno i suoi film. Dopo aver lasciato Bologna, anche a causa delle conseguenze dovute alla presa di coscienza della sua omosessualità, si concentra sull'impegno politico nel PCI e sull'insegnamento. I contrasti però con il padre, le accuse per la sua omosessualità (denunciato per corruzione di minori e atti osceni in luogo pubblico, affronta il primo dei ben 33 processi a suo carico che avrà nel corso della sua vita, e ne esce assolto), e la conseguente espulsione dal PCI per indegnità morale, lo faranno trasferire a Roma nel 1950.





Sarà l'inizio del suo periodo più fecondo. Pubblica i suoi romanzi di maggiore successo: "Ragazzi di vita" del 1955 e "Una vita violenta" del 1959, in cui viene descritto un mondo primitivo ai margini della vita cittadina dove giovani vite, tra piccole avventure e atti teppistici, possiedono ancora una sorta di autenticità e bellezza altrove quasi perduta; e inizia la sua carriera da regista con il film "Accattone". Nei suoi personaggi ricorrono le passioni delle tele del Caravaggio, di Giotto e del Masaccio. Sono così riconoscibili le influenze dei grandi pittori, lui stesso diventa uno dei maggiori pittori del cinema italiano, costruendo come delle scene dipinte le sue inquadrature. A Roma si era da subito immerso nell'ambiente degradato delle borgate romane, che diventarono centro della sua poetica e del suo realismo romantico. Le ambientazioni, gli scenari, rimandavano in modo nostalgico ad un paese non ancora contaminato dall'industria e dal potere del consumo. Pasolini considerava il ci-

nema la lingua scritta della realtà, con le sue immagini pittoriche sentiva infatti di poter esprimere in modo chiaro, semplice ed efficace contenuti anche complessi, rendendoli così comprensibili a tutti. In poco tempo Pasolini diviene protagonista della vita culturale romana e frequenta intellettuali di spicco come E. Morante, A. Moravia e G. Bassani. La sua ricerca per la creazione di immagini forti che testimonino i cambiamenti della società italiana, lo rende collaboratore delle più disparate testate giornalistiche. Dal 1973-75 scriverà per il Corriere della Sera, decisione maturata per la volontà di voler e poter così raggiungere più persone possibili e scuoterle dal conformismo dilagante. I suoi articoli (ora raccolti in due volumi - "Scritti corsari" per i pezzi polemici fino al febbraio del 1975 e "Lettere luterane" che riunisce tutti gli articoli fino al novembre del 1975), sono un messaggio passionale sulla disillusione verso la modernità, sull'avversione per la società dei consumi e sul contrasto

tangibile tra classe dirigente e popolo. Frasi brevi e taglienti rendevano il suo stile inconfondibile, con una continua attenzione verso la realtà ed il suo lato estetico, le sue espressioni di costume.

Pasolini ha affrontato tematiche quali il destino dell'uomo, la vita contadina e quella delle borgate, la religione e l'anticlericalismo, la sessualità e la morte. Ha percorso a parole e con le immagini l'Italia e il mondo. Spaziando tra i diversi linguaggi dell'arte (letteratura, cinema, pittura, giornalismo, poesia), ha riconosciuto e rivelato le contraddizioni di questo mondo, ponendosi sempre al di là delle convenzioni.

Nella notte tra il 1 e il 2.11.1975 Pier Paolo Pasolini venne assassinato all'Idroscalo di Ostia. Ancora oggi non sono state del tutto chiarite le dinamiche e i retroscena nei quali si è svolto e consumato il delitto. *"Amo ferocemente, disperatamente la vita. E credo che questa ferocia, questa disperazione mi porteranno alla fine. Amo*

il sole, l'erba, la gioventù. L'amore per la vita è divenuto per me un vizio più micidiale della cocaina. Io divorò la mia esistenza con un appetito insaziabile. Come finirà tutto ciò? Lo ignoro."

Queste le parole di un uomo che con la sua grande cultura, profonda conoscenza socio-antropologica e dissacrante lucidità politica, riesce ad essere attuale ancora oggi a distanza di oltre 35 anni dalla sua scomparsa. Un uomo che ha avuto il coraggio di dichiararsi omosessuale in un periodo che viveva l'omosessualità come tabù, e che al di là di ogni opinione personale resterà sempre uno dei maggiori intellettuali del nostro paese.

اشترك حتى الجسم في الصراع بيير باولو بازوليني بين المراقبة والاستفزاز

أفا مولر

بيير باولو بازوليني هو من أهم الشخصيات في المشهد الثقافي الإيطالي في الفترة التي توالي الحرب العالمية الثانية وهو أيضا من أكثر الشخصيات التي تثير للجدل.

المقاومة الحزبية انهارت الفاشية ونهاية الحرب وولادة الجمهورية بدستور ديمقراطي جديد أدوا إلى انشقاق تاريخي مع الماضي. كان الإفصاح عن المشاكل الاجتماعية والثقافية الإيطالية نتيجة لهذا التغيير السياسي ولاستعادة الحرية المفقودة.

وفي هذا السيناريو بدأ بازوليني إنتاجه الفني، إذ أنه تميز في عدة المجالات مثل القصيدة الشعبية وكتابة الروايات وكتابة المسرحيات والانتاج السينمائي وككاتب سيناريو وكمخرج.

ولد بيير باولو بازوليني عام 1922 في بولونيا من أب ملازم في الجيش الإيطالي: بعد أن أمضى فترة طفولته في تنقل دائم من مدينة إلى أخرى بسبب عمل والده اختار أن يعود إلى بلده بولونيا لإنهاء دراسته الجامعية. التحق بكلية الآداب أين بدأ أول أنشطته الصحافية وأول كتاباته. كانت حاسمة الدروس في تاريخ الفن التي تلقاها من عند الناقد الكبير لونيقي (كان بازوليني يريد أن يصبح هو أيضا ناقدا) في مسيرته الفنية إذ أثرت بشكل كبير على أفلامه.

بعد أن أدرك بمثليته الجنسية، قرر بازوليني بترك بولونيا وترك نفسه للتدريس والالتزام السياسي في الحزب الشيوعي الإيطالي. التناقضات مع والده و الاتهامات ضده من أجل ميوله إلى الجنسية المثلية (إذ تم اتهامه بثلاثين تهمة بأعمال فاحشة في مكان عام) وطرده لاحقا من الحزب الشيوعي الإيطالي لنفس السبب قرر بازوليني عام 1950 أن ينتقل إلى روما.

و ستكون هذه الفترة الأكثر إنتاجا في حياة بازوليني. في هذا الوقت نشرت رواياته الأكثر نجاحا: "ragazzi di vita" عام 1955 و "una vita violenta" (الحياة العنيفة) عام 1959 حيث وصف الكاتب العيش في مدينة صغيرة وتحدث عن حياة بعض الشباب (بما في ذلك المغامرات وأعمال الشغب) التي لا تزال تملك نوع من الأصالة والجمال التي فقدت في أماكن أخرى؛ في هذه الفترة بدأ بازوليني عمله كمخرج بالفيلم "accatone" (الصلعوك). كان بازوليني يحب جدا فن الرسم وخاصة الرسامين الكبار مثل كارافيجيو وجيوتو و مازاشو و لذلك كان يعيد مشاهد اللوحات في لقطات من أفلامه.

في روما انغمز بازوليني على الفور في البيئة المتدهورة الرومانية إذ أصبحت مركزا لقصائده. هذه البيئات والسيناريوهات جعلوه أن يحس بالحنين إلى بلد غير ملوثة من قبل الصناعة والاستهلاك.

كان بازوليني يعتبر السينما مرآة الواقع، كان يعتقد بأن كان في استطاعته نقل

الحقيقة، من خلال المشاهد، إلى الجميع.

في فترة قصيرة أصبح بازوليني من أبرز الشخصيات الثقافية في روما إذ أصبح صديق لمورافيا و مورانتا و باساني. بحثه المتواصل عن الصور التي تشهد بالتغيير في المجتمع الإيطالي جعلته مطلوبيا للعمل في كثير من الصحف.

من سنة 1973 إلى سنة 1957 كتب لصحيفة Corriere della Sera. اتخذ بازوليني القرار للعمل مع هذه الجريدة للوصول أفكاره لأكثر عدد ممكن من الناس. مقالاته (التي جمعت في مجلدين: "كتابات القراصنة" و "رسائل اللوترية") كانت تتحدث عن كره بازوليني للمجتمع الحديث الذي يستند على الاستهلاك وخاصة على الفرق الكبير بين الطاقة الحاكمة وأطراف الشعب. جمل قصيرة وحادة جعلت له أسلوب فريد من نوعه.

كتب بازوليني عن مواضيع تتحدث عن مصير الإنسان و عن الحياة في القرى الصغيرة و عن الدين و مكافحة رجال الدين و عن الجنس و عن الموت. ميز بازوليني بين جميع أنواع الفن (الأدب و السينما و الرسم و الشعر) لكشف التناقضات في هذا العالم.

قتل بازوليني يوم 2/11/1975 في أوستيا (روما). لا يزال غير واضح سبب هذه الجريمة.

"أنا أحب بشراة هذه الحياة. وأعتقد أن هذه الوحشية و هذا اليأس سيقون معي حتى النهاية. أحب الشمس و العشب و الشباب. أصبح حب الحياة بالنسبة لي مثل المخدرات، أكثر من الكوكايين. إن التهمت وجودي بشبهة لا تشبع. كيف سينتهي كل هذا؟ أنا اتجاهه."

و هذه كانت كلمات رجل صاحب ثقافة عظيمة و معرفة اجتماعية و أنتروبولوجية كبيرة إذ أن أفكاره لازالت معاصرة حتى بعد 35 سنة من وفاته. الرجل الشجاع الذي أعلن عن مثليته الجنسية. كان و سيظل من أكبر الشخصيات في إيطاليا و في العالم.

YVES SAINT LAURENT

GENIO, FOLLIA E PASSIONE

Emira M'sakni

Yves Saint Laurent. Genio, follia e passione. Una grande storia d'amore. Lo stilista che, ad appena 21 anni, rivoluzionò il mondo della moda.

YSL, un nome che è diventato un logo, l'inconfondibile suono delle tre parole che compongono il suo nome non possono che significare, in tutte le lingue, una sola cosa: moda. O meglio, Alta moda.

Nato in Algeria, il primo agosto 1936, come tutti i geni mostra una passione precoce per l'arte che lo porterà alla gloria. Ma la sua attrazione per i tessuti e per le passerelle è in lui fortissima e lo porta direttamente dove? Nientemeno che alla Maison Dior dove, dopo il diploma all'École de la Chambre Syndicale de la Couture di Parigi, sostituisce il maestro Christian Dior, morto d'infarto in un albergo di Montecatini. Una grande responsabilità, consideran-



Schizzo originale di Tuxedo, Autunno-inverno 1991. Immagine: Fondazione Pierre Bergé-Yves Saint Laurent.

do che all'epoca Dior era già "Dior"; ma Yves non si fa intimorire più di tanto. Si getta a capofitto nel lavoro e nasce così la sua prima collezione, denominata "Trapezio". Un successo, inimmaginabile tanto che sulle copertine dei giornali specializzati si parla di lui come *enfant prodige*. Ma purtroppo qualcosa di inaspettato arriva ad interrompere l'idillio. La sua patria di origine infatti lo chiama per svolgere il servizio militare: un'interruzione molto grave dei suoi impegni che significherà la fine del suo rapporto con la casa Dior (la maison lo sostituirà con Marc Bohan).

Yves non si scoraggia, torna a Parigi nel 1962 e in un batter d'occhio presenta la prima collezione con il suo nome, caratterizzata dalla scelta di linee stilizzate e molto semplici, prive di fronzoli. Ma... c'è un elemento che solleva numerose discussioni sulla collezione Saint Laurent: i pantaloni per donna. Una scelta stilistica che in quel momento lo pone fuori da ogni schema, facendo di

lui un vero e proprio rivoluzionario. Yves Saint Laurent riveste la donna, le conferisce nuova dignità e una nuova dimensione di libertà, quella libertà che proviene dal poter scegliere con sicurezza cosa indossare. Senza dimenticare i suoi meravigliosi *tailleur*, vicini al modello di Chanel.

Questo genio della moda ha posto in essere una serie impressionante di operazioni innovative, molte delle quali ispirate dalla sua grande cultura, come quando nel 1965, trasformò il vinile in tessuto per impermeabili dal taglio rigoroso, ispirati a Mondrian. Nel 1966 crea abiti dall'aria pop art. La collezione per l'autunno inverno 1971-72 ha abiti in taffetà che si rifanno alle opere di Marcel Proust. I balletti russi sono lo spunto per la collezione del 1976 che il New York Times definisce "rivoluzionaria, destinata a cambiare il corso della moda." Nel 1979 disegna rifacendosi a Picasso e nel 1981 a Matisse, senza dimenticare il mondo arabo di origine, a cui lo stilista

francese ha sempre guardato, lasciandosene profondamente influenzare. Nel 1966 finalmente arriva una linea di prêt-à-porter e, nel 1972 anche una linea di cosmetici e di profumi.

Yves Saint Laurent è stato senza dubbio protagonista nella sua vita pubblica (senza volerlo) e anche privata. Pierre Bergé ha avuto un ruolo di grande importanza nella sua carriera. Un uomo che non avrebbe mai camminato davanti a Yves. Un uomo nell'ombra ma che riuscì a far emergere il genio e la creatività dello stilista grazie al suo amore. spiega l'attore. La genialità di Saint Laurent è raccontata attraverso sentimenti comuni, genio ma pur sempre umano, con le sue debolezze e le sue malattie. Non solo una storia d'amore ma il racconto di una forza creativa rivoluzionaria: «Un vero *avant-gardist*. Prima di molti altri lo stilista capì l'importanza dell'abbigliamento, dell'eleganza e dell'unicità. Con un film che racconta la sua vita si voleva far scoprire al pubblico anche quella parte

di storia di Saint Laurent che c'è dietro alle sue creazioni, portando alla luce alcuni aspetti che anche non si conoscevano, come la sua malattia depressiva, i suoi eccessi, le sue insicurezze e i suoi tradimenti», racconta il regista Jalil Lespert che, per farlo, ha riportato alla luce anche gli abiti dell'epoca. Guillaume Gallienne è l'attore che ha interpretato Yves nel film che uscì nelle sale il 27 marzo 2014. Nel gennaio del 2002, l'ormai anziano stilista francese ha annunciato in una commovente conferenza stampa che avrebbe lasciato l'alta moda. La gloriosa Maison dell'Avenue Marceau, dunque, chiude i battenti.

Per giustificare questa decisione, Pierre Bergè, sha spiegato che: "L'alta moda è finita. Non è un'arte che si appende come un quadro. Ma è qualcosa che ha senso se accompagna l'arte di vivere. Oggi, tempo di jeans e di nike, l'arte di vivere non esiste più". Dopo una lunga malattia si spegne a Parigi la notte del 1 giugno 2008, all'età di 71 anni.



إيف سان لوران عبقرية و عشق و جنون

أميرة مساكني

"في يناير 2002 أعلن إيف سان لوران اعتزاله لعالم الموضة، و قال بيير برجي لتبرير هذا القرار : في زمن الجينز و نايك يمكن اعتبار الهوت كوتور ميةة."

إيف سان لوران، عبقرية و جنون. المصمم الذي أحدث ثورة في عالم الأزياء. "إيف سان لوران" إسم أصبح شعارا في عالم الموضة أو بالأحرى في عالم "الهوت كوتور".

ولد في وهران بالجزائر في 1 أغسطس 1936، منذ سن مبكرة أظهر حبا كبيرا لعالم الموضة والأزياء؛ و عندما تخرج من المعهد "École de la Chambre Syndicale" في باريس بدأ العمل في دور عرض الأزياء "ديور" (فقد مات كريستيان ديور بنوبة قلبية في فندق في مونتيكاتيني). كانت هذه مسؤولية كبيرة لإيف إذ كان في ذلك الوقت صغيرا في العمر و لآكن إيف بذل جهدا كبيرا في العمل و هكذا خرج أول خط أزياءه المسمى "شبه المنحرف"، و هكذا وصل النجاح لإيف الذي أصبح يدعى من قبل الجرائد والمجلات المتخصصة "الطفل المعجزة". لكن في ذلك الوقت دعتة فرنسا إلى الخدمة العسكرية، و هذا أدى إلى نهاية علاقته مع ديور.

عاد إيف إلى باريس عام 1962 و أطلق أول خط أزياءه بإسمه؛ لكن تصميمه للسراويل للنساء أثارت الكثير من الجدل، وكانت هذه التصاميم التي زعزعت عالم الأزياء التي جعلت من إيف سان لوران أسطورة في عالم الأزياء. قدم هذا العبقرى مجموعة رائعة في الموضة و أيضا العديد من الابتكارات في هذا المجال مثلا: في عام 1965 حول قماش القنيل إلى قماش ضد الماء، في عام 1966 صمم مجموعة الملابس "بوب ارت".

صمم إيف سان لوران في السبعينات العديد من الملابس التي تشير إلى الكثير من الفنانين و الرسامين و الكتاب مثل مارسيل بروست و بيكاسو و ماتيس و أيضا ملابس تشير إلى العالم العربي أين ولد. في عام 1966 أنشأ خط الأزياء بريت أبورتى (prêt à porter) و في عام 1972 خط مستحضرات التجميل و العطور.

و كان لبيير برج دورا هاما جدا في حياة إيف سان لوران إذ كان قادرا على إخراج عبقرية و إبداع المصمم من خلال قصة حبهما. قال المخرج جليل لسبورت(الذي أخرج فيلم قصة حياة إيف سان لوران الذي خرج في السينما يوم 27 مارس): " إيف هو من أهم مصممين الأزياء لأنه اكتشف أهمية اتانة الملابس، من خلال هذا الفيلم أردنا أن نعرف للناس من هو فعلا إيف، أردنا أن نحكي عن عبقريته و إبداعه و مرض الاكتئاب الذي رافقه لمدة سنين طويلة.

Yves Saint Laurent

anniversary!

CENTO ANNI E NON SENTIRLI

LA BOTTIGLIA DELL'ICONICA
COCA COLA
COMPIE 100 ANNI

Francesca Fausti

“Una bottiglia dai tratti così distintivi da poter essere riconosciuta a occhi chiusi o addirittura se frantumata a terra”.

Era questa la richiesta fatta nel 1915 ai creativi Alexander Samuelson ed Earl R. Dean della Root Glass Company di Terre Haute in Indiana.

Il primo prototipo della bottiglia più famosa al mondo chiamata CONTOUR, perché ispirata alle curve della fava di cacao, presentava una forma allungata con scanalature verticali che ancora oggi sono i tratti distintivi della bottiglia di Coca-Cola. A ricordare la forma del frutto era inizialmente anche la forma bombata al centro, che però venne modificata poiché difficile da adattare ai macchinari per imbottigliare e considerata poco stabile. Venne così assottigliata. Quando la bottiglia CONTOUR entrò in produzione, il colore tendente al ver-

de del vetro, ottenuto utilizzando una sabbia particolare, fu chiamato Georgia Green (verde Georgia) in omaggio allo stato d'origine di The Coca-Cola Company e considerato il colore identificativo della bottiglia.

Il prototipo fu brevettato a nome di Samuelson il 16 Novembre 1915. Nel 1937 Coca-Cola ne acquistò i diritti ma soltanto nel 1960 l'Ufficio Brevetti americano considererà la CONTOUR un Trademark, di proprietà della Coca-Cola Company.

A partire da questo momento la ricerca sul design della bottiglia e quella sull'innovazione dei materiali andarono di pari passo seguendo le esigenze sociali del tempo. Negli anni Sessanta ci furono le prime bottiglie in plastica che nel 1978 divennero anche riciclabili. Nel 2000 la bottiglia CONTOUR fu presentata in ultra-vetro e nel 2005 venne vestita di alluminio M5 (Magnificent 5). Un oggetto in continua evoluzione e ricerca ma sempre fedele alle sue “curve”



tanto da essere definita oggi “il design più familiare nella storia dei beni di consumo”.

