

LINEA **G**RAFICA



350

Rivista internazionale
di grafica,
comunicazione visiva
e multimediale

International review
of graphic design,
visual and multimedial
communication

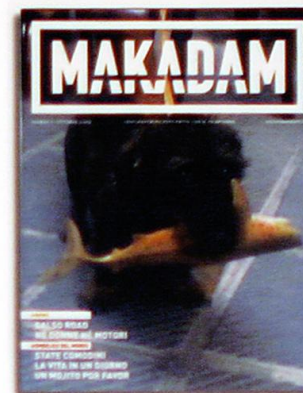


Oggetti dalla Rete
Items from the Net

Partiture audio-visive
Audio-visual scores

Rappresentazioni
Representations

L'ossessione del marchio
Obsession label



Il progetto Makadam, prodotto dalla Emage, il laboratorio multimediale dell'Agenzia fotogiornalistica Grazia Neri, offre uno spazio nuovo al mondo della fotografia scattata con i telefonini dotati di fotocamera. Definito "un grande ritratto collettivo del mondo che cambia", Makadam si compone di un mensile free press, organizzato in tre sezioni, e di un dominio Internet dedicato alla pubblicazione delle istantanee "mobili" inviate dagli utenti via MMS.

3. Copertina del primo numero del mensile free press Makadam (ottobre 2003).
4. Doppia pagina interna del primo numero di Makadam: "Né donne né motori" reportage di alcuni lettori al salone del ciclo e del motociclo di Milano 2003.
5. Doppia pagina interna del primo numero di Makadam: "Tutti in piedi" reportage sulle calzaturepiedi dei lettori.
6. Home page del sito Makadam: l'interfaccia grafica si compone delle foto scattate con telefonini provvisti di fotocamera e inviate dagli utenti all'indirizzo di posta mms@makadam.it.
7. Sito di Makadam: ingrandimento di una foto nella sezione "ultime foto".
8. Sito di Makadam: schemata di presentazione del magazine mensile (free press).

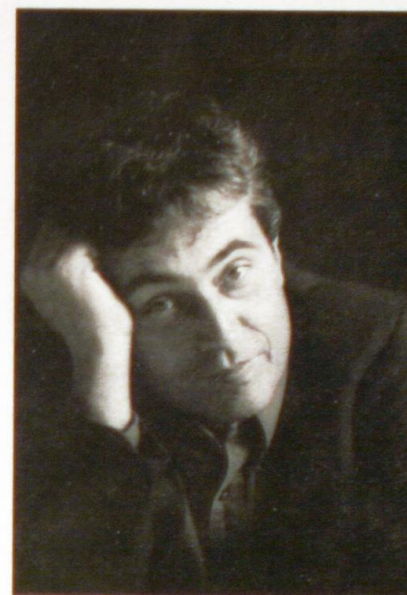
Linea Grafica 350/2003



11.000 932

2004

PIANETA FRESCO



Marta, Jennifer Sigler, Mirko Zardini (collaboratori alla direzione) e Letizia Abbate, Matteo Maria Dell'Olio (collaboratori alla grafica), che si andrà ad affiancare a una parte della precedente struttura. È abitudine della testata dopo l'uscita di Gio Ponti di puntare su direttori impegnati per un arco limitato di tempo in modo da evitare ogni rischio di assuefazione, oltre a tutelare «l'apporto costante di nuovi stili, formazioni e tendenze nei settori di competenza del giornale». Un cambiamento tuttavia che segna una vera rivoluzione nella storia della testata con un percorso dove anche «occhi diversi, come quelli del cinema, dell'antropologia, del fumetto, della filosofia, osserveranno i luoghi dell'uomo per aiutarci a decifrarne segreti e misteri». Al di là, dunque, dell'introduzione di una nuova immagine grafica e di nuovi linguaggi di rappresentazione, quello che si appressa in modo particolare è la capacità di accendere una visione del mondo che non guardi più all'architettura e al design come a un'isola felice

opera di pochi e destinata a pochi, ma in grado di proiettare questa disciplina in un contesto molto più ampio dove la forma dello spazio è solo la cornice di quanto è destinato ad accogliere. Una cornice, tuttavia, come nel caso degli interventi previsti nella città di Barcellona per ospitare il «Forum 2004», con un peso determinante per la comunicazione e per lo stesso successo (o meno) di un evento. Un ulteriore aspetto da sottolineare in questa nuova «Domus» è nella capacità di affiancare la visione del futuro con un confronto costante con la storia e la critica, di cui la stessa copertina dedicata a una fase della contestazione della XIV Triennale ne rappresenta una conferma. Una «Domus» che si guarda con curiosità e con piacere, ma soprattutto che si legge. E questo, per una rivista oggi, vuol dire tanto. (A.d.A.)