Albore del suo primo grande successo pubblicitario fu sicuramente la pubblicazione nel 1950 sulla rivista “Time” per la prima volta un prodotto commerciale compariva sulla rivista e confermò la sua portata come marchio internazionale. La CONTOUR di Coca-Cola è molto più che una semplice bottiglia: è un simbolo. Un'icona di design una vera opera d'arte capace di unire le generazioni e le razze di tutto il mondo. Quando Andy Warhol era alla ricerca di una forma rappresentativa della cultura di massa, si lasciò ispirare dalla silhouette della bottiglia CONTOUR la forma perfetta che ancora oggi dopo 100 anni resta protagonista celebrata da tutto il mondo.



مائة عام من غير أن تشعر زجاجة الكوكا كولا تحتفل بعيد ميلادها المئوي

فرنشاسكا فاوستي

"يجب أن يكون لهذه الزجاجة شكل تميز به عن جميع الزجاجات الأخرى و يجب أن لا تخطئها العين حتى ولو حطمت إلى ألف قطعة."

و كانت هذه الشروط التي طرحتها شركة كوكا كولا على المصممين ألكسندر صمويلسن و إيرل دين . خرجت زجاجة الكوكا كولا لأول مرة في عام 1915 و قد صممتها و تولت إنتاجها شركة " روت غلاس " في تيرا هوت في ولاية إنديانا. أول نموذج لهذه الزجاجة كان يدعى " CONTOUR " (كننتور) لأن شكله المحدب كان يشبه إلى حبوب الكاكاو، و لكن هذا الشكل جعل من الصعب عملية التعبئة و لذلك قرروا التصغير من حجمه.

عندما بدأ إنتاج زجاجة "كوننتور" كان لون البلور أخضر و تم الحصول عليه باستخدام نوع خاص جدا من البلور الذي سموه لاحقا "Georgia Green" تكريما للدولة المنشأ لشركة كوكاكولا. هذا النموذج سجل في براءات الاختراع باسم صمويلسن في 16 نوفمبر 1915، و في عام 1937 اشترت شركة كوكا كولا حقوق الزجاجة من صمويلسن. أما فقط في عام 1960 سجل مكتب براءات الاختراع الأمريكي هذا النموذج مثل ماركة مسجلة باسم شركة كوكا كولا.

في السبعينات ظهرت أول زجاجة بلاستيكية و في عام 2000 قدمت الزجاجة "كننتور" في نوع رقيق جدا من البلور، و في عام 2005 قدمت في نوع خاص من الألومنيوم (M5). إذن زجاجة الكوكا كولا ليست مجردة زجاجة بل هي رمز فني كبير قادر على توحيد الأجيال في جميع أنحاء العالم. عندما أندي وارمول بحث عن ماذا يمكن أن يسل المجتمع المعاصر فكر على الفور في زجاجة "الكننتور" لأنها تعتبر من أهم الابتكارات العالمية.

lifestyle/

JUST A WHITE SHIRT

CAMICIA BIANCA

Letizia Dabruzzo

Cosa hanno in comune pietre miliari del cinema come *Casablanca*, *Io e Annie* e *Kill Bill*?

Un filo bianco lega questi capolavori, percorrendo la linea del tempo e gli intrecci di un telaio: è la camicia bianca il tratto che unisce pittura, cinema, musica, moda e seduzione.



Ne è profondamente affascinato Modigliani, quando nel 1917 ritrae Lusia Czechowska, mentre qualche decennio più tardi sono Christian Dior e Coco Chanel a reinterpretare la camicia in chiave più femminile, alleggerendola con la sensualità dell'organza. Le dive del cinema degli anni '30 e '40 la issano a simbolo dell'eleganza androgina: Marlene Dietrich, Lauren Bacall, Rita Hayworth e Greta Garbo appaiono in pubblico e sul set vestite con dei look che esaltano il loro grande fascino e destano molto clamore.

Audrey Hepburn e Gregory Peck in *Vacanze romane* sono il manifesto vivente delle molteplici declinazioni della *white shirt*, mentre Claudia Cardinale la indossa con spirito virginale in *8 e 1/2* di Fellini. La *nouvelle vague* francese sublima questo prezioso capo vestendo molte delle sue muse: Anna Karina, Emmanuelle Riva in *Hiroshima mon amour*, Jean Seberg in *Fino all'ultimo respiro* indossa quella di Jean Paul Belmondo.

Greta Garbo
JUST A WHITE SHIRT
Patti Smith
Modigliani shirt
White

E poi, gli anni '70: l'immaginario collettivo si tinge di rosso sangue e del candore delle camicie dei druggi di *Arancia meccanica* (memorabili i gemelli sui polsini di Alex), mentre nel 1975 esce *Horses*, un disco destinato a fare la storia del rock sulla cui copertina campeggia Patti Smith in camicia bianca. Gli anni '80 si aprono con il film *The Blues Brothers*, la cui inconfondibile "divisa" sarà ripresa nel decennio successivo da Quentin Tarantino per *Le iene* prima e *Pulp Fiction*, poi. Nel campo della moda sono le creazioni di Burberry, Maison Martin Margiela e Calvin Klein ad attualizzare la camicia bianca nei decenni, ma è la maestria di Gianfranco Ferré a renderla immortale. Questo ineffabile simbolo di sobrietà rivive in *La camicia bianca secondo me*, mostra già allestita al Museo del Tessuto di Prato e a Palazzo Reale a Milano, in cui protagoniste sono ventisette creazioni del couturier che ha saputo modellare, tagliare e reinventare un capo semplice al punto da renderlo pura arte.



ta Garbo
Modigliani
Patti
shirt
White

نمط الحياة /

مجرد قميص أبيض القميص الأبيض

لانتيزيا دبرامو

ما لديهم من القواسم المشتركة الافلام آني هال و كازياتكا و بيل كيل؟

الخيوط الخفي الذي يربط بين هذه الافلام الأسطورية هو القميص الأبيض الذي يجمع بين السينما و الموسيقى و الازياء و...الاغواء.. فتنت فكرة القميص الأبيض الكثير من الفنانين مثل موديليانى الذي رسم به صورة "LUNIA CZECHOWSKA" في أوائل القرن العشرين، أو كريستيان ديور و كوكو شانيل الذين جعلوا من القميص الأبيض رمزا للثورة. الكثير من نجومات هوليوود في الثلاثينات و الأربعينات مثل: مارلين ديتريكت و لورين باكال و ريتا هيروث و غريتا غاربو اعتبروا هذا القميص(الرجالي) رمزا للثقة والجمال.

و قدموا غريغوري بيك و أودري هيبورن، في الفيلم "عطلة رومانية"، معاني و تفسيرات مختلفة للقميص الأبيض: إذ ارتداه سوى غريغوري بيك سوى أودري هيبورن.

و في الخمسينات ارتدوا نجومات "الموجة الجديدة"(LA NOUVELLE VAGUE)، مثل انا كاريتا و امانوال ريفا، هذا القميص "الرجالي". اما في مجال الازياء فجعل كالفن كلاين و مازون مارتن مارجيلا و بريري و جانفرنكو فاري من القميص الأبيض رمزا للحدأة و الأثافة.

"القميص الأبيض حسب ذوقي" و هذا كان اسم المعرض الذي نظّمته دار الموضة "جانفرنكو فاري" في متحف النسيج براتو (PRATO) و في القصر PALAZZO REALE في ميلان.

sport/

L'UOMO CHE RIFIUTÒ L'IPOCRISIA AMERICANA:

MUHAMMAD ALÌ

(ALL'EPOCA CASSIUS CLAY)

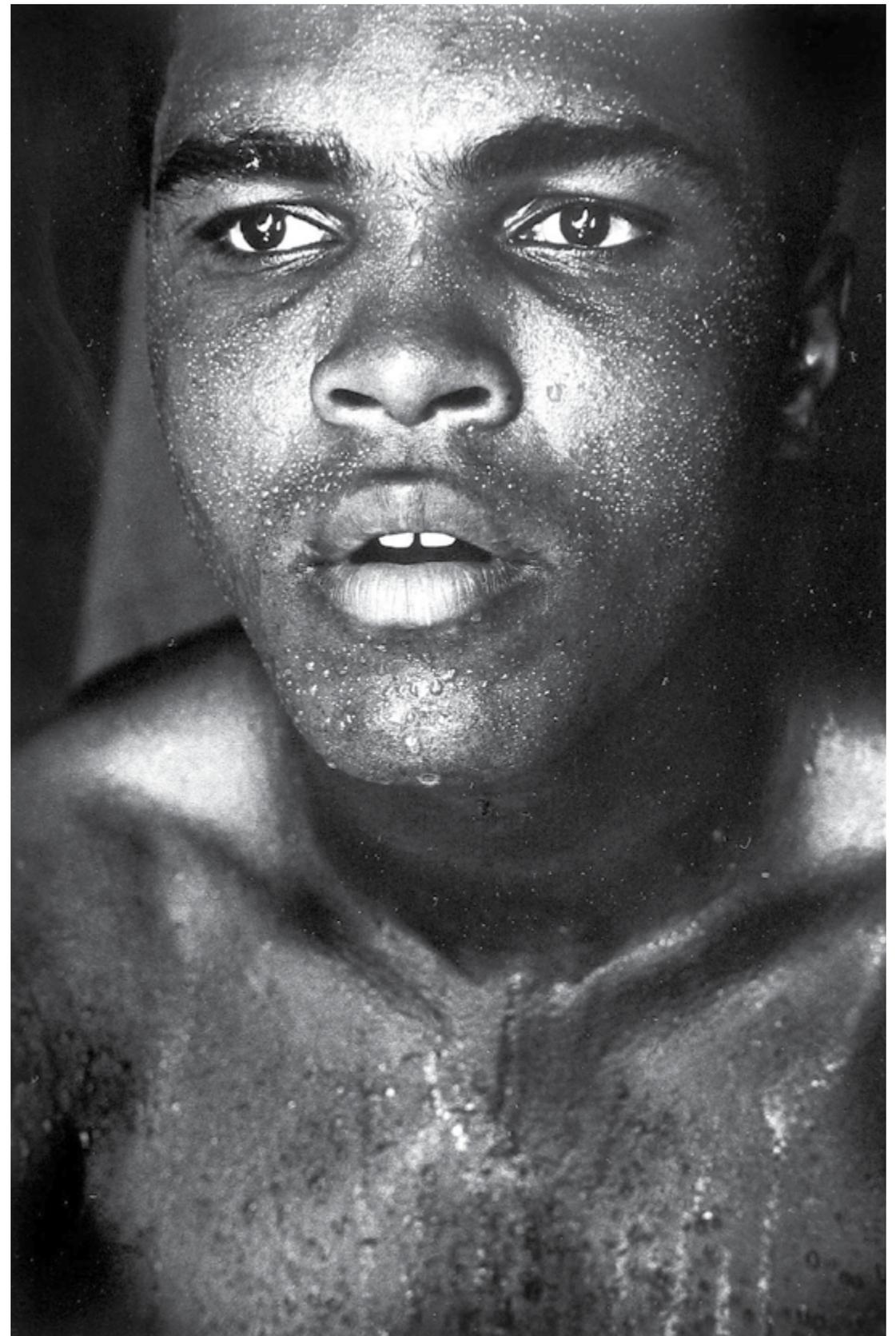
Marco Zucco

Muhammad Ali non è solo il pugile più famoso della storia della boxe, ma ha rappresentato un'icona di sport e non solo. Nato come Cassius Clay nell'America del secondo dopoguerra, nel 1960 alle Olimpiadi di Roma vinse il titolo di campione dei pesi medi e al suo ritorno in patria, l'ipocrisia razzista di quel tempo lo vide addirittura protagonista di gesti antisemiti nei suoi confronti, fino al divieto di ingresso in alcuni ristoranti e locali. Per questa ragione gettò la medaglia d'oro nel fiume Ohio e nel 1964 si convertì all'Islam, dopo aver vinto il suo primo titolo mondiale dei pesi massimi a conferma della sua voglia di combattere l'odio verso i popoli di colore ed il potere.

La sua battaglia contro la segregazione razziale unita al suo spirito combattivo ed indomabile del ring lo ha reso un mito in tutto il mondo e non solo per la sua generazione. Lo stile inimitabile ha ispirato il pugile Rocky Marcia-

no nella celebre saga cinematografica "Rocky" e di lui si diceva che "volava come una farfalla, pungendo come un'ape". La lotta antirazzista vide in lui un "divo", forte e sfrontato che grazie alla sua "spacconeria" ed alle sue convinzioni divenne un richiamo forte per la stampa dell'epoca. Proprio per questa sua sfrontatezza risultò amato ed odiato allo stesso tempo, culminando la sua ascesa mediatica nel 1967, quando dopo i 3 titoli mondiali vinti consecutivamente, venne radiato dall'albo pugilistico e arrestato per essersi rifiutato di andare a svolgere il servizio militare in Vietnam.

"Non sono andato in Vietnam perché credo che ognuno abbia il diritto di vivere tranquillo nella propria casa. Non vedo perché uno solo dei neri americani che sono privi della loro terra avrebbe dovuto andare a combattere contro chi stava tentando di difendere la propria terra."





Nel 1970 fu riammesso a combattere e quattro anni dopo riconquistò il titolo di campione del mondo dei pesi massimi a Kinshasa, nello Zaire, in uno degli incontri più celebri della storia dello sport rinominato "The Rumble in the Jungle" contro George Foreman, dove sorprese il mondo grazie ad una tattica inaspettata e vincente: Ali si incollò alle corde per 8 round incassando i colpi di Foreman, approfittò dello sfinimento fisico e psicologico di quest'ultimo gli scaricò contro tutto il suo impeto che fece crollare Foreman al suolo senza appello. Lo scontro e gli eventi correlati vennero raccontati nel documentario "Quando eravamo re", vincitore di un Academy

Award. Tenne il titolo per altri 4 anni e chiuse la carriera nel 1981 subendo il KO più "atroce" della sua vita: la scoperta del morbo di Parkinson, malattia che ormai da anni lo logora sempre di più. L'oro "smarrito" nel 1960 gli fu restituito nel 1996 quando il mondo dello sport e non solo lo ammirò, ormai abbattuto dalla malattia, mentre da tedoforo accendeva il fuoco olimpico per l'inizio delle Olimpiadi di Atlanta: la sua lentezza ed il suo tremore non cancelleranno mai il ricordo di ciò che è stato prima Cassius Clay, poi Muhammad Ali, cioè il più grande pugile della storia della Boxe Mondiale.

“
Dentro
un ring o
fuori non
c'è niente di
male a cadere.
È sbagliato
rimanere a terra
”

Muhammad Ali

الرجل الذي رفض النفاق الأمريكي محمد علي (كاسيوس كلاي)

ماركو زوكو

لم يكن محمد علي الملاك أكثر شهرة فقط، بل كان يمثل أسطورة في تاريخ هذه الرياضة وليس فقط في هذا المجال. ولد في أمريكا بعد الحرب العالمية الثانية، وفي 1960، خلال الألعاب الأولمبية في روما، فاز بلقب البطولة في الوزن المتوسط. عند عودته إلى بلده اكتشف، للأسف، النفاق العنصري ضده، إلى حد أن تم منعه من الدخول إلى المطاعم وإلى المحلات. هذه الأحداث أثرت جدا على كلاي حتى أنه ألقى بميداليته الذهبية في نهر الأوهايو.

في 1964، بعد أن فاز بلقب بطولة العالم في الوزن الثقيل، اعتنق الدين الإسلامي وغيّر اسمه إلى محمد علي ثم أعلن عن نيته على محاربة العنصرية والسلطة.

محاربه ضد الفوارق الاجتماعية وبراغته في حلبة المصارعة جعلوا من محمد علي أسطورة يتحدثوا عنها ولا يزالوا.

"يطير مثل الفراشة و يقرص مثل النحلة" هكذا كانوا يصفون أسلوبه الذي لم يتكرر و الذي ألهم الفلم الشهير "روكي مارشانو". روحه النبيلة جعلته نجما، كان محبوب و محروم في نفس الوقت إذ أنه في 1967، بعد أن فاز بثلاث ألقاب عالمية، تم عزله عن الملاكمة و اعتقاله لأنه رفض أن يشارك في الحرب الأمريكية الفيتنامية.

"لم أذهب إلى الفيتنام لأجل كل إنسان يجب أن يعيش في سلم في منزله. أي رجل أمريكي أسود اللون يعتبر بدون بلد في وطنه، لذلك لا أفهم لماذا يجبيروه على محاربة من يحاول الدفاع عن أرضه."

في 1970 تم إرجاعه إلى حلبة المصارعة، و بعد أربعة سنوات فاز من جديد باللقب العالمي في الوزن الثقيل، في الزبير، خلال المقابلة ضد جورج فورمان، إذ أن محمد علي أدهش جمهوره بأسلوب جديد و لم يمارسه أحدا من قبل: لمدة ثمانين جولات كلاي بقي يتلقى اللكمات إلى أن تعب خصمه فأصابه بالضربة القاضية؛ و تم سرد أحداث هذه المواجهة في الفلم الوثائقي "عندما كنا ملوك" الذي فاز بجائزة أكاديمي أورد.

حمل لقب بطولة العالم لأربع سنوات أخرى، ثم اختتم مسيرته عام 1981 عندما اكتشف أنه يعاني بمرض باكنسون؛ و على الرغم من مرضه الجمهور لم ينسى أبدا محمد علي : أسطورة الملاكمة.

من جملة كلاي الشهيرة: فلا حرج في الوقوع داخل أو خارج الحلبة. فمن الخطأ أن يظل الانسان واقعا على الأرض.

محمد علي
1962-1967

CREATIVITÀ E GIOCO

QUANDO SONO GLI ADULTI A FARLO

Claudia Feltine

Il pediatra e psicoanalista inglese, Donald Winnicott, scrive: “È soltanto mentre gioca, che il bambino o l'individuo adulto è in grado di essere creativo e di scoprire la parte più profonda di sé”. Il gioco, dunque, è una delle forme di manifestazione dell'inconscio e l'ambito di espressione della creatività, ovvero la capacità di riconoscere connessioni inconsuete che portano a cambiamenti e innovazioni.

Un atteggiamento creativo consente di risolvere, in modo brillante i problemi quotidiani. Libera dalla rigidità mentale, da modi di pensare stereotipati, dalla routine e dall'abitudine. Permette di moltiplicare le possibili alternative e di compiere scelte più efficienti e consapevoli. Il ricorso ad un atteggiamento creativo può, quindi, migliorare la qualità della nostra vita. Di qui l'importanza del gioco per ogni persona impegnata in attività produttive. La creatività sembra passare attraverso la capacità di giocare ancora, di questo sono profondamente

certe alcune aziende che progettano i loro uffici in modo da ricordare ai dipendenti di essere creativi. La disposizione fisica dell'ambiente in cui ci troviamo a lavorare tende a influire sugli approcci mentali. Si è superata la tradizionale concezione di ufficio, investendo su ambienti flessibili che stimolano la creatività e incitano al gioco come se fossero dei luna park. L'impiego di colori luminosi e vivaci, di forme ludiche e zomorfe agevola il pensiero divergente.

Un piccolo autobus si trasforma nella sala riunioni della IDEO, società di progettazione globale. Film come Toy Story o Cars sono stati ideati dagli animatori della Pixar Animation Studios, non su semplici scrivanie contornate da pareti bianche, ma in cassette di legno decorative. Anche l'ufficio svizzero di Google, il gigante dei motori di ricerca, propone ai propri dipendenti come mezzo di spostamento tra un piano e un altro, un enorme scivolo, e anche un palo da vigili del fuoco.

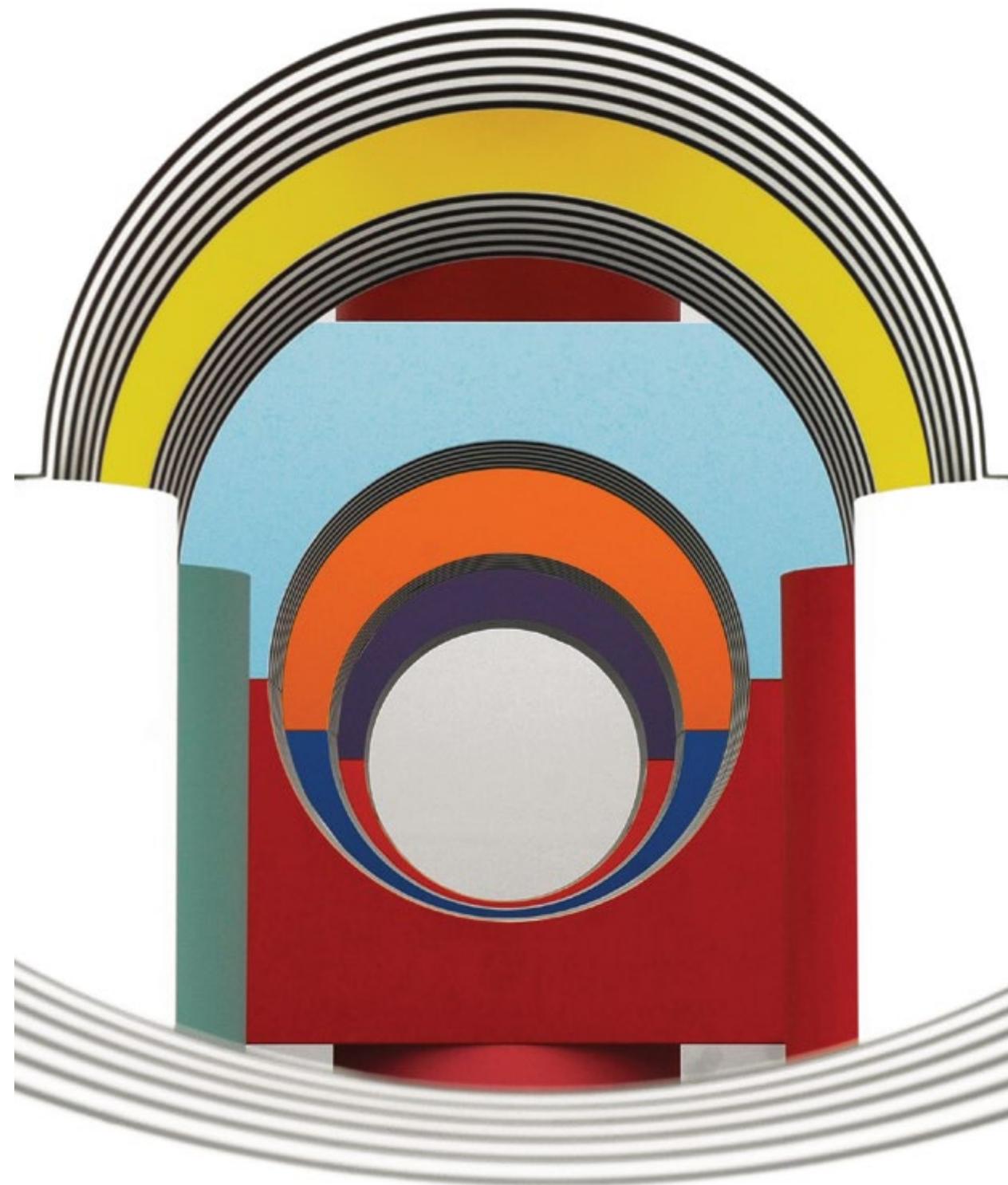




Il gioco come esperienza creativa, richiede un'ampia gamma di attività mentali che possono essere impiegate in diversi contesti produttivi. Un ulteriore impiego è quello utilizzato dall'arte contemporanea. L'arte, in ogni sua manifestazione, è la più alta espressione umana di creatività e di fantasia. Alcune opere coinvolgono sempre più il pubblico a partecipare in modo diretto o indiretto a performance e interventi artistici come se fossero dei giochi collettivi. Con questo intento l'artista francese Daniel Buren, Leone d'Oro nel 1986 alla Biennale di Venezia, crea opere interattive, coinvolgenti e relazionali. Nel suo ultimo lavoro, in collaborazione con l'architetto Patrick Bouchain, invita i visitatori del museo MADRE di Napoli fino al 31 agosto, a scoprire uno spazio ludico, composto da costruzioni ipnotiche e colorate, ispirate alle forme geometriche del pedagogo Friederich

Fröbe, che danno origine a una città a grandezza ambientale.

Le installazioni dell'artista, che ha ispirato inoltre la campagna s/s 2013 di Louis Vuitton, presentano scelte cromatiche e strutturali che ricordano veri e propri *kindergarten* (giardino d'infanzia), come nel caso della scacchiera gigante incastonata nel giardino del Palais Royal di Parigi e dei cerchi concentrici e delle strisce di colore scelti per la riqualifica del palazzo dell'ex società dell'Arin ormai simbolo identificativo della periferia orientale della città partenopea. Buren ritiene che l'arte debba essere semplice e immediata, come un gioco di bambini. Tutti gli esseri umani dai 4 ai 9 anni creano opere all'apparenza semplici, ma che nascondono una grande complessità e maestosità. Ciò rivela una grande potenzialità, un motore che aiuta a pensare e affrontare anche il nostro futuro in modo nuovo e creativo.



الإبداع و اللعب عندما يلعب الكبار

كلاوديا فيليني

الملكي) في باريس و الدوائر المتحركة التي تم اختيارها لترفيه مستوى الشركة السابقة Arin (أرين) و التي أصبحت رمزا لضواحي مدينة نابولي. و يعتقد بورين أن الفن يجب أن يكون بسيط و مباشر مثل لعبة للأطفال. يبدو لنا أن الأطفال، الذي عمرهم يتراوح بين 4 و 9 سنوات، لهم أفكار بسيطة جدا و لكن في الحقيقة هم أنكباء جدا و عندهم براعة كبيرة و هذا يدل على أن اللعب يشارك في تنمية طريقة تفكيرنا و ابداعنا.

كتب طبيب الأطفال و طبيب النفس الإنجليزي دونالد وينيكوت: فقط خلال وقت اللعب الطفل، أو حتى الكهل، يكون قادرا على الإبداع و خاصة على اكتشاف قدراته. لذلك اللعب يشكل إحدى مظاهر اللاوعي و يمثل التعبير عن الإبداع، و أن وقت المرح يؤدي إلى معرفة قدرات الإنسان خاصة في مجال الابتكارات. لذلك الإبداع يحل ببراعة المشاكل اليومية. اللعب يحرر من الصلابة النفسية و من طرق التفكير النمطية و من الروتين. اللعب قادرا أيضا على مضاعفة قدرات و كفاءة الإنسان و خاصة على تحسين جودة الحياة. و لذلك يعتبر اللعب مهم جدا في حياة أي شخص. يبدو أن قدرة إبداع الإنسان تظهر من خلال اللعب و المرح، إذ أن بعض الشركات المتخصصة في صنع الاثاث صممت المكاتب بطريقة تشجع الموظفين على الإبداع. و بالفعل الشكل الهندسي للبيئة التي تعمل فيها يؤثر جدا على عقليات الموظفين. لقد تجاوزت الفكرة التقليدية للمكتب إذ أن الآن أماكن العمل أصبحت بيئات مرحة تشجع على اللعب و خاصة على الإبداع. استخدام ألوان زاهية و اشكال مختلفة و حيوية يسهل التفكير التباعدي.

إذ أن شركة التصميم العالمية IDEO (ايدوو) حولت حافلة صغيرة إلى قاعة اجتماع و أيضا الشركة العالمية Pixar Animation Studios صممت افلام من الرسوم المتحركة، مثل: Toy Story (توي ستوري) أو Cars (كارس) حيث لا يوجد مكاتب محيطة بجدران بيضاء بل مكاتب موجودة في بيوت خشبية ملونة. و حتى المكتب السويسري لغوجل (محرك البحث العملاق) قدم للموظفين طريقة مرحة جدا للتنقل من طابق إلى آخر: شريحة عملاقة و قطب كبير.

يعتبر اللعب تجربة إبداعية لذلك يحتاج إلى مجموعة واسعة من الأنشطة التي تنمي الذكاء و البناء العقلي و التي يمكن استخدامها في مجالات مختلفة و متعددة مثلا في مجال الفن المعاصر: إذ أن الفن، بشكل عام و بجميع مظاهره، هو أسمى تعبير عن إبداع و خيال الإنسان. بعض الاعمال تشجع الكثير من الناس على المشاركة في أداء الأعمال الفنية كما لو كانت ألعاب جماعية. و لذلك الفنان الفرنسي دانيال بورين (فائز بجائزة Leone d'Oro في عام 1986) يهتم بأعمال تفاعلية. في عمله الأخير (بالتعاون مع المهندس المعماري باتريك بوشين) طلب من زوار المتحف MADRE (مادري) بنابولي لزيارة الركن المخصص بالمرح و الذي يتكون من مباني ملونة و أشكال هندسية متعددة لتشكيل لتمثيل مدينة حقيقية. هذه العروض، التي ألهمت حملة لويس فويتون في 2013، قدمت كثير من الأشكال الزاهية و الملونة التي ذكرت برياض الأطفال كما، مثلا، لعبة الشطرنج العملاقة الموجودة في Palais Royal (القصر

social/

LA MODA DEL #CANCELLETTO

HASHTAG

Giuseppina Peluso

C'era una volta il tasto “#” chiamato cancelletto che serviva per contrassegnare un numero, un codice o quant'altro per i centralini o per quelle noiose segreterie telefoniche, ma improvvisamente il “#” da tasto introvabile è diventato immancabile e onnipresente: all'”Hash” (cancelletto) è stato aggiunto il “tag” (segnale, nel senso di segnalibro).

L'hashtag è uno strumento tipico dei buoni comunicatori, di quelli che vogliono lanciare una notizia e farla girare con successo nel mondo della rete, ma anche del cittadino medio che lo usa quando pubblica una foto. Ce ne sono di tutti i tipi: ironici, politici, sportivi, umanitari, pubblicitari.

Dimentichiamo, quindi, i capitoli o i paragrafi che distinguevano un argomento dall'altro e creavano un ordine mentale necessario per proseguire nello studio o in una qualsiasi lettura.

Ma chi è l'inventore dell' hashtag? Il suo nome è **Chris Messina**, che nel-

la sua biografia si descrive appunto come “hash godfather”. Messina nel suo blog ha scritto: *“La sua adozione e l'uso nei media mainstream è andata ben oltre la mia più sfrenata immaginazione. E mi ha ripagato del tempo impiegato sul decentramento del social networking. In qualche modo mi sento giustificato a considerare l'hashtag come il mio più grande successo”*

Il successo dell'hashtag lo dobbiamo a Twitter. In questo social ognuno può scrivere soltanto sulla propria bacheca, non in quelle degli altri, con il limite fisso di 140 caratteri per post. Per partecipare a una discussione è necessario individuarla in qualche modo, ed è a questo che serve il nostro amico “#”. Cliccando sulla parola successiva si ha accesso a tutti i tweet su quell'argomento. Messina, infatti, immaginò che ogni hashtag potesse creare un canale temporaneo, analogo ai canali Irc (Internet Relay Chat), cioè la prima comunicazione istantanea su internet che permetteva

una discussione diretta tra due utenti o il dialogo tra interi gruppi di persone. Anche Instagram ha introdotto l'hashtag per catalogare le foto. Quello che spopola è **#love** che nel 2014 ha accompagnato oltre 10 milioni di foto. Ovviamente, l'hashtag non possiamo che ritrovarlo anche su Facebook. Attenzione però a non esagerare: il numero di hashtag consigliato è compreso tra uno e tre, e non deve essere usato solo perché di moda. L'ideale sarebbe inserirlo in un contesto.

Qualsiasi strumento di comunicazione se non sai di che si tratta può essere usato dagli altri contro di te per #prendertiperilcollo. #Scusatelavolgarità.

موضة الهاشتاغ # الهاشتاغ

جوزي بلوزو

كانت علامة المربع (#) تستعمل لتحديد رقم او رمز ما ولكنها أصبحت، فجأة، ضرورية في أي شبكة إجتماعية لتصنيف المجموعات و الموضوعات. الكلمة هاشتاغ تأتي من الكلمتين الإنجليزية : هاش (hash) التي تعني علامة المربع تاغ (tag) التي تعني إشارة.

وسم الهاشتاغ أصبح أداة مهمة جدا لأولئك الذين يرغبون في نشر خبر ما على شبكة الإنترنت أو حتى لأولئك الذين يريدون استخدامه مجرد نشر أي صورة عادية: و قد برز دور الهاشتاغ بشكل فاعل في كثير من الاحداث السخرية و السياسية و الرياضية و الانسانية.

و هل تعرفون من هو مخترع الهاشتاغ؟ يعود الفضل في ابتكار الهاشتاغ إلى الأمريكي "كريس ميسينا" (و قد وصف نفسه، في مسيرته الذاتية، مثل "اب الهاشتاغ"). و كتب ميسينا على مدونته الشخصية: لقد تجاوز استعمال الهاشتاغ (في أبرز وسائل الإعلام الرئيسية) مخيلتي. و لقد كافأني هذا النجاح لكل الوقت الذي قضيته في العمل في الشبكات الاجتماعية. و لذلك فأنا اعتبر الهاشتاغ كما أكبر نجاحا لي في حياتي العملية."

يرجع نجاح #الهاشتاغ إلى شبكة تويتر إذ أن مستخدمين هذه الشبكة يقدرون على استعمال 140 حرفا فقط لأي تغريدة قصيرة، لذلك اعتقد ميسينا انه لا بد ابتكار أداة تعمل على تصنيف الموضوعات المتداولة، و ها هو قد نبدأ فاستعمال العلامة المربعة "#". يجب أن نضع على الكلمة المسبوقة بالوسم # للوصول إلى الموضوع الذي يهمنا.

استلهم كريس ميسينا فكرة الهاشتاغ من بروتوكول محادثات الانترنت الشهير "IRC" الذي يسمح بمناقشة مباشرة أو حوار بين مستخدمينه. و لاحقا اعتمدت حتى شبكة انستغرام الهاشتاغ و في 2014 رافق الهاشتاغ "# LOVE" أكثر من 10 مليون صورة، ثم تم تبني الفكرة حتى من قبل شبكة الفيسبوك.

لكن ليس من المجدي استخدام عدد كبير من الوسوم في منشور أو تغريدة واحدة فمن الأفضل ألا يتجاوز الثلاث كلمات و يجب أيضا تجنب استخدام اي وسم غير مرتبط بالموضوع.

SANI, SPORTIVI E VEGETARIANI



VEGETARIANI

Eva Müller *P*

La chiave sta nella radice latina del termine **vegetarianesimo**. *Vegetus*, in latino significa sano, vigoroso e attivo; infatti chi segue in modo serio e responsabile questa pratica alimentare, afferma di sentirsi sano e in forze. In India il 40% della popolazione è vegetariana; negli USA è il 5% e in Italia il 6,5%. Sotto al termine vegetarianesimo vengono raggruppate diverse pratiche alimentari accomunate comunque tutte dall'esclusione di carne di qualsiasi animale.

Le principali sono:

- **latto-ovo-vegetarianesimo** (ovvero il regime più diffuso in Occidente; esclude tutti gli alimenti che derivano dall'uccisione animale (carne, pesce, molluschi, crostacei) ma ammette i prodotti animali indiretti (latte e derivati, uova, miele,) alghe, funghi e tutti quelli vegetali);
- **latto-vegetarianesimo** (vengono escluse le uova);

- **ovo-vegetarianesimo** (esclusione di latte e derivati);
- **veganismo** (sono ammessi solo alimenti di origine vegetale con l'eccezione di alghe e funghi);
- **crudismo vegano** (solo cibi vegetali non sottoposti a trattamenti termici oltre 48°);
- **fruttarismo** (sono ammessi frutta e semi e anche gli ortaggi a frutto come pomodori, peperoni, zucchine e cetrioli).

L'esclusione di carne di qualsiasi animale dalla propria alimentazione è una pratica che storicamente viene testimoniata fin dal VI secolo a.C. dalle religioni quali il Buddismo, l'Induismo, il Taoismo, lo Zoroastrismo ed il Gianismo. Nell'antica Grecia è stato Pitagora a introdurre e a sviluppare nella sua scuola la filosofia vegetariana; mentre se vogliamo giungere all'epoca moderna bisogna guardare all'Inghilterra considerata come patria del vegetarianesimo moderno. E' solo

nel Settecento però che medici dei più vari paesi, dalla Svezia, alla Francia, all'Italia cominciano ad appoggiare la pratica del vegetarianesimo supportando la teoria con studi scientifici. Il 30.9.1847 verrà fondata a Ramsgate (Gran Bretagna) la "Vegetarian Society". Il movimento vegetariano riesce a diffondersi a livello internazionale e durante le contestazioni giovanili degli anni '60 e '70 del Novecento sarà scelto come simbolo di una scelta di consapevolezza e di vita pacifica e salubre. Oggi, le ragioni che spingono verso una dieta che esclude il consumo di carne possono essere di vario genere; principi religiosi, scelta etica di rispetto per la vita animale, attenzione per la salute e preoccupazione per l'impatto ambientale. Infatti, negli ultimi decenni il consumo globale di carne ha subito un aumento impressionante, passando secondo i dati FAO, da 45 milioni di tonnellate nel 1950 a 233 milioni di tonnellate nel 2000. Questa crescita non può non avere risvolti

negativi sui ritmi naturali terrestri. Sicuramente, però, le due motivazioni più sentite sono il rispetto verso altre forme di vita e il fattore salute. I Vegetariani convinti tentano di indossare solamente capi che escludano l'origine animale, non ammettendo quindi l'utilizzo di pelle, pelliccia, lana, seta o piuma. Per quanto riguarda invece la salute, con la crescente evidenza di una correlazione tra il consumo di carni rosse e conservate ed il rischio di malattie cardiovascolari, tumori o diabete di tipo 2; insieme a numerosi studi sui benefici dei cibi vegetali, si è avuta una spinta verso una maggiore attenzione all'alimentazione. Il potassio, gli antiossidanti, l'acido alfa-linolenico e i folati presenti in frutta e verdura contribuiscono a ridurre i livelli ematici di colesterolo e a regolarizzare la pressione sanguigna. Sicuramente è fondamentale rispettare costantemente un giusto equilibrio di tutte le sostanze nutritive per evitare carenze. Quelle classiche richiamate dagli scettici riguardano



la presunta carenza di ferro (basta assumere **giuste dosi** di legumi e cereali integrali, vitamina C e limitare l'assunzione di tè e caffè che ostacolano l'assorbimento del ferro); la carenza di calcio per i vegani (si può sostituire l'assunzione del calcio derivante da latte e derivati con verdure a foglia verde, mandorle, sesamo, frutta secca e legumi); la carenza di vitamina B12 (supplire mediante consumo di soia, legumi, cereali integrali, germe di grano, noci e verdure a foglia verde.) *Insomma si può vivere in salute anche da vegetariani e si può addirittura diventare campioni sportivi!* Sono numerosi i volti noti dello sport che, contraddicendo il mito dello sportivo bisognoso di proteine animali hanno vinto le più disparate competizioni pur seguendo una dieta vegetariano o vegana.