Makadam

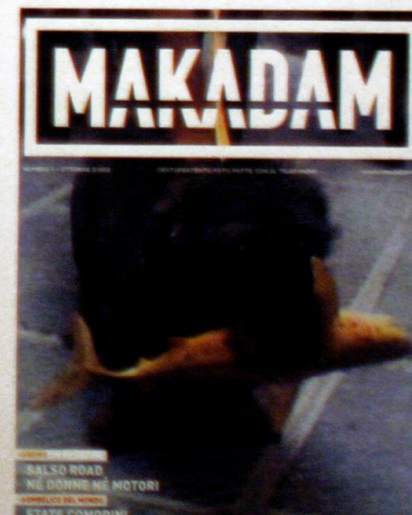
Edito da Emage, e sponsorizzato da Nokia, esce a Milano un

from the introduction of a new graphic design and new modes of communication, the fundamental feature of this development will be the capability of initiating a vision of the world in which architecture and design are no longer considered as an ivory tower of happiness for a fortunate few, but as subject-areas capable of projecting their work into a wider context in which the form of space is just the frame for what will be contained. Of course, this frame is particularly important for the communication and success of an event, as in the case of the work planned in Barcelona for Forum 2004. Another important feature of the new Domus magazine is its capability to link the vision of the future with a continuous view of history and criticism, as confirmed by the cover depicting the protest against the XIV Triennale show. Domus invites curiosity and instils pleasure, and above all it is a magazine that is read. And, for a magazine today, this is no mean feat. (A.d.A.)

Makadam

A new monthly has been launched in Milan, a project by Michele Neri and Marcello Mencarni. It is named «Makadam», published by Emage and sponsored by Nokia. The

name recalls the road-paving technique invented in the early 19th century by Scottish engineer McAdam, in which fine gravel is rolled and pressed in bitumen. It becomes a modern metaphor for modern communications. The magazine, compiled by young people and destined for a mainly young readership, contains just photos taken using the new eye of the third millennium: the cellphone. «We are searching for witnesses of important public events», reads the editorial of the first issue, «that represent landmarks in time. The cellphone with built-in camera can get closer, faster than professional machines. But it is also a companion for nearly all moments of private life, and for this reason the second part of «Makadam» is named «Umbilical of the world...». Therefore it is a magazine in search of contacts, requesting information from occasional or regular contributors who are invited to participate by sending their photos. It is all very simple. Just go to the site www.makadam.it, enroll and remember your password. From that moment, you can send pictures by MMS, ensuring that you set the camera to maximum quality, and, when sending the image, choosing the option «send at high quality». That's it.



Nella pagina accanto/On previous page, cover della rivista «Domus» n. 886.

In questa pagina, in alto, Stefano Boveri, nuovo direttore della rivista Domus. On this page, top, Stefano Boveri, new editor of review «Domus».

A destra/Right, cover della rivista «Makadam».

Il_Secolo_XIX_2_set_05

Makadam.it, il mondo visto da un telefonino



Sedici fotogrammi tratti dal sito dedicato agli sms e pubblicati sul giornale distribuito nei locali di tendenza di Genova

Un oceano di immagini in cui smarrirsi durante la navigazione. Ci si può perdere ore, a guardarle tutte, tra sorprese, risate e angolature ardite. C'è chi ha voluto mostrare la propria auto, chi gli oggetti che conserva sul comodino, chi parti anatomiche più o meno interessanti di sé e dei propri amici/amiche, chi far conoscere al mondo il cane o il gatto di casa. E poi c'è chi manda le foto delle vacanze, chi ha trovato i cartelli più incredibili e ha deciso di condividerli con migliaia di persone. In mezzo, qualche sprazzo di arte fotografica davvero notevole e di giornalismo multimediale, dal gossip più becero (guarda chi ho visto!), alle foto in medias res di manifestazioni e scontri di piazza.