- **Martina Navratilova**, vegetariana, tennista numero 1 nel mondo per nove anni di seguito; l'unica atleta che ha vinto in tutte le possibili specialità (singolo, doppio e doppio misto) a Wimbledon, Roland Garros, Flushing Meadows e Melbourne.
- **Carl Lewis**, vegano, campione di salto in lungo ed ex primatista mondiale dei 100 metri con 9"86 sec.
- **Scott Jurek**, vegano, primo della storia ad essere vincitore per sei volte di seguito dell'ultra maratona

"Western States 100 Mile Endurance Run" dal 1999-2004; nel 2004 ha battuto il record per questa ultramaratona con un tempo di 15 ore, 36 minuti e 27 secondi.

- **Bill Pearl**, vegetariano, considerato uno dei più grandi body builder di tutti i tempi; nel 1971 a 41 anni ha vinto il titolo di Mr Universe.
- **Piero Venturato**, vegetariano, a 15 anni soffriva di rachitismo toracico; dopo anni di allenamento e alimentazione vegetale è stato il primo italiano a conquistare per due volte il titolo di campione del mondo di culturismo (in tutte le categorie) dopo aver vinto 7 titoli italiani e 5 europei.
- **Brendan Brazier**, vegano, ex triatleta professionista, "Ironman", due volte campione canadese all'ultramaratona. E' riconosciuto come uno dei massimi esperti mondiali di nutrizione vegetale. Il suo motto è "**meno energia richiederà la digestione, più energia avrai per te**". La sua piramide alimentare è composta nel modo seguente: 45% vegetali fibrosi, 20 % proteine (legumi, semi e pseudocereali come quinoa, riso selvatico, amaranto o grano saraceno), 20% frutta, 10% grassi (frutta secca, noci, avocado, olii non raffinati), 5% amidi e cereali (riso integrale, patate, pasta, zucca).

سليم و رياضي و . . نباتي النباتيين

أفا مولر ب

الرئيسي لنمو هذا النظام داخل الشعوب العصرية هو سبب اخلاقي إذ أن النباتيون يرفضون بتاتا فكرة ذبح الحيوانات من أجل أكل لحومها. ومع ذلك فإن نسبة أخرى من النباتيين يتبعون هذا النظام فقط لما له من فوائد صحية على جسم الإنسان هناك أيضا من يرفض أكل اللحوم لأسباب دينية. وحسب بيانات منظمة الأغذية والزراعة فإن

في العقود الأخيرة ارتفعت نسبة استهلاك اللحوم في العالم من 45 مليون طن في سنة 1950 إلى 233 مليون طن في سنة 2000. هذا النمو لا يمكن أن لا يكون له تأثير سلبي على الطبيعة. يرفض النباتيين أيضا ارتداء ملابس من مصادر حيوانية مثل الجلد و الفراء و الصوف و الحرير و الريش. أما بالنسبة للصحة فهناك دلائل كثيرة تشير إلى أن استهلاك اللحوم الحمراء تؤدي إلى الإصابة بأمراض خطيرة مثل مرض السكري و القلب و السرطان. عديد من الدراسات أكدت فوائد الغذاء النباتي إذ أن البوتاسيوم وحمض الليولينيك و حمض الفوليك الموجود في الغلال و الخضراوات تساعد على خفض نسبة الكوليسترول في الدم و تنظيم ضغط الدم. بالتأكيد يجب دائما أن نراعي التوازن الصحيح بين جميع العناصر الغذائية، و لتجنب النقص في الحديد يجب أكل الفاصوليا و الحبوب الغنية بالفيتامين س و خاصة الحد من تناول الشاي و القهوة التي تعيق امتصاص الحديد؛ أما بالنسبة إلى الخضريين فيمكن تعويض نقص الكالسيوم مع أكل الخضراوات و اللوز و البقوليات و بذور السمسم و المكسرات (و كل هذه الأطعمة تحتوي أيضا على الفيتامين ب12). إذا يمكن العيش في حالة صحية جيدة حتى و لو كنا نباتيين و يمكن أيضا أن نصبح من نجوم الرياضة! و هناك الكثير من أبطال الرياضة الذين يتبعون هذا النظام الغذائي مثل:

- مارتينا نافراتيلوفا نباتية و بطلة العالم في التنس لمدة 9 سنوات متتالية.
- كارل لويس خضرية حامل الرقم القياسي العالمي السابق في سباق 100 متر مع 86"9 ثانية.
- بيل بيرل نباتي و يعتبر من أكبر لاعبي كرة القدم في كمال الجسم.

الكلمة اللاتينية "vegetus" (فاجتوس) تعني صحي، قوي و نشيط؛ و أولئك الذين يتبعون النظام الغذائي النباتي قالوا إنهم يتمتعون بصحة جيدة. في الهند 40% من السكان يتبعون هذا النظام الغذائي (في الولايات المتحدة الأمريكية 5% فقط و في إيطاليا 6.5%). في هذا النظام الغذائي لا يجب أكل أي نوع من اللحم. كل شخص يمارس هذا النظام بطريقة شخص يوجد طرق مختلفة لممارسة هذا النظام. و أهم الطرق هم:

- نباتيو البيض و الالبان: في هذا النظام يستبعد الإنسان كل الأطعمة التي تأتي من قتل الحيوانات لكنه يسمح أكل كل المنتجات الحيوانية مثل الحليب و البيض و العسل.
 - نباتيو الالبان: في هذا النظام يمكن أكل النبات و يتناولون اللبن و مشتقاته لكن لا يمكن أكل البيض.
 - النباتية الصرفية أو الخضرية: في هذا النظام يستثنى الإنسان كل المواد التي تأتي من الحيوانات كالبني و الحليب و غيرها.
 - الخضرية الخاصة: هذا النظام يمنع أكل الأطعمة المطبوخة في درجة تتجاوز 48° مئوية.
 - نباتيو الغلال: هذا النظام يسمح باكل الغلال و البذور جميع الخضروات.
- هناك عدة وثائق تاريخية، التي ترجع حتى القرن السادس قبل الميلاد، تؤكد أن كثير من الديانات الغير السماوية مثل البوذية و الهندوسية و الطاوية و الزرادشتية و اليانية كانوا يمارسون هذا النظام الغذائي. و قد قدم الفيلسوف الكبير بيثاغور هذه النظرية النباتية في مدرسته، أما في العصر الحديث فأول ما ظهرت هذه الكلمة كان في النصف الثاني من القرن التاسع عشر بواسطة تاسيس المجتمع النباتي البريطاني "Ramsgate".

حركة النظام النباتي انتشرت في أغلب بلدان العالم في الستينيات و السبعينات من القرن العشرين إذ أنه اختار مثل رمز للسلم و الصحة. السبب

food/

POLVERE DI MAGIA

LE SPEZIE

Rosaria Angelino

“A volte mi chiedo se la realtà esiste davvero, se c'è veramente una natura delle cose, obiettiva e intatta o se tutto ciò che ci accade è già modificato in anticipo dalla nostra immaginazione. Se sognando qualcosa gli diamo vita.”

CHITRA BANERJEE DIVAKARUNI, *La maga delle spezie*, Torino, Einaudi, 2014.

Inebrianti e dai colori cangianti le spezie sono state conosciute, usate ed amate sin dall'antichità. Sono il condimento più antico ma non solo. Le spezie sono da sempre utilizzate anche per le loro proprietà terapeutiche ed igienizzanti. Tra gli usi più singolari voglio annoverare quello degli egizi, che già intorno al 2600 a.C. fornivano agli schiavi, impegnati nella costruzione delle piramidi, dei cibi speziati allo scopo di renderli meno attaccabili da eventua-

li malattie quali epidemie. Nella storia dell'uomo, pochi alimenti sono stati rilevanti. L'esclusiva origine d'Oriente e il costo stratosferico per trasportarle in Occidente, a volte il costo era di 1000 volte superiore rispetto al prezzo originale poiché direttamente proporzionale alla durata del trasporto, fu la molla che spinse i grandi navigatori alla ricerca di nuove rotte marittime e alla scoperta di nuovi continenti dove poter coltivare tali fonti di danaro. Non dimentichiamo che Cristoforo Colombo nel maggio del 1492 riuscì a farsi finanziare un viaggio verso l'Ovest dalla regina Isabella di Spagna e che, approdato nell'isola che battezzò San Salvador, credette di aver scoperto le Indie Occidentali.

È evidente dunque l'origine d'élite di queste magiche “droghe”: la parola “spezie” deriva dal latino “species” nel senso di merce speciale, di valore... lo sapevate che il pepe, per un certo periodo storico, valeva più dello stesso oro?

Bottegaio ed abile artigiano, un po'

medico ed un po' mago, era invece l'utilizzatore per eccellenza delle spezie nel Medioevo: lo speziale combinava usanze e scienza medica con un tocco di superstizioni e sapere popolare per creare una miscela magica, altamente redditizia. Un mondo assolutamente singolare e misterioso in cui noce moscata, zenzero e coriandolo o ancora pepe, cannella e anice governavano bilance, fornelli, ampolle e vasi decorati.

Credo sia da qui che maghe ed indovini hanno iniziato a sigillare un legame segretamente viscerale con questa polvere di magia utilizzandola come antidoto all'amore, alla vecchiaia, alla morte. Stessa origine suppongo anche per quei segreti sicuramente ben noti alle nonne delle nostre nonne. “Semi di vaniglia ammorbiditi nel latte di capra e strofinati sui polsi proteggono dal malocchio (...). Una dose di pepe a forma di mezzaluna ai piedi del letto tiene lontani gli incubi”. Le spezie, direi quasi come una versione green oggi decisamente alla moda, sono

surrogati di misteriose miscele da “pentoloni di stregoneria”. Oggi infatti l'utilizzo delle spezie, sebbene esteso agli usi più comuni, evoca ancora significati magici e proprietà segrete. Profumi delicati, sapori intensi, colori vivaci, le spezie rappresentano il quid che accende gusti e passioni del palato. Questa polvere di magia ha importantissime proprietà benefiche per il nostro organismo. Al gusto, si aggiunge il benessere: le spezie apportano validi aiuti naturali alla digestione, all'equilibrio intestinale, alla produzione di flora batterica ed alla formazione di enzimi positivi. Favoriscono inoltre un minor utilizzo di grassi e sale rendendo ciò che mangiamo molto appetibile con un ridotto contenuto calorico.

Molte spezie, particolarmente quelle più diffuse nella cucina indiana ed orientale, con il loro carico di antiossidanti e anti-infiammatori aiutano il sistema immunitario e possono agevolare il mantenimento del peso forma. L'universo spezie a nostra disposizione è così vasto

POLVERE DI MAGIA



Ecco quindi un elenco delle principali spezie da utilizzare:

- **CURCUMA** - Perfetta sia fresca che secca in tutte le ricette, è chiamata la regina delle spezie per le sue proprietà curative e preventive. Riconosciuta da numerosi studi scientifici come un grande anti-tumorale, ha un ottimo potere cicatrizzante. Contiene molte sostanze benefiche tra cui sali minerali, il gruppo delle vitamine B e un alto contenuto di vitamina C.
- **PEPE** - Da abbinare a carne, salse, paste e minestre, il pepe possiede proprietà diuretiche, antisettiche e disinfettanti. Gli effetti benefici di questa spezia vengono potenziati se abbinata alla sorella Curcuma. Le varianti nero, verde e bianco caratterizzano un differente grado di maturazione dello stesso frutto, contrariamente al pepe rosa che deriva da un'altra specie di pianta: esso è infatti anche chiamato falso pepe.

- **ZENZERO** - Da usare con la carne o con il pesce o anche per preparare dolci secchi, lo zenzero è noto nei periodi invernali per ridurre le infiammazioni alla gola e contro i malanni delle fredde stagioni. La radice, inoltre, pare che abbia degli effetti benefici per la nausea e i giramenti di testa.
- **CANNELLA** - Particolarmente profumata e gustosa per insaporire dolci, liquori e tè, è uno stimolante naturale contro la stanchezza, le anemie e la circolazione. Per le notevoli virtù tonificanti e disinfettanti, la cannella è un prezioso aiuto per aumentare le difese dell'organismo nelle malattie infettive. Ha inoltre un effetto curativo nei confronti della glicemia: svolgendo una funzione molto simile all'insulina, contribuisce ad abbassare il valore degli zuccheri nel sangue.
- **NOCE MOSCATA** - Consigliata nei ripieni e nel purè di patate, nel

vin brulé e nei punch e per profumare i dolci, possiede proprietà curative, oltre che afrodisiache. E' in grado di alleviare mal di denti e, se usato come olio essenziale da massaggio, è ottimo per i dolori muscolari.

- **ZAFFERANO** - Fondamentale nella preparazione del tipico risotto alla milanese, è la spezia più costosa al mondo. Viene utilizzato come rimedio all'insonnia, ai dolori mestruali, al mal d'auto e all'insonnia. Essendo un potente antiossidante, il suo utilizzo contrasta efficacemente i radicali liberi, responsabili dell'invecchiamento cellulare. Inoltre pare che questa spezia possa regolare il tono dell'umore.
- **PEPERONCINO** - Abbinabile con quasi tutti i cibi, il peperoncino possiede proprietà risapute ormai a tutti. Utile per contrastare problemi di prostata, per migliorare la circolazione sanguigna, i disturbi di artrite, di cervicale, il peperoncino,

inoltre, è un ottimo antiossidante perché contiene più vitamina A del pepe e vitamina C contenuta in un'arancia.

Coriandolo, cumino, anice, cardamomo, chiodi di garofano ed ancora semi di papavero, di sesamo, di finocchio... Semi o baccelli, fiori, stigma, boccioli, bacche aromatiche, frutti, radici, gambi e cortecce (da non confondere con le erbe aromatiche, ovvero foglie profumate o a volte gambi verdi delle piante giovani tipo prezzemolo, rosmarino, basilico). "Posso chiamarle una ad una con il nome assegnato loro quando la terra si spaccò come una scorza per offrirle al cielo. Il calore che emanano mi scorre nelle vene. Dall'amchur, la polvere di mango, allo zafferano, tutte si piegano ai miei comandi. Un sussurro, e mi svelano proprietà segrete e poteri magici. Sì, possiedono tutte un pizzico di magia, anche le spezie che quotidianamente gli americani spargono sulle pietanze senza pensarci troppo.

الغبار السحري التوابل

روزاريا انجلينا

"أحياناً أتساءل إذا كان الواقع موجود فعلاً أما إذا كان كل شيء خيالاً."
(كيترا بنرجي ديفاكروني).

عرفت واستعملت التوابل منذ عصور قديمة. لم تستعمل فقط التوابل كبهارا فقط بل استخدمت أيضاً لخصائصها العلاجية والتعقيمية إذ أن الفراغنة، في حوالي عام 2600 قبل الميلاد، كانوا يستعملون التوابل لتجنب الأمراض والأوبئة.

تأتي معظم التوابل من الشرق لذلك كان من الصعب جداً نقلها إلى الغرب إذ كان يتكلف نقلها 1000 مرة أكثر من سعرها الحقيقي، لذلك قرروا الرحالة أن يبدأوا في تجارة التوابل وهذا ما أدى لاكتشاف القارة الأمريكية من طرف الرحالة كريستوفر كولومبوس عام 1492 إذ كان يعتقد أنه قد وصل إلى الهند. في القرون الوسطى كان يعتبر صاحب متجر التوابل طبيباً! كان هذا المكان يحتوي على نوع من الغموض وحتى من السحر، فكان يباع التوابل يمزج قرفة و ينسون و توابل أخرى لخليطه السحري.

أصبحت التوابل اليوم موضة، ويتم استعمالها في الكثير من الأشياء مثل العطور وصفات الطبخ الراقية ولكن مع ذلك لا تزال تحتوي على نوع من السحر الذي تجلبه ألوانها الزاهية وطعمها ورائحتها. ولدى التوابل خصائص مفيدة جداً للجسم إذ أنها تسهل عملية الهضم وتحفظ على توازن بين الأمعاء وتشكل الكثير من الإنزيمات وكثير من التوابل، خاصة تلك الأكثر شيوعاً في الهند وفي الشرق، تحتوي على المواد المضادة للاكسدة ومضادة للالتهابات وتساعد أيضاً على الحفاظ على الوزن الصحي. وهنا قائمة لعدة توابل وفوائدها:

- **الكركم:** يدعى ملك التوابل إذ أن الكثير من الدراسات العلمية أظهرت أنه مضاد لمرض السرطان ويحتوي أيضاً على الفيتامينات مجموعة ب و س.
- **فلفل:** هو مطهر ومعقم. اختلاف ألوانه (أسود وأخضر وأبيض) ليست سوى درجة نضوج حبة الفلفل. الفلفل الورد ياتي من نبتة أخرى.
- **زنجبيل:** يستعمل للحد من التهابات الحلق أما الجذر الزنجبيل فيستعمل ضد الغثيان والدوخة.

- **القرفة:** تستعمل لعلاج فقر الدم ومرض السكري إذ أنها تساعد على التخفيض من نسبة السكر في الدم وتؤدي دور مشابه لدور الأنسولين.
- **جوز الطيب:** يستعمل للتخفيف من وجع الأسنان و إذ استعمل كزيت فهو مفيد جداً للألام العضلات.
- **الزعفران:** يستعمل لعلاج الأرق و يساعد أيضاً على تأخير الشيخوخة.
- **الفلفل الحار:** يساعد على علاج البروستاتا و التهاب المفاصل و يساعد على تحسين الدورة الدموية و هو أيضاً مضاد للاكسدة لأنه يحتوي على فيتامين أ و س.
- أنواع التوابل لا تعد ولا تحصى و كل منها لديه الكثير من الفوائد الصحية.



FOOD STRATEGIST:

UNA PROFESSIONE TUTTA DA SCOPRIRE E... ASSAPORARE!

Simona Lucia La Placa

Nei blog, ma anche in televisione, sempre più spesso viene citata una nuova figura professionale: quella del food strategist. Chiediamo, dunque, a Veronica Fossa, che opera in questo settore, qualche approfondimento...

[Ciao Veronica, cosa significa essere una food strategist?]

Food strategist vuol dire sviluppare delle strategie food per marchi, aziende e istituzioni nel settore gastronomico. E' una professione che combina diversi aspetti e competenze: dalla visione focalizzata sugli obiettivi micro e macro all'attenzione per le novità e i trend del mercato.

[Come è nata la tua passione per il food?]

Mi è sempre piaciuto cucinare e mangiare. Mia mamma è sempre stata, ed è tuttora, la mia fonte d'ispirazione più grande e la cuoca migliore in assoluto. Quando studiavo in Svezia nel 2010, avevo l'abitudine di organizzare cene per i miei amici e compagni per conoscerci meglio. Il cibo è sempre stato per me un'occasione di convivialità oltre che il modo più semplice per conoscere altre culture. Quando mi sono trasferita a Helsinki, nel 2011, con alcune amiche abbiamo aperto un ristorante in un negozio di fiori, nell'ambito dell'iniziativa Restaurant Day, a cui ne sono seguiti altri tre, di cui uno, il primo in assoluto, in Italia, in una galleria d'arte in provincia di Vicenza nel 2012. In seguito sono stata selezionata tra i 12 partecipanti di un corso di food business chiamato Open Kitchen, organizzato dal comune di Helsinki e Sitra, il Fondo Finlandese d'Innovazione. Grazie a questo corso, mi sono resa conto che potevo trasformare la mia passione in professione.



[Quali percorsi accademici e professionali ti hanno portata a intraprendere questa professione?]

Ho una formazione prettamente economica con un MSc in Economics, Management and Technology of Entertainment and Art conseguito presso la Jönköping International Business School in Svezia e un anno trascorso come visiting student presso la Aalto University a Helsinki al master in International Design Business Management. Durante gli studi e in seguito alla laurea ho lavorato come project manager e in marketing e comunicazione per marchi di design e moda nordici e italiani. Nel 2013, ho deciso di partecipare al programma Europeo per giovani imprenditori che mi ha portata a collaborare con una luxury dining agency di Copenhagen. Il momento in cui ho deciso di avviare la mia attività è arrivato durante una cena nella capitale danese organizzata da una coppia di cuochi/designer.

[Quali sono i punti cardine di questa professione?]

Ogni giorno leggo tanto e continuo a formarmi nell'ambito del service design e design thinking. Inoltre, partecipo a fiere di settore e conferenze nell'ambito della cultura gastronomica, design, tecnologia e creatività.

[Qual è l'aspetto che ti piace di più di questa professione?]

La dimensione multidisciplinare. Inoltre, è un lavoro che mi permette di viaggiare, vedere nuove realtà e sperimentare lo stile di vita del digital nomad.

[Quali opportunità in vista di Expo?]

L'Expo di per sé ha sicuramente attirato l'attenzione sul settore del food.

Ora resta da vedere se una manifestazione di tale portata riuscirà a sensibilizzare le aziende sulla necessità di approcciare il cibo in modo olistico e di innovarsi. D'altro canto, si spera anche che il consumatore diventi più attento e sensibile a problematiche, come, per esempio, lo scarto di cibo.

[Consigli e prospettive per chi vuole intraprendere questo mestiere?]

Tanta curiosità, intraprendenza, un occhio per le novità, passione per ogni aspetto del food e assolutamente una formazione con un indirizzo comunicativo e business. Sto cercando stagisti, quindi accetto candidature!

استراتيجيين الطعام مهنة لازالت تكتشف و... تتذوق

سيمونا لوشيا لبالكا

غالبًا ما نسمع في التلفزيون و على الإنترنت التحدث عن مهنة جديدة:
"استراتيجيين الطعام" (Food strategist). لذلك قابلنا فارونيكافوسى
لتعميق هذا الموضوع.

[أهلا فارونيكافا، هل يمكنك التفسير للقراء ماذا يعني استراتيجيين الطعام؟]
هذا العمل يساعد على تنمية و تطوير استراتيجيات الشركات و المؤسسات
المختصة في صنع الطعام.

[كيف ولد حبك في مجال الطعام؟]

منذ أن كنت صغيرة كنت أحب طهي الطعام (و تناوله ايضا)، مصدر إلهامي في
المطبخ هي امي إذ أنها بالنسبة لي احسن طبخة في العالم. عندما كنت ادرس
في السويد عام 2010 كنت ادعو دائما أصدقائي لتناول الطعام مع بعض إذ أن
الطعام بالنسبة لي هو أسهل طريقة للتعرف على الثقافات الأخرى. عندما انتقلت
إلى هلسنكي في عام 2011 فتحت مع بعض الأصدقاء مطعم في محل لبيع
الزهور و الذي اعقبه ثلاث مطاعم أخرى (واحد منهم في محافظة فينشنزا في
إيطاليا).

في عام 2012 تم اختياري من بين المشاركين في دورة الطبخ "Open
Kichen" الذي نظمته مدينة هلسنكي و صندوق الابتكار الفنلندي. و بفضل
هذه الدورة أدركت ان يمكن أن احول هوايتي إلى مهنة.

[ماذا درست حتى تمكنت من تنفيذ هذه المهنة؟]

أنا عندي ماجستير في الاقتصاد و الإدارة و التكنولوجيا نلتها في مدرسة
يونكوبينغ في السويد و أمضيت سنة في جامعة التو في هلسنكي كطالبة زائرة
حيث نلت ماجستير آخر في إدارة الأعمال الدولية. خلال أعوام الدراسة عملت
كمديرة مشروع و تسويق و اتصالات لعدد من الشركات في إيطاليا و في شمال
أوروبا. في عام 2013 قررت الاشتراك في البرنامج الأوروبي لتمويل الشباب،
هذه التجربة دفعتني للعمل في وكالة الطعام الفاخرة في كوينهاجن.

[ما هي النقاط الرئيسية لهذه المهنة؟]

أنا اشارك دائما في المعارض و المؤتمرات التجارية التي تخص مجال الطعام و
الإبداع حتى أن أستطيع تنمية و تحسين خبراتي و أعمالتي.

[ما هو الجانب الذي تحببته في هذه المهنة؟]

أحب هذه المهنة لأنها متعددة التخصصات و أيضا لأن هذا العمل يسمح لي
بالسفر و بمعرفة بلدان و حضرات جديدة.

[ما هي الفرص التي يتيح بها المعرض "Expo 2015" بميلانو؟]
المعرض لفت بالتركيز الانتباه على مجال الطعام و لكن يجب على الشركات
المتخصصة في مواد الغذائية أن تكون مقتنعة بأن الطعام هو مجال دائم
التطور.

[ما هي نصائحك لأولئك الذين يرغبون في ممارسة هذه المهنة؟]

لممارسة هذه المهنة يجب أن تكون نحبها و نحب خاصة كل جوانب الطعام. يجب
أن يكون قد درسوا إقتصاد و اتصالات. اني ابحث عن متدربين و أقبل
الترشحات!

ICON BAGS

Roberta Nassiale

Di ogni forma, materiale e colore, le borse sono l'oggetto del desiderio di ogni donna. Ma solo alcune di esse posseggono un qualcosa di magico, unico e inspiegabile che le eleva dallo status di semplici borse a ICON BAG e, che, nonostante abbiano subito variazioni di ogni genere riescono a restare fedeli al loro valore. Abbiamo selezionato quattro borse del '900 che ancora oggi riescono a far brillare gli occhi di tutte le donne.



CHANEL 2.55
BAG

La più desiderata in assoluto è la piccola creazione in pelle matelassée firmata Chanel. Deve il suo nome al giorno in cui è stata prodotta per la prima volta dalla Maison francese ossia nel Febbraio del 1955. Dopo ben 25 anni di prove Mademoiselle Coco è riuscita a liberare le mani delle donne da ingombranti e scomode borsette, per lasciare spazio alla doppia catena che funge da tracollina. Una scelta arditata che ha, però, fatto la sua fortuna e tratto distintivo. Dopo anni Karl Lagerfeld, ha apportato delle modifiche alla iconica 2.55, riuscendo a non trasformarla, facendola restare una IT.



LOUIS VUITTON PETIT NOÉ' BAG

La più giovane e iconica in termini di forma e funzionalità. La Petit Noé è stata commissionata a Gaston Vuitton da un noto produttore di champagne, che aveva bisogno di una borsa che potesse contenere cinque bottiglie. Così pensò ad una borsa dalla forma tubolare con fondo piatto e rigido, la comune forma a sacco, una forma senza tempo ma ugualmente giovane e spensierata come le donne che avevano appena iniziato ad indossare gonne corte e capelli corti. La prima fu prodotta nel '32 in pelle naturale color oro pallido, come il colore dello champagne. Ma ad oggi, le sue versioni sono innumerevoli.



GUCCI BAMBOO BAG

Un classico intramontabile firmato Gucci. Nata nel 1954 da un'astuta mossa di Guccio Gucci che inserì un manico in bamboo, un elemento esotico che, durante il tempo della guerra, rappresentava nell'immaginario collettivo una speranza, luoghi lontani e floridi. La Bamboo Bag deve la sua fama al jet set cinematografico: Liz Taylor, Ingrid Bergman e Vanessa Redgrave sono solo alcune delle dive che hanno scelto di indossare questa creazione italiana facendola diventare un oggetto del desiderio. Nel 2010, Frida Giannini, la restilizzò aggiungendo una tracollina metallica ma senza stravolgerla ulteriormente facendola diventare la *New Bamboo*.



HERMÈS KELLY BAG

La più famosa di tutti i tempi. Nata nel 1937 da Adolphe e Emile- Maurice, nipoti del fondatore della Maison Thierry Hermès. La Maison nasceva come selleria, non a caso la Kelly nacque come borsa da sella. I due fratelli Hermès, decisero di ridurne le dimensioni, trasformandola, in una borsa da passeggio. Ma la vera fama di questa borsa arrivò circa vent'anni dopo, nel 1956, quando la principessa di Monaco, Grace Kelly cercò di nascondere la rotondità della sua prima gravidanza con questo grande modello Hermès. La foto fece il giro del mondo e il successo fu immediato tanto da ribattezzarla come Kelly in onore della principessa di Monaco.



HERMES KELLY
هيرميس

GUCCI BAMBOO
غوتشي

LOUIS VUITTON PETIT NOÉ'
لويس فيتون

هيرميس كيللي: اكيد هذه الحقيبة هي الأكثر شهرة في العالم. تم تصميم هذه الحقيبة عام 1937 من قبل الأختة ادولف و اميل موريس اقرباء مؤسس الميزون تيرري هيرميس؛ و قد صممت الحقيبة كيللي لاستخدامها أثناء رحلات الصيد. فما بعد قرروا الأختة هيرميس التصغير من حجمها و هكذا تحولت إلى حقيبة للخروج. لكن الشهرة الحقيقية لهذه الحقيبة وصلت بعد حوالي عشرين عاما عندما حملتها أميرة موناكو غريس كيللي في سنة 1956، و لذلك سميت الحقيبة كيللي تكريما للأميرة.

غوتشي بامبو: صمم غوتشو غوتشي هذه الحقيبة عام 1954 و كان مقبضها مصنوع من الخيزران. يرجع نجاح هذه الحقيبة إلى نجومات هوليوود مثل: ليز تايلور و انغريد بيرغمان اللواتي اختاروا ارتداء هذه الحقيبة.

لويس فيتون بوتي نوا (Petit Noé): كلف غاستون فويتون من قبل منتج شامبانيا لتصميم حقيبة قادرة على احتواء خمسة زجاجات معا. و هكذا فكر فويتون في تصميم حقيبة في شكل الكيس. هذا الشكل الحديث للحقيبة كان يلائم نساء ذلك الوقت. انتجت "البوتي نوا" لأول مرة في عام 1932 و قد تم استعمال الجلد الطبيعي لصنعها، و كانت ذهبية اللون (مثل لون الشمبانيا).



CHANEL 2.55
شانيل

شانيل 2.55: يعود اسم هذه الحقيبة (شانيل 2.55) إلى الشهر الذي تم فيه إنتاجها لأول مرة، في فبراير 1955. بعد 25 عاما من التجارب تمكنت الأتسة كوكو تحرير أيدي النساء من الحقائب الضخمة و الغير مريحة لافساح المجال أمام حقيبة الكتف. و بعد عدة سنوات جعل كارل لاغرفيلد من الشانيل 2.55 رمزا للثافة في العالم.

الحقيبة الرمز سروربارتا فريالى

بجميع أشكالها و ألوانها و المواد التي صنعت بها فتبقى دائما الحقيبة موضوع يهم كل امرأة. لكن عدد قليل من الحقائب كان قدرا على فتننا و على التحول من حقيبة بسيطة إلى "ICON BAG" (الحقيبة الرمز)، و هكذا اخترنا 4 حقائب التي رمزت القرن العشرين و التي لا تزال تألق عيون النساء.



ANNA CARILLO

DALLA DANZA ALLA MODA

Emisa M'sakni e Roberta Neri

Il gusto delle donne interpretato da una giovanissima con l'irrefrenabile voglia di collezionare successi.

[Lizalu' e Hanny Deep sono l'espressione di un'azienda storica come la Carillo Fashion. Com'è nata l'azienda e come l'idea di due marchi così diversi e modaioli?]

Il successo della Carillo Fashion Spa risiede nell'aver saputo e nel saper ancora oggi interpretare i gusti delle donne esaltandone le diversità. Hanny Deep e Lizalu' rispecchiano questa filosofia. I due brand si rivolgono, infatti, a due diversi target di donna: la prima eclettica e dal look forte, la seconda consapevole, intraprendente e dalle curve morbide; entrambe accomunate da una irrefrenabile voglia di femminilità, sensualità e modernità.

[Com'è nato il passaggio dalla danza alla moda?]

Il passaggio tra i due mondi non è stato così netto. In una fase iniziale, la mia non è stata una scelta voluta. Diciamo che, in un certo senso, gli eventi mi hanno fortunatamente travolta catapultandomi in un mondo nuovo ed affascinante di cui oggi non potrei fare assolutamente a meno. Dalla mia precedente esperienza porto via un forte spirito di sacrificio, di determinazione e di passione che ogni giorno mi guidano e mi accompagnano nel lavoro come nella vita.

[Avresti mai pensato di entrare a far parte dell'azienda di famiglia con un ruolo così cruciale?]

No, la vita mi ha piacevolmente sorpresa!

[Anna Carillo, 25 anni, e già alla guida di due uffici stile come ti senti ad essere così giovane e ad avere così tante responsabilità?]

Non è facile gestire tante responsabilità e coniugare la vita privata, affettiva e lavorativa penso che questa sia una difficoltà comune a tutte le donne che lavorano per affermarsi nella vita e per realizzarsi da un punto di vista professionale. Sicuramente ho il vantaggio di trovare nella passione per il mio lavoro la giusta spinta per guardare oltre e per affrontare ogni sfida professionale con energia ed entusiasmo.

[Hanny Deep si rivolge ad una donna giovane ed intraprendente che si differenzia dalla massa. Ti ci rivedi in questo target?]

Sicuramente non potrei comunicare ed esprimere attraverso le mie collezioni un qualcosa che non appartiene al mio modo di essere.

[Da dove arrivano le tue ispirazioni per le tue collezioni?]

Le mie collezioni nascono da un intenso lavoro di ricerca, dallo studio delle tendenze e dai frequenti viaggi. Il più delle volte dal solo contatto con un tessuto prende vita una creazione, un capo che andrà ad arricchire le mie linee.

[Hanny Deep una tua creatura, dopo la start up di successo quale sarà il secondo passo?]

Continuare a collezionare successi!

أنا كاريلو

من عالم الرقص إلى عالم الأزياء

أميرة مساكني و روبرتا فاريللي

["ليز لو" و "هاني ديب" هما يمثلان شركة الأزياء "كاريلو فاشن" (Carillo Fashion) فكيف نشأت فكرة تأسيس هذه الشركة و فكرة هذه العلامات التجارية المختلفة عن بعضهما؟]
نجاح "Carillo Fashion" يعود الى معرفة كيفية تفسير أذواق النساء و تصنيفهم. ليز لو و هاني ديب يتوجهون إلى طبقتين مختلفتين من النساء: ليز لو تتوجه إلى المرأة القوية و هاني ديب تتوجه إلى المرأة ذات المنحنيات الناعمة، فكلاهما يريدون إبراز انوثة المرأة.

[كيف تم الانتقال من عالم إلى عالم الأزياء؟]
في البداية لم يكن خيارى متعمد فسلسلة من الأحداث اوصلتني إلى هذا. تجربتي السابقة جعلت مني أقوى و مواظبة.

[هل توقعت أن يكون لك دورا فعال في ادارة شركة العائلة؟]
لا لم أكن أتصور هذا ابدا، بل كانت مفاجأة طيبة بالنسبة لي.

[أنت تبليغين 25 عاما و تديرين الشركة فكيف تحملت هذه المسؤولية؟]
لم يكن هذا من السهل و خاصة التمييز بين الحياة الخاصة و الحياة العملية و اكيد هذه مشكلة لجميع النساء العاملات، لكن حبي إلى عملي يساعدني على أدائه جيدا.

["هاني ديب" يتوجه إلى المرأة الشابة و العملية، فهل أنت تعتبرين نفسك من طبقة هته النساء؟]
بالتأكيد لا يمكن أن اصمم ملابس لا تعكس شخصيتي.

[ماذا يلهمك في تصميماتك؟]
تنشأ مجموعتي من عدة أبحاث و دراسات كثيفة للسوق. و احيانا من مجرد النظر لقطعة قماش تأتيني فكرة لتصميم جديد.

[بعد نجاح "هاني ديب" مل هي مشاركتك للمستقبل؟]
بالتأكيد أريد جمع نجاحات أخرى!

UPSIDE DOWN

SPAGHETTIMAG. NUMERO #02

creative director Emira M'sakni
assistant Roberta Varriale, Federica Baiano
ph. Milo Alterio
model Hazar_M
stylist Gaia Stella Vitale
hair stylist IDNTY salon / Memi
make up artist IDNTY salon / Ezia Vitale



*Denim APT 05
Top B. Design
Shoes Nina Lilou*



*Denim Adriano Goldschmied
Jacket Sportmax Vintage*





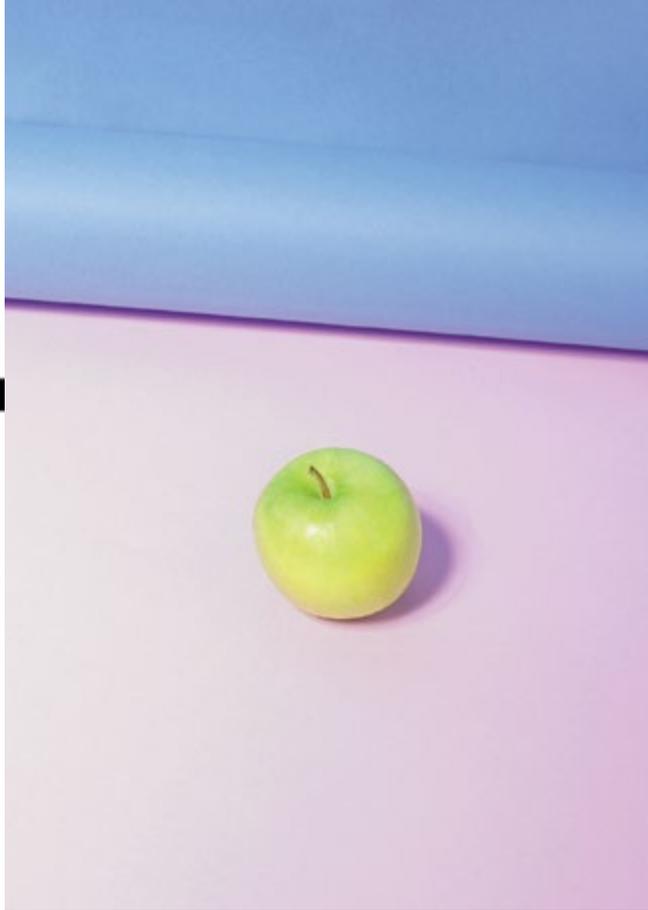
*Suit Hanny Deep
Shoes ASH
Necklace Ashley Grant*