Ma la particolarità di tutto questo è che sono tutte foto artigianali, e scattate rigorosamente da telefoni cellulari, che danno vita a una rivista. Si chiama Makadam, ed è un periodico bimestrale distribuito gratuitamente in locali di tendenza delle principali città italiane. E adesso — con Milano, Roma, Torino, Bologna, Firenze, Napoli e Palermo — anche a Genova. La particolarità della rivista è di essere la parte "cartacea" di un progetto ben più ampio che si snoda sul web e nasce da una moltitudine di telefonini. Proprio perché il tutto è costruito con le migliaia di immagini inviate via sms dalle centinaia di collaboratori che da tutta Italia si sono iscritte al sito. I protagonisti, ovviamente, sono i più giovani, soprattutto nella fascia dall'adolescenza ai 30 anni, ovvero colo-

ro che in questa rivoluzione mediatica sono cresciuti e sono più avvezzi all'uso del cellulare.

Sono loro, ritratti da una moltitudine di scatti nelle loro manie, tendenze, momenti di rilassatezza e di vita quotidiana, a fornire un occhio particolare sulla realtà. Qualcosa che va al di là delle ricostruzioni abbastanza stereotipate che si vedono in televisione, tra Mtv e "Lucignolo", un mondo cangiante, insomma, e difficile da inquadrare, ma non per le onnipresenti fotocamere dei telefonini. Il tutto raccontato anche con molta autoironia. C'è chi apporta autori-tratti psichedelici, chi invia le foto

della fidanzata, chi di camera propria, o dei cartelli più assurdi trovati per strada. Ma c'è anche spazio per reportage, più o meno seri.

Ecco che allora si possono trovare ad esempio sulla rivista gli scatti di Sofia, che propone una telecronaca commossa delle nozze del secolo (quelle tra il principe spagnolo Felipe di Borbone e la giornalista Letizia Ortiz), dal particolare punto di vista di "commossa makadamica non invitata", ritraendole con foto del televisore in cui andava in onda la cerimonia. Oppure una serie di foto di piedi e scarpe con gli accessori più vari che, nell'insieme,

riescono a rendere l'idea di tutta una serie di mode, manie e personalità (e, in alcuni casi, feticismi). O, ancora, il racconto per immagini della domenica di un dodicenne in una grande città.

In un'altra sezione del sito vengono proposti i temi futuri da sviluppare con l'apporto delle immagini che verranno inviate: l'ultima novità è una serie di foto dedicate alla Fiat Panda, dal momento che si è scoperto che sarà la nuova auto di James Bond, nel prossimo film dell'agente segreto nato dalla penna di Ian Fleming. E inoltre una serie dedicata ai comodini delle camere da letto degli italiani.

Un enorme database che tenta di fornire un affresco più al passo coi tempi della vita della gente, insomma, attraverso contributi amatoriali che trasformano tutti in "autori". Questo almeno nelle intenzioni dei creatori, che fanno parte di Emage, laboratorio multimediale dell'agenzia Grazia Neri, che ha realizzato tra l'altro il primo reportage professionale al mondo con cameraphone, per la Mostra Internazionale di Venezia del 2002.

A Genova il bimestrale free press — nato nel 2003 da un'idea di Michele Neri e Marcello Menecarini — è distribuito in molti locali di tendenza del centro storico (e non solo). Ma la cosa più interessante è che è molto facile essere parte attiva nel progetto, che anzi si regge sulla collaborazione spontanea di circa tremila iscritti. Per aderire basta andare sul sito www.makadam.it, dichiarare nome, cognome ed età (sotto i 18 anni è necessario il consenso dei genitori), il numero del cellulare da cui si invieranno le foto, e dare il consenso al trattamento delle immagini ai fini della pubblicazione sul sito e sulla rivista.

Il nome, curioso, deriva dal gergo francese, in cui macadam sta per marciapiede, dal nome dell'ingegnere scozzese Mac Adam che nell'Ottocento creò la mescolata dell'asfalto. Da qui l'intuizione mediatica: rendere l'idea di un vero e proprio street journal, creato, appunto, sulla strada.