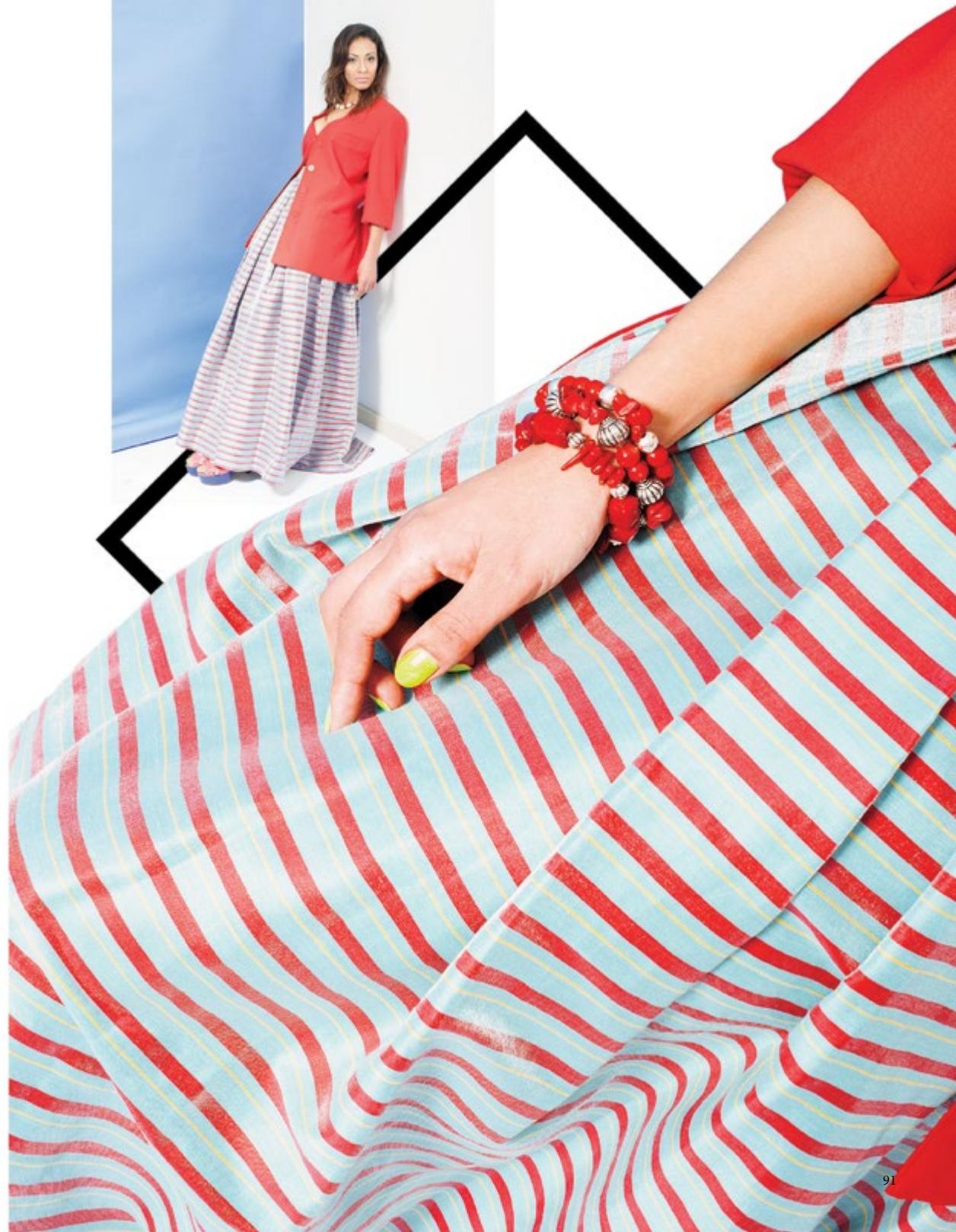
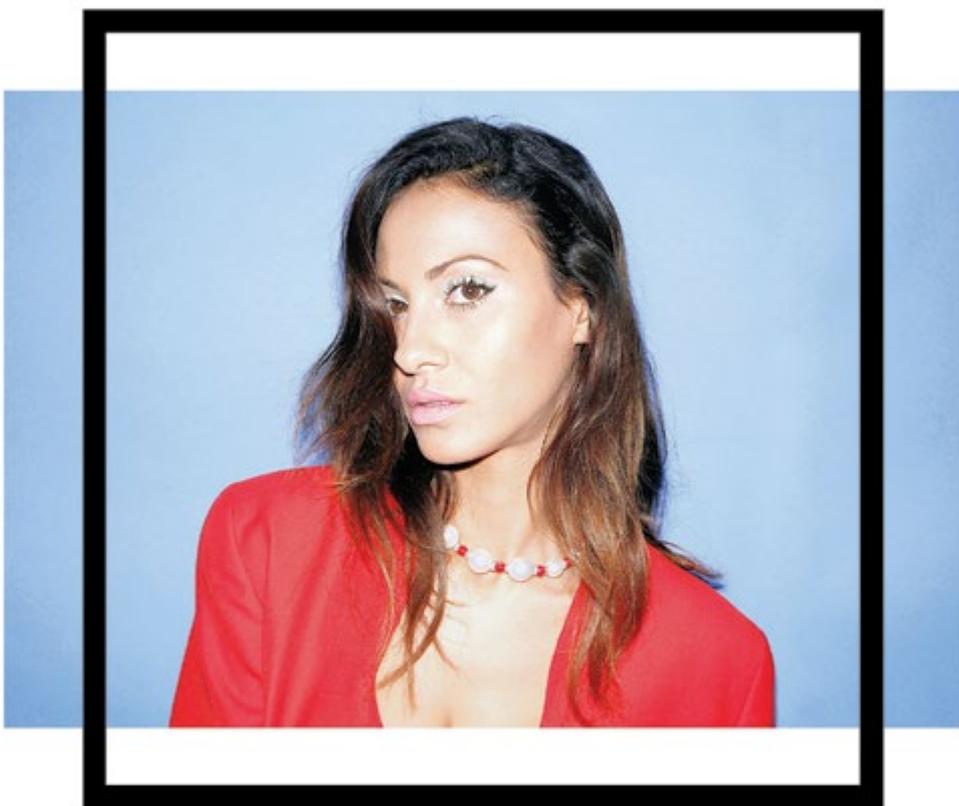
*Top B.design
Necklace Ashley Grant*



*Trousers Hanny Deep
Bag Degra*



Dress B.design
Bracelets Ashley Grant



*Maxi Skirt B.design
Jacket Krizia Vintage
Shoes Moschino
Necklace Ashley Grant
Bracelets Ashley Grant*



*Shorts B.design
Denim Jacket Wrangler Vintage
Top Bershka
Shoes ASH
Bag Fendi Vintage*

*Jumpsuit Hanny Deep
Leather Jacket Vintage
Top H&M
Earrings Ashley Grant*



*Dress Zara
Necklace Ashley Grant*



*Skirt Mangano
Top American Apparel*





B. DESIGN

DUE GIOVANI STILISTE LEGATE
DA FORTE INTESA E PASSIONE.

Roberta Narsiale

Un brand giovane caratterizzato da forme geometriche e dettagli reverse. Un esempio di Made In Italy giovane e con grandi aspirazioni.

[B.Design è un brand di moda italiano fondato da due ragazze giovani. È curioso conoscere la vostra storia, quella che ha portato alla nascita di questo brand, raccontatecela.]

La nostra storia è iniziata nel Gennaio 2013, dopo tre anni di studi presso l'Istituto Superiore di Design di Napoli. Fin da subito abbiamo stabilito una forte intesa sia sul piano personale che sul piano lavorativo, quindi dopo aver conseguito il Diploma in Fashion Designer abbiamo deciso di unire le nostre idee e creare "B.design" un brand rivolto ad un pubblico moderno, giovane e dinamico. La scelta del nome è dovuta alla "B" perché accomuna i nostri cognomi (Boccia-Beneduce) mentre la parola "Design" è perché amiamo disegnare linee geometriche e moderne. La nostra idea è stata quella di creare delle mini collezioni di soli abiti che esaltano la figura femminile, realizzando un capo sartoriale adatto a tutte le occasioni.

[Quali sono i punti di forza di B.Design?]

I punti di forza delle nostre collezioni sono l'essenzialità, l'eleganza e la femminilità ma soprattutto il Made In Italy che è riconosciuto in tutto il mondo come sinonimo di lusso.

[Quali sono le maggiori fonti di ispirazione per voi?]

Le nostre ispirazioni variano in base alle nuove tendenze, ma il nostro punto di riferimento sono le linee geometriche che amiamo riportare nelle scollature.



[Avete degli idoli, delle icone di stile che vi guidano nella scelta dei modelli e dei tessuti o semplicemente vi fanno sognare?]

I nostri idoli sono sicuramente i più grandi stilisti della storia della moda tra cui Valentino noto per la sua eleganza, Dior per le sue forme e MC Queen per la sua modernità. In ognuno di loro riusciamo ad estrapolare degli elementi che mixiamo nelle nostre collezioni.

[Uno dei dettagli più interessanti della vostra collezione è l'uso del reverse, utilizzato in alcuni capi. È innovativo e allo stesso tempo vintage, come è nata questa idea?]

L'idea è nata dal voler creare un capo innovativo e moderno diverso da tutti gli altri utilizzando accessori e materiali double di diverso colore.

[Il vostro marchio è nato solo nel 2013, quali sono i vostri progetti per il futuro?]

I nostri progetti? Sicuramente far crescere il nostro brand ritagliandoci una piccola fetta tra i più grandi nomi nel campo della moda.

ب. دزين

مصمات ازياء شباتان و مرتبطنان بحبه الكبير للأزياء

روبارتا فارياالى

بي دزين هي شركة تصميم ازياء ايطالية جديدة متميزة بالجودة العالية للملابس التي صنعت كلها في إيطاليا.

[أسست بي دزين من قبل شابتان، كيف انتكم فكرة هذا المشروع؟]
بدأ كل شيء في يناير 2013 بعد ثلاث سنوات من الدراسة في معهد التصميم في نابولي. بعد حصولنا على الدبلوم في تصميم الازياء قررنا أن نجتمع بين أفكارنا لتأسيس "بي دزين" التي أردنا أن تكون علامة تجارية موجهة للشباب. اخترنا هذا الاسم (بي دزين) لسببين: الاول لان ألقابنا تبدأ بحرف الباء (بوتشيا و بندوشى) و السبب الثاني لانا نحب رسم الأشكال الهندسية الحديثة و من ذلك كلمة دزين (Design). لقد أردنا تصميم ملابس تعزز شخصية المرأة.

[ما هي نقاط القوة في "بي دزين"؟]
نقاط القوة في "بي دزين" هي البساطة و الأناقة و الأثونة التي تتميز بها مجموعتنا و خاصة لأن كل ملابسنا مصنوعة في إيطاليا وهذا يعني جودة عالية.

[ما هي مصادر الهامك الرئيسية لتصميم ازياءكم؟]
نحن نواكب دائما العصر و لكن الملابس التي نصممها تتميز عن الملابس الأخرى بأشكالها الهندسية الشبابية.

[من هو مثلكم الأعلى الذي يلهمكم في ابداعاتكم؟]
بالتأكيد هم مصممين الازياء الكبار مثل فالنتينو المشهور بأناقة فساتينه ديور و مك كوين المعروفين بحدائثهم؛ و نحن نخلط في مجموعتنا كل هذه الميزات.

[بي دزين نشأت في عام 2013 ماهم مشاريعكم المستقبلية؟]
ما هي مشاريعنا؟ إنشاء أنفسنا و البي دزين في عالم الأزياء.

[في تصميماتكم غالبا ما تستخدمون تقنية "reverse"، لماذا؟]
كنا نرغب في إنشاء مجموعة من الملابس لا تمثل لها ذلك قررنا استعمال اقمشة مزدوجة (double) بألوان مختلفة.



NON SOLO FOTOGRAFO. ECCO CARLOS SOLITO.

UN VIAGGIATORE CRESCIUTO
SOTTO IL SOLE SALENTINO.

Emisa M'sakni e Roberta Narsiale

Carlos Solito è un fotografo, un giornalista, uno scrittore, un regista ma soprattutto un viaggiatore. Si nutre di scoperte di luoghi inesplorati che rappresentano ossigeno per la sua immaginazione.

[Fotografo, giornalista per i più importanti travel magazine italiani ed esteri, scrittore, regista e viaggiatore. Quanto hanno influito gli uliveti, gli orizzonti, il mare, e tutti paesaggi della tua terra di origine, il Salento, nello stimolare la tua curiosità?] Vivere in una terra vuol dire essere parte di essa. Nel mio caso, salentino, sono cresciuto sotto il sole di Puglia, proprio come un ulivo. Ho conosciuto venti, estati arse, sole spaccapietre, aria salsata, silenzi e cori di cicale. Tutto questo, ha influito sui miei anni acerbi, mi ha formato con insegnamenti fatti di luci, colori, silenzi, fischi, venti. Diciamo che ho avuto dei buoni insegnanti, li ho avuti sempre con me, notte e giorno. Il segreto era ascoltarli e osservarli attentamente, immagazzinare la poesia della mia terra per restituirla nei miei continui andirivieni.

[La tua prima caratteristica è essere un viaggiatore. Viaggi per metropoli e paesaggi senza anima viva, mari e monti, sopra la terra e sotto la terra. Qual è il luogo che ha rapito la tua anima?]

Forse un po' banale, ma il luogo che più mi rapisce, puntualmente, è il mio Sud dove più giro, o meglio, più mi perdo e più scopro luoghi sconosciuti che vivono e non sopravvivono, che pulsano lenti e costanti reggendo la vera identità di quell'Italia così carica di neorealismo. Il Sud è più carico di antipodi nel bene e nel male che ammacca e, come tale, è il luogo fertile per una proliferazione artistica e creativa.



E come diceva Pasolini, per scrivere, ma anche per fare arte, occorre essere "ammaccati dentro".

[Qualche tempo fa, tra i vari incontri della tua vita, ce n'è stato uno col grande regista iraniano Abbas Kiarostami (Il sapore della ciliegia). Cosa vi siete detti?]

Era una serata d'estate sulle rive del mio Ionio salentino. Lui presentava il suo libro di poesie, io una mia raccolta di racconti. Parlando di rispettivi progetti futuri come in tono profetico di un vate mi disse: "l'esigenza del raccontare contamina e destabilizza... benvenuto nel mondo degli inquieti!".

[Il Salento, è la tua terra natia, la tua casa, il luogo dove viaggi per "riposo", indispensabile per te tornarci quanto più spesso possibile. L'Irpinia, la Campania, invece, possono essere definite la tua seconda casa?]

Salento e Irpinia sono i due lati della mia medaglia. Sono testa e croce, sono antipodi, sono ulivi e mare da una parte e boschi e montagne dall'altra. Il pregio di queste due terre opposte sono che insieme dispensano equilibrio al mio continuo viaggiare. Quando ho bisogno di tranquillità, vado nel mio Salento mentre quando scrivo e ho bisogno di isolarmi, corro in Irpinia.

[Sei, tra le innumerevoli cose, anche uno scrittore. Come sei approdato alla scrittura?]

Scrivere è un'esigenza. All'epoca nella mia Grottaglie, tutte le volte che "collezionavo" una scoperta, facevo il pieno di visioni e una volta a casa riempivo pagine di quaderni. Ho iniziato così! Poi a 17 anni è arrivato il mio primo romanzo pubblicato per un editore leccese nel quale raccontai la storia del brigante Pizzichicchio,

ambientato nel periodo postunitario. La cosa assurda è, che, come all'epoca mi vivo tutto alla stessa maniera... magia!

[Quale luogo e cultura, ancora inesplorata, ti piacerebbe documentare?]

Ho tanti luoghi da visitare ancora. Il nostro pianeta è immenso, infinito. Non basta una vita per vederlo, scoprirlo. Uno dei luoghi che vorrei vedere quanto prima è la Terra del Fuoco: le pagine di Chatwin e Sepulveda mi hanno davvero incuriosito, oltre che appassionato.

[Tra i tuoi vari impegni in questo 2015 c'è anche Expo. Cosa stai facendo nella grande esposizione universale?]

Sì, per la Casillo Group curo la direzione artistica del progetto "NEL NOME DEL PADRE, storie di grano e di terra" all'interno del Cluster Cereali e Tuberi dove la stessa holding pugliese è main partner dell'official sponsor Expo Farine Varvello. All'interno del cluster, per l'intera durata di Expo, organizzeremo ben 90 eventi il cui ciclo prevederà i macro contenitori *A fuoco lento*, *I semi del gusto*, *Per un pugno di terra* e *Petravia* nel quale proporremo anche la mia mostra "Petravia, viaggio in Puglia", un racconto di colori e luci meridiane raccolto in 32 fotografie.



ليس مصور فقط. ها هو كارلوس صوليتو المسافر الذي نشأ تحت شمس سالنتو أميرة مساكني و روبرتا فريالي

كارلوس صوليتو هو مصور و كاتب و مخرج و من أهم الصحفيين في إيطاليا و في الخارج.

[أنت تعمل كمصور و كصحفي لأهم المجالات المتخصصة في السفر و أيضا ككاتب و كمخرج فكيف أثرت في حياتك الخاصة و العملية جميع المناظر الطبيعية، مثل بساتين الزيتون و البحر، في وطنك سالنتو؟]
اذ كنت تعيش في أرض تحبها فهذا يعني أنك أصبحت جزءا من هذه الأرض ، لقد نشأت تحت شمس بوليا تماما مثل شجرة زيتون و هناك تعرفت على الطبيعة المتكونة من رياح و شمس و من هدوء و سكن. كل هذه العناصر الطبيعية أثرت بشكل كبير على حياتي إذ كانت ترافقني دائما، ليلا و نهارا.

[أنت شهير بكونك مسافر دائم ، لقد زرت مدن كبرى و صحاري و مدن مهجورة فما هو المكان الذي خطف روحك؟]
يمكن أن تعتبر إجابتي سخيفة و لكن المكان الذي سحرني بلغعل فهو سالنتو: الأرض اين نشأت. كل مرة أزور فيها سالنتو اكتشف أماكن جديدة غنية بتاريخ يعبر عن الحقيقة في جنوب إيطاليا، و لذلك فانا اعتبر هذه الأرض المليئة بالغاز عنصر أساسي للانتشار الفني و الإبداعي.

[كيف كان لقاءك مع المخرج الإيراني عباس كيروستامي(مخرج فيلم "مطعم الكرز")؟]
لقد التقينا في الصيف على شواطئ سالنتو. عباس كان يقدم مجموعة قصائده الجديدة و انا، في نفس الوقت، كنت أقدم كت كتابي الذي يحتوي على مجموعة من القصص.
خلال ذلك اللقاء قال لي عباس: "الضرورة التي يشعر بها أي كاتب لسرد كل ما يراه تزعم النفس و العقل... فمرحبا بك في العالم الذي لا يعرف الهدوء."

[بالتأكيد سالنتو هو مكان راحتك و ارضك. فهل أنت تعتبر حتى اربينيا و كامبانيا ارضك؟]
بالنسبة لي فسالنتو و اربينيا هما جانبيين مختلفين لنفس الميدالية. من ناحية يوجد البحر و بساتين الزيتون و من ناحية أخرى يوجد الجبل و الغابة. لا أستطيع أن أتخلى عن أيهما فعندما أكون في حاجة للاسترخاء فأذهب إلى سالنتو و عندما أريد الكتابة فأعزل نفسي في اربينيا.

[ما هو المكان (أو الحضارة) الذي لم تستكشفه حتى الآن و تريد معرفته و توثيقه؟]

هناك العديد من الأماكن التي لم أزرها حتى الآن، فليس للأرض حدود و لا يكفي العمر كله لاكتشاف جميع الأماكن في الأرض. المكان الذي أرغب جدا في زيارته هو " أرض النار" إذ اني مفتون حقا بحكايات تشاتوين و سيبولفيدا.

[أنت شاركت أيضا في المعرض العالمي "Expo 2015" بميلانو، فما هو دورك فهذا المعرض؟]

بالفعل، فانا اهتم بالإدارة الفنية للمشروع " حكايات من الأرض".
لكامل مدة المعرض(Expo 2015) سننظم ما يقابل 90 عرض مثل: "على نار هادئة" و "بذور الذوق" و " حفنة من التراب" و "بترافيا" و هذا العرض يتحدث من خلال الصور (32 بالتحديد) عن بوليا و عن طبيعتها الخلابية.



SAURO MARIANI

OBIETTIVI DI SUCCESSO

Emisa M'sakni e Roberta Narsiale

[Da qualche anno al marketing di un brand partenopeo: Antony Morato. Quali erano gli obiettivi iniziali e quanti di questi sono stati raggiunti?]

L'obiettivo che ci eravamo dati era di raccontare i valori e il contenuto di prodotto di un marchio che, in brevissimo tempo, aveva raggiunto una grande notorietà e diffusione. Obiettivi di questo tipo richiedono tempi lunghi e poi, appena sei quasi arrivato dove ti eri proposto, ecco che sposti un po' più in alto l'asticella. Siamo però a buon punto, la campagna Places, scattata in 6 diverse città del mondo, le collaborazioni con Vogue Uomo, Dazed, Zoo Magazine e con alcuni dei più noti blogger europei sono una buona rappresentazione di quello che siamo e vogliamo essere.

[Lo stile del brand mette in luce le diverse sfaccettature dell'uomo, che può passare facilmente da uno stile all'altro e assecondare le sue esigenze. Quali sono i principali stili, e quindi uomini ai quali vi rivolgete?]

Il nostro uomo cerca nella moda un modo per raccontare se stesso, senza eccessi ma sempre con il coraggio di scegliere il particolare, l'elemento che lo contraddistingue. Non è un fashionista ma in ogni momento della giornata gli piace giocare con la moda per distinguersi e dire qualcosa di se, sono quindi diversi tipi di uomo con però la stessa curiosità e voglia di essere se stessi sempre.

[Avete debuttato da poco al Pitti Bimbo con Antony Morato Junior, in continua crescita ed evoluzione. Anche per la linea bimbo progettate un'espansione internazionale?]

Il bimbo sta crescendo molto bene a livello internazionale, ci concentreremo su alcuni mercati, quelli in cui il marchio è già molto noto per il prodotto uomo: Spagna, Benelux, Francia e Russia.



[Antony Morato è un marchio che punta ad un'espansione mondiale. La produzione quindi di una campagna giusta per ogni paese è difficile, come le progettate?]

La nostra campagna nasce dalla voglia di raccontare un brand italiano con un respiro internazionale, quindi viene pensata per funzionare a livello internazionale da subito, la scelta di fotografi, location e modelli risponde, quindi, da subito a codici che la moda condivide trasversalmente in tutte le nazioni. La nuova campagna, ad esempio, è scattata a New York perché per chiunque nel mondo è la città che più passa i valori di multiculturalità, di innovazione e insieme a Parigi e Milano è la culla della moda.

[Le campagne, "Places", sono ambientate in sei città europee. Qual è il motivo di questa scelta e quali le connessioni tra le città sopraccitate?]

La nostra campagna nasce dalla voglia di raccontare con gli occhi di Antony Morato le città che nel tempo più hanno ispirato il nostro lavoro e più influenzato le collezioni. Non è un caso che di Barcellona, Londra, Lisbona, Marsiglia e ovviamente Napoli, abbiamo scelto viste, poco note, inaspettate. Perché proprio queste città? Perché sono tutte città di incontro fra culture diverse, di incroci e quindi luoghi di innovazione e crescita. Questa stagione per rendere ancora più chiaro il concetto: New York la città dove nessuno è straniero.

ساورو مارياني

أهداف النجاح

أميرة مساكني و روبرتا فارياي

[انت تعمل من بعض الأعوام في شركة الازياء " أنتوني موراتو " بنابولي، فماهي كانت اهدافكم في الأول و ماهي الاهداف التي تحققت؟]
في البداية كان هدفنا أن نجعل الناس يفهمون قيمة و جودة منتجات هذه العلامة التجارية التي أصبحت في وقت قصير ذات أهمية كبيرة. من الطبيعي أن الإنسان عندما يكون قريبا للوصول إلى هدفه يريد الوصول إلى هدف ما أكبر. حملة "Places"، التي تم تصويرها في ستة مدن مختلفة من العالم بالتعاون مع "Vogue" و "Dazed" و "Zoo Magazine"، مثلت جيدا جميع أهدافنا.

[هذه العلامة التجارية تسلط الضوء على الجوانب الكثيرة و المختلفة للرجال، لأي طبقة من الرجال تتوجه تصاميم ملابسكم؟]
تصميماتنا تتوجه للرجل الذي يبرز شخصيته من خلال لبسه، الرجل الذي يحب الموضة و يريد أن يميز نفسه عن الآخرين.

[بمناسبة البيتي(Pitti) للصغار اطلقتو خط انتاجكم الجديد للاباس الأطفال(Antony Morato Junior) فهل تريدون أيضا أن توسيع هذا الخط على المستوى العالمي؟]
الآن سنركز فقط على بعض الاسواق مثل فرنسا و اسبانيا و روسيا و دول البنلوكس، إذ أن علامتنا التجارية مشهورة في هذه البلدان. من منذ البداية فكرنا أن الحملة يجب أن تكون على المستوى العالمي لذلك قررنا أن يكونوا المصورون و عارضين الازياء و الامكنة التي تم فيها التصوير مناسبين لجميع بلدان العالم فالحملة الجديدة، على سبيل المثال، صورت في نيويورك إذ أن هذه المدينة تعتبر في جميع أنحاء العالم مدينة متعددة الحضارات.

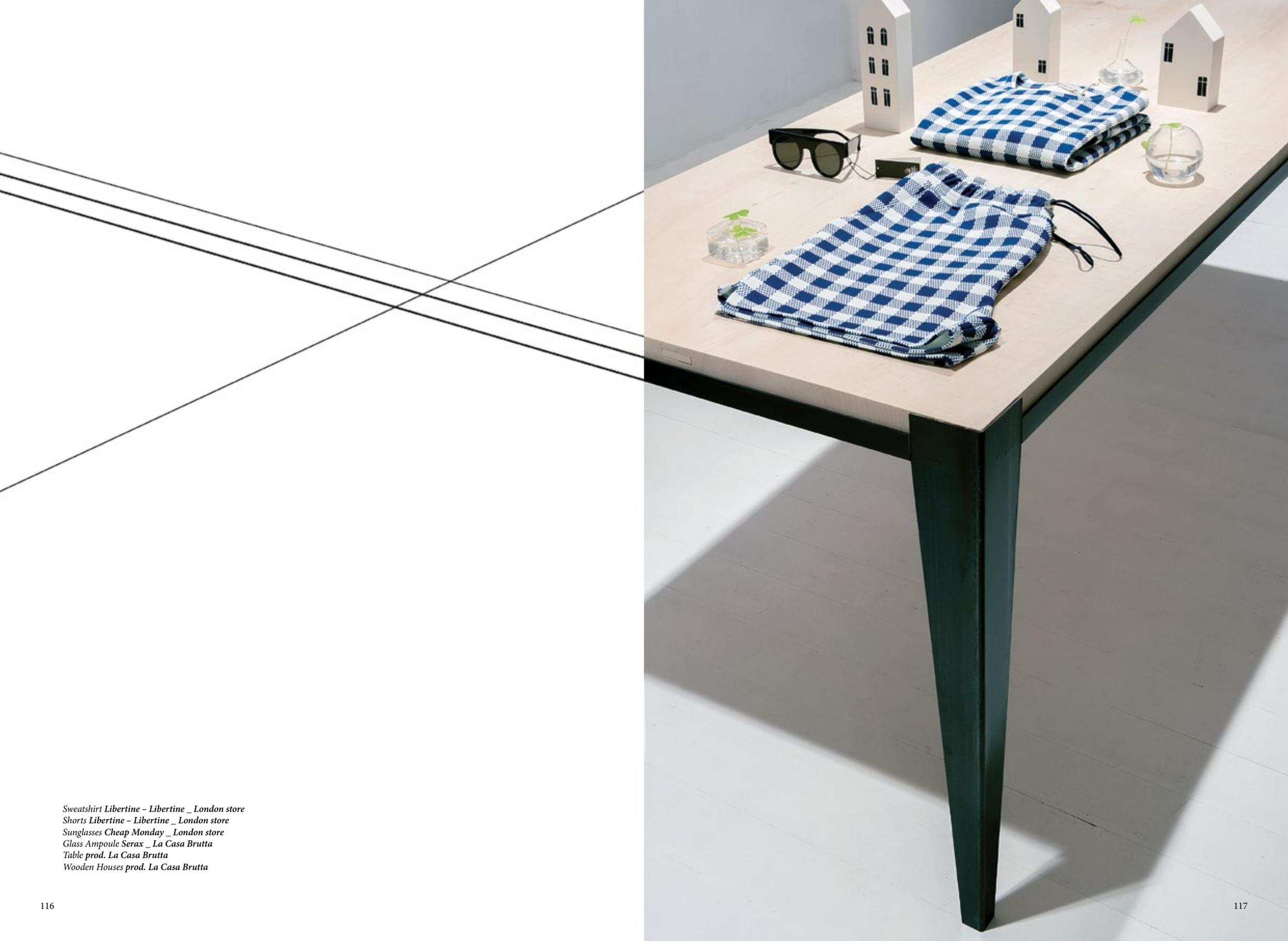
[تم تصوير الحملة الاشهارية "Places" في ستة بلدان مختلفة، لماذا؟ و ماذا يربط بين هذه المدن؟]
فجميع هذه المدن(برشلونة و لندن و مرسيليا و لشبونة و نيويورك و نابولي) تعتبر من أهم المراكز الثقافية في العالم اين مزجت العديد من الحضارات والثقافات التي تساعد على النمو العقلي.

coffee cup SHOES shorts jeans
Sunglasses T-shirt POLLO
jacket Smart
cha
Table
LIB

*COSE
BRUTTE*

SPAGHETTIMAG. NUMERO #02

creative director Emira M'sakni
assistant Federica Baiano, Roberta Varriale
ph. Milo Alterio
location La Casa Brutta



*Sweatshirt Libertine - Libertine _ London store
Shorts Libertine - Libertine _ London store
Sunglasses Cheap Monday _ London store
Glass Ampoule Serax _ La Casa Brutta
Table prod. La Casa Brutta
Wooden Houses prod. La Casa Brutta*

Rain Coat Ben Sherman _ London store
Bermuda Shorts Antony Morato
Polo Nazionale Italiana
Shoes Puma Alife _ London store
Light Bulb Applique _ prod. La Casa Brutta
Stool Tolix Vintage _ La Casa Brutta
Lamp Jieldé _ La Casa Brutta



Shirt Derrière _ London store
Bermuda Shorts Lyle & Scott _ London Store
Bow tie Handmade _ London store
Sunglasses Cristian Leroy
Vintage Table _ La Casa Brutta



Denim Antony Morato
 T-shirt Antony Morato
 Sunglasses Cristian Leroy
 Chair Tolix _ La Casa Brutta
 Candle Holder Menu _ La Casa Brutta
 Vintage Table La Casa Brutta
 Vintage Teapot La Casa Brutta
 Cup Serax _ La Casa Brutta
 Cutting Board prod. La Casa Brutta
 Origami Boxes prod. La Casa Brutta

Denim Label Route
 Shirt Ben Sherman _ London store
 Shoes Birkenstock _ London store
 Rain Jacket Lyle & Scott _ London store



Headphones Wezco _ London store - Belt Edwin _ London store - Vintage Stools _ La Casa Brutta
 Vintage Table _ La Casa Brutta
 Cup Jansen co _ La Casa Brutta - Knobs _ prod La Casa Brutta - Light Bulb Applique _ La casa Brutta



Backpack Stighlorgan Dublin _ London store
 Sweatshirt Puma Alife _ London store
 Denim Lee _ London store
 Shoes Adidas _ London store
 Wooden Door '700 _ La Casa Brutta
 Chair '50 _ La Casa Brutta
 Glass Vases _ La Casa Brutta



Smartphone white NGM Forward 5.5
 Smartphone blue NGM Forward Zero
 Edison Vase Serax
 Cutting Boards prod. La Casa Brutta
 Vintage Stools _ La Casa Brutta
 Origami Boxes _ La Casa Brutta
 Glass Ampoule Serax _ La Casa Brutta

Rain Jacket Weekend Offender _ London store
Polo Nazionale Italiana
Denim Labelroute Denim
Shoes New Balance _ London store
Backpack Vans _ London store
Cap Vans _ London store
Industrial Lamp _ La Casa Brutta
Vintage Chairs _ La Casa Brutta
Vintage Bucket _ La Casa Brutta



Denim Labelroute Denim
Shirt Antony Morato
Belt Edwin _ London store
Money Clip Herschel _ London store
Vintage Chair Tolix _ La Casa Brutta
Light Bulb Applique _ La Casa Brutta



Double-Breasted Jacket **Antony Morato**
Chair '50 restyled _ **La Casa Brutta**
Edison Vase **Serax**
Diamond Top Applique _ **La Casa Brutta**



Polo Nazionale Italiana
Denim **Antony Morato**
Shoes Adidas _ **London Store**
Vintage Glass Vases _ **La Casa Brutta**



"LA CASA BRUTTA"

DI RENATO E ANNALISA

Roberta Narsiale

Loro sono Annalisa e Renato, fondatori de "La Casa Brutta". Coloro che hanno portato una ventata di design estero nel centro storico di Napoli, città legata alle sue tradizioni.

[La Casa Brutta, un mondo di design nordico nel centro di una città molto legata alle tradizioni. È stata una sfida voler aprire proprio nel centro storico di Napoli?]
La Casa Brutta è un mondo di Design Nordico ... ma non solo. È uno spazio in cui il design di provenienza estera si fonde con la tradizione, perché usiamo le competenze degli artigiani napoletani e le reinventiamo, ambientandole al mondo del design. Aprire nel centro storico di Napoli è stata una scelta, perché abbiamo sempre creduto in quello che una città come Napoli poteva offrirci. L'immagine di Napoli nel mondo, non deve essere solo legata alle tradizioni ma anche aperta a tutte le novità che ci sono nel resto dell'Europa. Nel nostro piccolo speriamo di riuscire a portare avanti questa sfida.

[La Casa Brutta ha un nome curioso ma un significato coerente. Raccontateci il concetto che c'è dietro il nome e l'attività CASA BRUTTA.]

Decidere il nome giusto per il nostro spazio, non è stato facile, ma sin da subito entrambi stabilimmo che dovesse essere prima di tutto ironico, è importante non prendersi mai troppo sul serio in quello che si fa e penso di essere riusciti, visto che spesso i clienti sorridono quando ci chiamano! "La Casa Brutta" è il nostro modo di intendere e vivere la casa, una casa che parla,



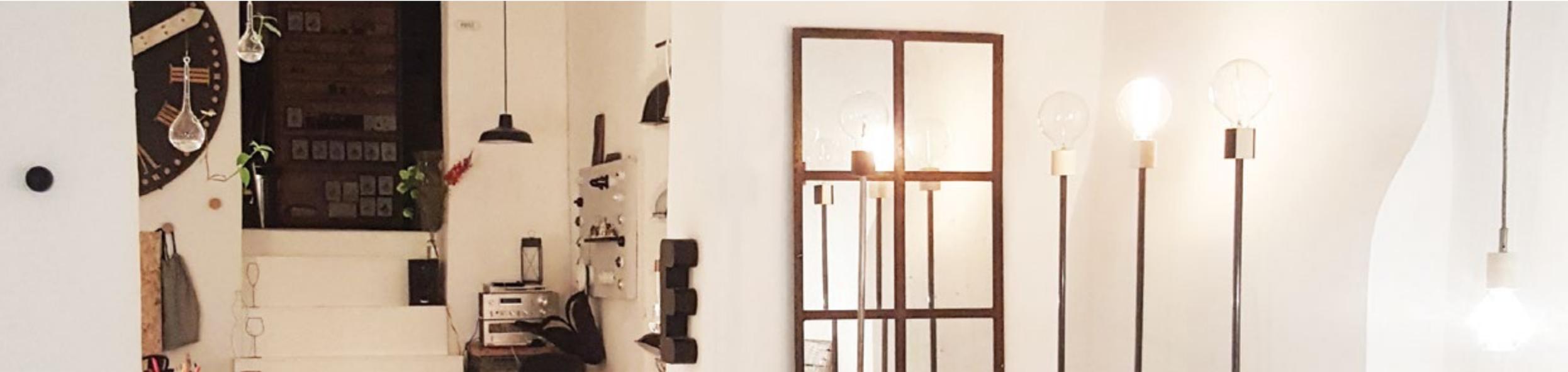
racconta dei suoi proprietari, una casa con carattere e personalità. "La casa brutta" è una casa fuori dai soliti canoni estetici. Attraverso il restyling, la progettazione, il design ed il recupero di pezzi vintage e di archeologia industriale, noi riusciamo ad offrire ai nostri clienti tante strade diverse per arredare uno spazio, sentendolo proprio.

[Una fondamentale componente della vostra attività è l'Industrial Design. I fondamentali principali di questo stile sono l'usabilità e la funzionalità. Potremmo definire quindi CASA BRUTTA una CASA UTILE?]

La funzionalità è un elemento fondamentale in una casa moderna. Il recupero di arredi industriali, che noi facciamo, garantisce una grande resistenza e usabilità, molti di questi pezzi, infatti, sono giunti a noi sin dal 1940, sono stati realizzati con materiali indistruttibili come il ferro e venivano utilizzati nelle fabbriche e negli spazi pubblici, ma anche la progettazione, il design e il restyling sono importanti nella funzionalità.

[Avete entrambi sempre saputo di voler fare un lavoro legato alla creatività e al recupero di oggetti? Qual è stato il percorso che vi ha fatto arrivare qui?]

Siamo entrambi restauratori, Renato con maggiori competenze legate al legno, ed io invece, con esperienze prevalentemente pittoriche e decorative, essendo una restauratrice di dipinti murali. Quando ci siamo incontrati eravamo un po' annoiati dal nostro lavoro di "restauratori", così abbiamo deciso di reinventarci insieme, mescolando le nostre competenze. Abbiamo iniziato per gioco a restilizzare e trasformare elementi di arredo vintage come sedie e tavoli, poi si è aggiunta la passione per il recupero di arredi e lampade industriali e, infine, è scoppiato l'amore per il design di



provenienza estera che abbiamo coltivato attraverso anni di viaggi e di ricerca. Ad un certo punto abbiamo capito che era arrivato il momento di esprimerle attraverso uno spazio in cui avere la possibilità di confondere tutto in un'unica idea di arredo che oggi si chiama La Casa Brutta.

[Vi occupate sia di restilizzazione che di produzione di oggetti handmade. Quale è il processo creativo che vi porta alla produzione di questi due tipi di oggetti?]

Il restyling avviene mediante la scelta di un elemento di arredo del passato. Su questa base, decidiamo in che modo deve avvenire la trasformazione, sfruttando le nostre capacità tecniche di restauratori e decoratori. Alcuni pezzi vengono lasciati più fedeli al passato, altri vengono stravolti completamente. Ogni arredo viene laccato e decorato rigorosamente a mano.

[Qual è stata la sfida di restilizzazione che più vi ha entusiasmato?]

Sicuramente la nostra prima avventura di restyling è stata la più entusiasmante. Una nostra cliente ci portò in laboratorio un tavolo inglese dell'800 chiedendoci di trasformarlo in un tavolo laccato rosso. Per noi è stata una bella sfida, non avendo fatto mai nulla del genere. Facemmo una ricerca dei materiali giusti, affidandoci anche alle tecniche pittoriche antiche. Laccammo l'intero tavolo a mano con il pennello. Un lavoro lungo e minuzioso, ma il risultato lasciò molto soddisfatta la nostra cliente. Con quel tavolo capimmo quanto ci divertiva restilizzare.

[Quando avete iniziato a produrre anche oggetti handmade? E di quale oggetto andate più fieri?]

La produzione di design handmade è il nostro ultimo approdo, a cui siamo giunti dopo l'incontro con un designer, Dario Flumen con cui abbiamo iniziato quest'esperienza. Anche questa è stata una fusione di varie competenze: la sua abilità creativa e progettuale con le nostre competenze artigianali e decorative, tirando fuori dei prodotti che fossero, appunto, una sintesi di design e artigianalità.

[Come ha reagito la città di Napoli al vostro concept store?]

Napoli ci ha accolto con grande stupore ma anche tanto entusiasmo e affetto, ne siamo rimasti piacevolmente sorpresi, oltre le nostre aspettative.

المنزل القبيح ريناتو و أناليزا

روبارتا فارياىلى

اناليزا و ريناتو هم مؤسسو "المنزل القبيح" (LA Casa Brutta)، معرض الاثاث بنابولي المتخصص في التصاميم الحديثة.