Emanuele Rossi

L'intuizione di un fotografo

Fotografo per l'Espresso e il Radiocorriere, Marcello Menecarini, che oggi ha 53 anni, nell'96 era stufo del suo vecchio mestiere. Ha avuto un'intuizione lungimirante e l'ha condivisa con Michele Neri, figlio di Grazia, erede della più importante agenzia fotografica italiana. Insieme hanno capito che la telefonia mobile avrebbe rivoluzionato non solo il modo di comunicare tra le persone, ma anche il mondo della fotografia e dei video. Hanno fondato Emage, "esperimento" sfociato nel 2003 nell'apertura del sito e nella pubblicazione della rivista Makadam. «Gli iscritti al sito — spiega — sono circa tremila, le foto scattate con cellulari e inviate a Makadam dal 2003 a oggi circa 18.000. La rivista viene distribuita gratuitamente in 26.000 copie, in otto città. È bimestrale e il numero di settembre è tutto nuovo: formato pocket, cento pagine, carta patinata per dar risalto alle foto, testi più brevi. Poi c'è un'altra novità...».

Quale? «La prossima settimana sarà attivo sul sito anche un portale per i video girati solo con i cellula-

ri. Tutti potranno registrarsi, inviare i filmati (possibilmente per non più di 100 K di trasmissione), avere una loro home dove potranno dialogare, discutere, essere seguiti da tutori per migliorare la qualità del video. I video saranno visibili sul sito, sui cellulari, e, forse, in pillole, su un canale satellitare».

I filmati dovranno essere come le foto, opere di gente comune che racconta la vita quotidiana ripresa col cellulare. «Questa è la "filosofia" — conclude Menecarini — Con i videofonini siamo tutti creativi, ma le storie devono essere le nostre, quelle delle nostre case disordinate, dei nostri animali domestici, della nascita dei nostri figli, dell'amico che racconta barzellette. Senza scimmiettare, se possibile, i professionisti».

Menecarini ha in cantiere un'ulteriore novità. Ha girato insieme a Barbara Seghezzi e con videocellulari di ultimissima generazione, un lungometraggio che ricalca il geniale "Comizi d'amore" di Pasolini. Gli italiani sono stati filmati mentre parlano d'amore e di sesso. Nell'era dei telefonini.

D. A.



Maschi da Bar

Siamo uomini o guardoni?

L'estate di massima esposizione femminile... La dura vita del maschio nell'era del jeans che si abbassa e della t-shirt che si alza... I "saggi" di Maxim hanno dibattuto sul tema. Morale: loro hanno diritto di spogliarsi. E noi di guardare!

di Andrea Amato, foto di Pindin e Amas, tratte da www.makadam.it



«Erano queste le scarpe che volevo? Scusi, ma dove sta guardando?». La commessa del negozio si è piegata sulle gambe, e dal suo jeans a vita bassa è uscito parte del tanga e del sedere. E io l'ho rifiutato: sono rimasto pietrificato, come Emilio Fede davanti ai risultati delle ultime elezioni europee. È più forte di me, ogni giorno, per strada, mi blocco a guardare lo spettacolo messo in scena dalla moda del momento. Ombelichi, curve, pance perfette. E ancora: tanga, perizoma e/o niente lingerie. Basta, ormai la mia è una vita d'inferno. Forse, però, va peggio ai poliziotti

settembre 2004 MAXIM 123



Maschi da Bar

MAKADAM
Il primo e unico giornale al mondo realizzato interamente con fotografie scattate con il telefonino. Per diventare anche tu un "fotografo" di Makadam, clicca su www.makadam.it oppure chiedi informazioni con una mail a ego@emage.it



ti della Louisiana, che saranno costretti a misurare col metro da sarto la distanza tra jeans e ombelico delle fanciulle per strada. L'idea è venuta a un'associazione di consumatori, che vorrebbe mettere al bando gli indumenti troppo provocanti. Ma come stanno questi?

Maxim discute e giudica

All'inizio penso sia solo la primavera che risveglia i miei sensi... ma siamo quasi a settembre. Così non va bene. Ma anche i miei colleghi uomini soffrono per questo bombardamento di sollecitazioni erotiche? Urge un "Maschi da bar", strumento che Maxim utilizza ogni volta che bisogna scandagliare un argomento così complesso. Come i quattro saggi del Polo si sono ritrovati a Lorenzago di Cadore per riscrivere la seconda parte della Costituzione, così ci siamo radunati nella solita birreria per decidere: la moda sexy ci turba? Prima di passare alle dichiarazioni d'intento, un po' di numeri per capire di cosa stiamo parlando: secondo un sondaggio pubblicato dal mensile *Cosmopolitan*, alla domanda su come si vorrebbe vestita una donna al primo appuntamento, il 37 per cento dei maschi intervistati ha risposto: con un paio di jeans a vita bassa. Bene! Ma veniamo a noi e al nostro comitato di esperti. Il primo iscritto a parlare è Luca: «Mi piacciono, ma mi sembra che siano un indumento