[يتميز "المنزل القبيح" بتصميمات الديكور المنزلي الحديث، فلماذا قررتم فتح هذا المحل بنابولي، مدينة معروفة بتعلقها للتقاليد؟]
"المنزل القبيح" هو فضاء متخصص في الديكور والاثاث المنزلي على طريقة شمال أوروبا و لكنا، في هذا الفضاء، نمزج بين الحداثة و التقاليد إذ انا نتعامل مع الحرفيين في نابولي. لقد فتحنا في وسط نابولي لانا نعتقد أن هذه المدينة يمكن أن تمنح الكثير من الفرص التجارية. لا يجب أن نعتبر نابولي كمدينة مرتبطة بالتقاليد فقط بل إنها مدينة مفتوحة للتغيير و التجديد.

[لماذا اخترت هذا الاسم "المنزل القبيح"؟]
لم يكن من السهل اختيار الاسم، لم تكن نريد أما جادا بل اسم مضحك، و نعتقد ان نجحنا في ذلك إذ أن الزبائن تبتسم عندما تسمع هذا الاسم.
"المنزل القبيح" ليس مجرد اسم بل هو يقدم أسلوب حياة جديد إذ أنه يعكس شخصية صاحبه. من خلال التصميم الحديث و قطع فنناج نحن قادرون على التقديم لحرفائنا العديد من الطرق لتأثيث منازلهم.

[عنصر أساسي من عملكم هو التصميم الصناعي، و اساس هذا النوع من التصميم هي سهولة الاستخدام و العملية، لذلك هل يمكن أن نقول أن "المنزل القبيح" يعني "منزل مفيد و عملي"؟]
بالتأكيد أي منزل عصري يتميز بعملية و سهولة إستخدام مكوناته. يصنع الاثاث الصناعي بواد غير قابلة للتدمير مثل الحديد، و كانت تستعمل هذه التصاميم في المصانع و في الأماكن العامة؛ نحن اذا نعيد تقييم هذه القطع إذ أنها تدوم وقت طويلا و لانها عملية جدا.

[كلاكما كان يريد دائما القيام بمهنة متعلقة بالتصميم و الابداع؟ كيف وصلتم إلى هذا؟]
كلانا مهندسين مرممين؛ ريناتو متخصص في ترميم الخشب و انا متخصصة في ترميم الجدارات. عندما التقينا قررنا مزج مهارتنا و هذا بدأنا في العمل مع بعض في هذا المجال. بدأنا في تقييم الاثاث القديم مع الاثاث والديكور الحديث على طريقة شمال أوروبا، و بعد مدة قررنا فتح متجرنا "المنزل القبيح".

[انتم تهتمون أيضا بالصناعة اليدوية فكيف تتم عملية الصناعة و الترميم؟]
عملية التقييم (التي تسبق عملية الترميم) تبدأ باختيار قطع الاثاث القديمة، بعد ذلك نقرر كيف تحويل هذه القطع. ويتم طلي زينت كل قطعة اثاث باليد.

[هل تتذكرون أصعب ترميم قمتم به؟]
إحدى عملائنا طلب منا طلي بالاحمر طاولة انجليزية تعود إلى القرن التاسع عشر. لم تكن عملية سهلة لكن النتيجة كانت جيدة.

[متى و كيف بدأتوا في الصناعة اليدوية؟]
بدأنا هذه التجربة مع المصمم "داريو فلومين"، إذ مزجنا مهارة داريو في التصميم مع مهارتنا في الديكور و في الترميم.

[كيف كانت ردة فعل مدينة نابولي لهذا النوع من المشروع؟]
استقبلتنا نابولي بحماس و وحتى بالقليل م



LONDON STORE

IL TEMPIO DELLO STREETWEAR
NEL CENTRO DI NAPOLI.

Roberta Narsiale

Più che uno store, London, rappresenta un luogo di aggregazione giovanile che è riuscito a portare in una città così legata alle tradizioni, uno stile differente.

[London Store è ormai un luogo di culto per gli appassionati dello street e underground style. Com'è nata l'idea di aprire uno store simile nel centro storico di Napoli? Vi aspettavate questo riscontro?]

L'idea di aprire uno store nasce dall'intuizione e dall'intraprendenza di Vincenzo Romano e dal suo interesse per la moda streetwear in un periodo in cui, all'inizio degli anni '00, la street culture napoletana era ancora in una fase embrionale. Inizialmente non ci aspettavamo un immediato riscontro di clientela ma pian piano la nostra passione è stata ripagata dal successo e dalla stima che i nostri clienti ci hanno accordato in questi anni e che ci spinge a continuare con umiltà e a credere sempre di più nel nostro progetto. Aprire al centro storico è stata una bella scommessa, in quanto in quegli anni la zona non era particolarmente conosciuta per lo shopping, si può dire che lo store sia cresciuto con esso soprattutto grazie al passaparola degli studenti universitari e dei fuori sede che vedevano in London un punto di ritrovo. Oggi, grazie alla riqualificazione la zona rappresenta un crocevia di culture sia tradizionali che innovative che trovano riscontro nelle numerose iniziative culturali e sociali di cui London è fiera di far parte.

[Lo stile che London Store offre è ricercato. Come approcciate alle nuove tendenze? Quali sono le vostre ispirazioni?]



Il nostro riferimento è la strada e ciò che rappresenta per la cultura giovanile, cercando di coglierne ogni suo aspetto che sia musicale, artistico o di tendenza. Guardiamo sia a brands emergenti che stimolano la nostra curiosità sia a quelli che sono stati i pionieri dell'urban fashion e che oggi sono brands affermati facendoli convivere nel nostro store in perfetta armonia.

[Alla passione per lo street style di Francesco Gilardi, una delle colonne portanti dello store, si affianca la passione per la musica. Come interagiscono e coesistono queste due passioni?]

Oltre a me lo staff di London è formato da dj, grafici, visual, cool hunter e promoter che fanno sì che London sia un luogo di aggregazione e di scambio di idee che non mira solo alla commercializzazione del prodotto ma vuole tendere a diffondere una filosofia di vita, anzi a questo proposito London propone già da qualche mese alla propria clientela dei corners dedicati alla vendita di vinili cd, libri in linea con il nostro concept.

[Quali sono i progetti futuri di London?]

Il nostro progetto futuro è quello di consolidare le attività di proposta culturale e di ricercare nuovi elementi di espressione e di socialità che possono costituire un importante riferimento metropolitano.

لندن ستور رمز الشارع في نابولي

روبارتا فاريايلى

لا يمكن اعتبار "لندن ستور" مجرد مركز تجاري بل هو من أهم الأماكن التي تجمع بين الشباب في نابولي.

[كيف جاءتكم فكرة فتح هذا المركز التجاري في وسط نابولي؟ هل كنتم تتوقعون هذه النتيجة؟]

تعود فكرة هذا المشروع لفيننتشيزو رومانو و لاهتمامه الكبير للموضة "Streetwear" التي بدأت في أوائل الالفينيات. في البداية لم تكن نتوقع استجابة فورية من عملائنا ولكن مع الوقت كوفئ التزامنا بالتقدير من طرف حرقائنا وهذا النجاح شجعنا على الاستمرار في هذا المشروع. لم يكن من السهل فتح المركز في وسط نابولي إذ أن هذه المنطقة، في تلك الفترة، لم تكن شهيرة كمنطقة للتسوق. الفضل لنجاح "لندن ستور" يعود للطلاب والشباب بصفة عامة إذ كانوا يعتبرونه مكان التقاءهم.

[ماهي الموضة التي يتبعها هذا المركز التجاري؟]
النموذج الذي نستعمله هو "الشارع" إذ أنه يحتوي فعلا على الثقافة الشبابية. من خلال الشارع نحن نحاول فهم الشباب واحتياجاتهم. نحن نتعامل مع كثير من العلامات التجارية.

[ينظم حب الموسيقى إلى حب هذه الموضة (Street style) في المركز. فكيف تتعايش هذه المشاعر مع بعض؟]
موظفين "لندن ستور" يعملوا جاهدا حتى جعل هذا المكان ملتقى الشباب وليس فقط مكان للتسوق. فمن بعض عدة أشهر بدأ "لندن ستور" في الاقتراح لحرقاءه زوايا مخصصة لبيع كتب و سي دي تتماشى مع نمط المركز.

[ما هي مشاريع "لندن ستور" المستقبلية؟]
مشروعنا للمستقبل هو البحث عن عناصر جديدة للتنشأة الاجتماعية التي ستساعد في التنمية الشاملة.



*ELEGANCE IS
IN THE AIR*

SPAGHETTIMAG. NUMERO #02

photo Maria La Torre
make-up&hair Wen
models Fu e Ruran
location Tang Dynasty Paradise, X'ian China.
production Paola Di Gesu e Barbara Molinaro

Dresses _ Gianni Calignano



Dresses _ Antonio Grimaldi



Dresses _ Raffaella Curiel



Dress, Belt, Hat _ Giada Curti

KURT COBAIN

REBEL WITHOUT A CAUSE

Emira M'sakni

Kurt Cobain è maglioni over, T-shirt a righe, jeans dall'effetto used, Converse, e soprattutto, quell'aria di uno a cui non potrebbe importar di meno, di cosa si è messo addosso. Un'attitudine spaccona, da "Rebel without a cause", come e più di James Dean, che la moda uomo rispolvera per questa stagione, in occasione dell'attesa uscita nei cinema, il 28 aprile del documentario *Cobain: Montage of Heck*. Dopo aver raccolto recensioni entusiaste al Sundance Festival, dove è stato proiettato per la prima volta, la pellicola firmata da Brett Morgen, è arrivato sul grande schermo.

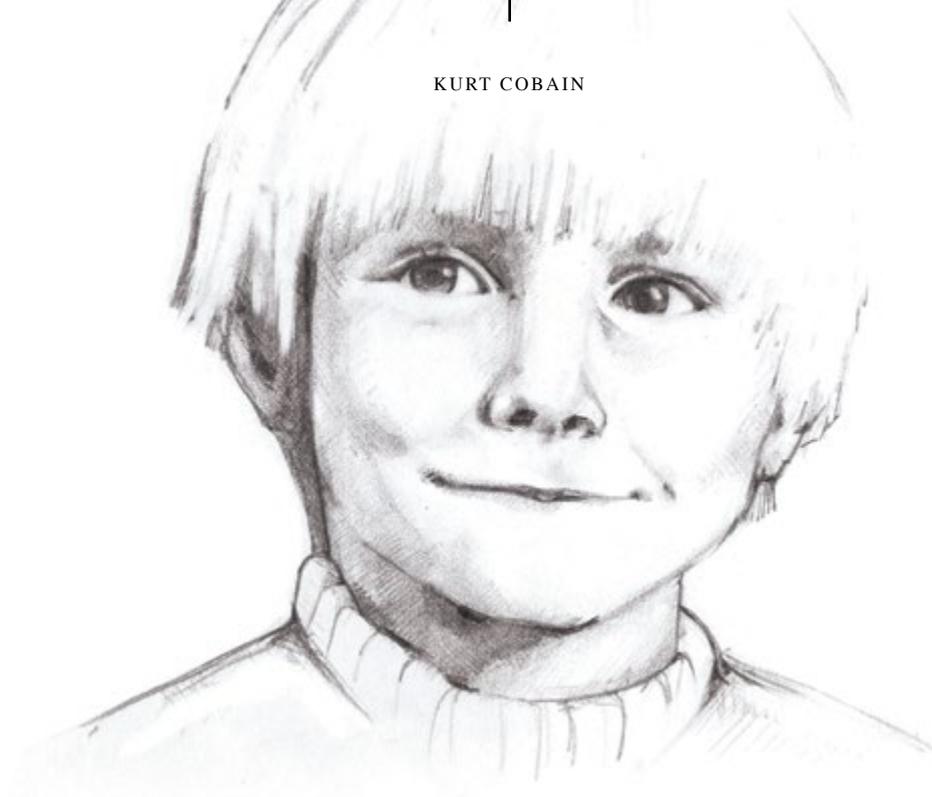
E' come se d'improvviso si fosse tornati indietro a quel 1990 nel quale i Nirvana, uno sconosciuto e parecchio arrabbiato gruppo di Seattle con la canzone Nevermind spodestarono dalla prima posizione in classifica Michael Jackson, e celebrando Kurt come portavoce di una nuova generazione, la Generazione X. Una suggestione ancora oggi colta anche dalla moda, che per questa primavera ha

fatto entrare negli armadi i classici del guardaroba di Cobain: dai jeans delavè alle t-shirt breton, passando per gli occhiali a mascherina che nascondono lo sguardo, tutto sembra tratteggiare l'immagine della rockstar fragile che ha conquistato un'intera generazione.

Il segreto è il dosaggio misurato, i pezzi sono uno, al massimo due per look. Quello di Cobain è uno stile che ha da poco compiuto 25 anni. Le T-shirt navy si indossano col pantalone sartoriale, le Chuck Taylor, come le altre sneakers di culto, sono perfette per stemperare l'eleganza dei completi formali, mentre i maglioni over e slabbrati si trasformano in cardigan avvolgenti in prezioso cashmere, che preferiscono raffinati motivi geometrici ai pattern etnici e ormai demodè dei nineties.

Il film uscito ad aprile scorso nelle sale ha già conquistato la nuova generazione "Z". Kurt Cobain, il leader dei "Nirvana", l'artista che è stato in grado di cambiare la scena rock degli anni Novanta e dare vita

KURT COBAIN



alla nuova generazione musicale del "grunge". Il documentario, prodotto dalla figlia di Kurt, Frances Bean Cobain, ci apre l'archivio personale e in gran parte sconosciuto del frontman: arte, parole, musica, fumetti, filmati amatoriali e interviste ai familiari e agli amici più cari. *Cobain: Montage of Heck* avvicina il pubblico alla vita, all'arte e all'anima di Kurt, creando un contatto indimenticabile con una figura capace di ispirare una generazione. Primo documentario pienamente autorizzato, il film raccoglie ed elabora lo smisurato archivio di Cobain, passando fra arte, musica (le sue canzoni più famose e anche incisioni mai ascoltate prima), testi, riprese realizzate in casa, tutto combinato con animazioni e significative interviste di familiari e amici. Dai primi anni ad Aberdeen (Washington), seguendo il suo percorso musicale, lo sguardo del pubblico viene a contatto con la potente e intensa vita di un artista capace di gestire e modellare la propria immagine, anche se consapevole

delle pericolose trappole della notorietà. I coetanei di Kurt conosceranno aspetti della sua vita che non hanno mai saputo. Quanti hanno scoperto più recentemente l'uomo e la sua musica, capiranno cosa lo rende un'icona immortale. Proprio come il leggendario cantante dei Nirvana, *Cobain: Montage of Heck* è un lavoro autentico, intimo e risoluto, che entrerà nelle teste degli spettatori per rimanerci a lungo anche dopo la fine dei titoli di coda.

كيرت كوبان

المتنرد من غير سبب

أميرة مساكني

عندما نذكر كيرت كوبان يخطر ببالنا الاقمصة الواسعة و السراويل البالية و الكنفرس و ت شرت مخططة و الجينز البالية. عندما نفكر في كيرت كوبان نفكر في انسان لا يبالي بما يرتدي، و يتمرد من غير سبب. الموضة الرجالية لهذا العام مستوحاة من نوعية ذاك اللبس و اتخذت من نوع هذا اللباس الموضة الرجالية بمناسبة خروج في دور العرض الفيلم الوثائقي " Montage of heck " في 28 أبريل 2015.

و كان الوقت عاد بنا إلى عام 1990 عندما فرقة "نيرفانا"، بالاغنية "Nevermind"، تجاوزت في الترتيبات حتى مايكل جاكسون؛ و هكذا تميز كوبان كالمغني الرئيسي بفرقة نيرفانا حيث أن صوته مزج بين الحزن و الغضب و أيضا كان يعتبر قائدا لهذا الجيل الجديد المسمى: "X". كيرت كوبان هو من أهم مغنيين موسيقى الروك في العالم و مبتكر موسيقى "الجرانج".

هذا الفيلم الوثائقي عن حياة كيرت الذي امتلك حب حتى هذا الجيل ("Z") و الذي تم إنتاجه من قبل ابنته فرانسيس كوبان يحتوي على أرشيف شخصي جدا و مجهول لحياة هذا النجم. هدف هذا الفيلم هو تقريب الجمهور من حياة و فن و شخصية كيرت الذي كان قادرا على الهام جيل بحاله. هذا الفيلم يتحدث عن مسيرة الفنية لكيرت و يكشف لماذا أصبح كوبان أسطورة في عالم الفن.



[Special Thanks]

Antony Morato

www.morato.it

NGM

www.ngm.eu

Hanny Deep

www.hannydeep.com

B. design

www.bdesigncouture.com

Labelroute

www.labelroutedenim.com

London Store

www.londonstore.it

La Casa Brutta

www.lacasabrutta.it

Nazionale Italiana

www.nazionaleitaliana.eu

Milo Alterio

www.milalterio.com

Maria La Torre

www.marialatorre.com

IDNTY Salon

www.idntysalon.com

Fashion Color S.r.l.

www.fashioncolor.it

SPAGHETTIMAG. GIUGNO 2015

Un progetto custom-made di Lovestudio

lovestudio.it



[Editor in chief & Creative Director] Emira M'sakni

[Copy] Sourour Medranou - Eva Muller P. - Francesca Fausti - Claudia Feline

Letizia Dabramo - Giusy Peluso - Rosaria Angelino

Marco Zucco - Roberta Varriale - Simona Lucia La Placa.

[Translator] Sourour Medranou

[Graphic Designer] Jacopo Elefante

[Assistant Graphic Designer] Veronica Cirelli

[Illustrator] Federica Baiano

[ph] Milo Alterio / Maria La Torre

[Model] Hazar_M

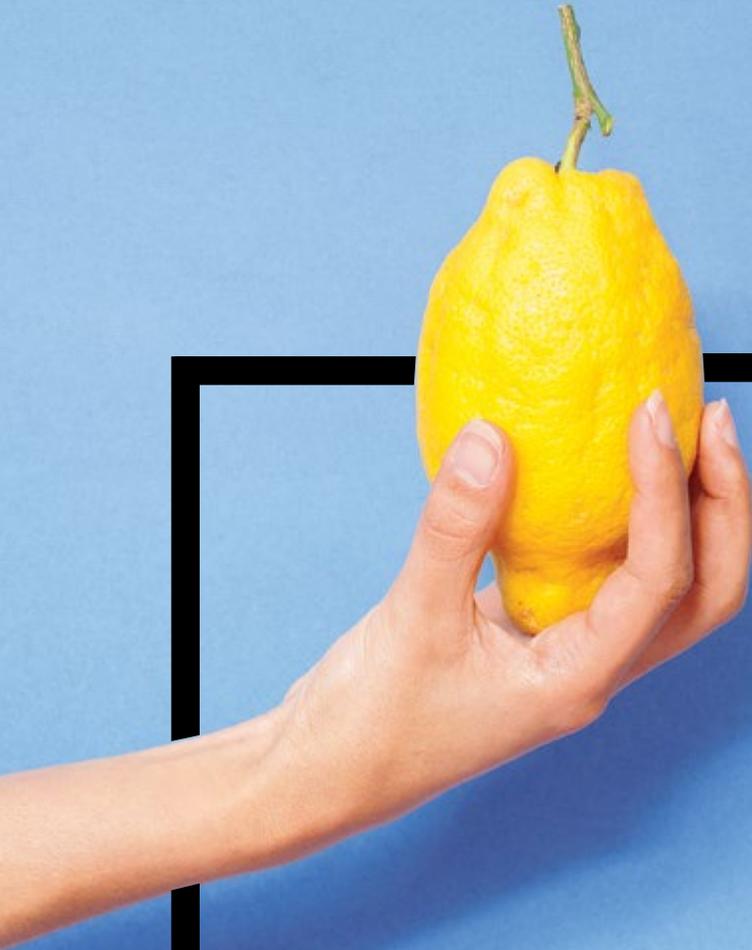
Simona Scognamiglio

Fashion Color S.r.l.

SPAGHETTIMAG.IT



SPAGHETTI MAG.



SPAGHETTIMAG.IT