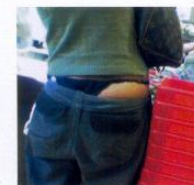
un po' abusato. Voglio dire: non tutte le donne possono permetterselo. Alcune dovrebbero fare una dieta o mettersi jeans normali. Anche se imperfette, possono essere seducenti, senza doversi ridicolizzare a tutti i costi». Ezio annuisce, ma non sembra avere molte preoccupazioni estetiche: «Ci saranno anche troppi rotoli in mostra, e allora? Preferite i bermuda ascellari?». Nessuno mostra propensione per l'indumento e la domanda cade nel vuoto.

È solo una moda, passerà

Settimio, fotografo di moda (è lui l'autore del nostro calendario con Vanessa Kelly), risponde in maniera più disillusa: «Mi ha un po' rotto, come succede dopo un po' di tempo con tutte le mode. Non credo che l'eccitazione derivi dall'oggetto in sé. Negli anni Settanta arrapava il jeans a vita alta, perché la moda era quella. Passerà anche questa e ci piacerà un'altra cosa. Secondo me decidiamo cosa è sexy e cosa no solo in base a cosa è di moda, e cosa vediamo di più in giro». Marco non è d'accordo: «Non scherziamo, non è solo l'oggetto in questione, ma è ciò che vedi. Quando c'è una ragazza con il jeans a vita bassa, con il tanga che spunta fuori e magari quando si piega vedo anche un pezzo di sedere... signori miei, datemi pure dell'allupato, ma a me sale il sangue al cervello».

Il finto moralista

Prima che gli animi si surriscaldino troppo, cerco di spargliare le carte vestendo i panni del finto moralista, che, in realtà, nasconde idee biecamente maschiliste: «Scusate, però si parla sempre di parità dei sessi, della fine della donna oggetto e di dignità femminile. Il risultato è che ci rompono le scatole perché ci fermiamo a vedere donne seminude sui giornali, in tv e in spiaggia. E poi loro girano con le chiappe di fuori. Vi sembra logico?». Per un attimo,



mo, gli esperti sembrano preoccuparsi seriamente per il mio stato di salute mentale, ma per fortuna Luca non perde un colpo e rilancia: «Certo che mi sembra logico. Anzi, secondo me la vera parità tra i sessi è proprio questa: loro hanno tutto il diritto di spogliarsi e io quello di guardare. Che nessuno si offenda». Settimio taglia la testa al toro e offre l'ultimo giro di pinte: «Amici miei, è inutile starne a parlare troppo, tutto l'anno prossimo la moda cambierà e non ci saranno più jeans a vita bassa. È sempre andata così e dubito che stavolta possa finire diversamente. Quindi, state tranquilli e godetevi lo spettacolo finché dura». Cerco di non fare morire il dibattito ma non c'è più niente da fare: anche questa volta abbiamo finito i neuroni a nostra disposizione. Meglio lasciare la parola a loro...

Maxim settembre 2004

Forum Donne

Guardate, ma non toccate!

Le ragazze del forum Maxim rispondono ai nostri "saggi". Che male c'è nel lasciarsi ammirare o nel ricambiare uno sguardo sexy? Purché non ci si illuda. E le mani restino al loro posto. di Alba Piazza

Ragazze, siamo in pieno agosto...». Arianna tenta così di giustificare la sua mise. Sarà, ma in pieno pomeriggio, in piazza Castello, quei jeans e quel top non passerebbero inosservati neppure a un non vedente. Lei lo sa bene: «Sì, sono a raso rosa, super aderente, che fa risaltare la sua terza abbondante. «Mi dicono tutti che ho un look provocante, ma lo faccio solo per piacermi. Vi sembra esagerata?». Silenzio. Fa la femmine fatale e poi sfugge agli sguardi libidinosi. Ma è «suora» a metà: «Mi piace quando mi guardano le tette. Mi esalta e poi sono il mio pezzo forte, per cui le metto in mostra. Certo che se uno con un'occhiata mi spoglia, mi infastidisce...». Ary la interrompe: «Quando voglio far colpo la mia arma sono i pantaloni: metto quelli più a vita bassa che ho. In realtà, mi fa piacere essere guardata, ma solo se lo fa uno che mi attizza». Micaela ne fa una questione di "target". I pantaloni militari larghissimi che le scendono sotto i fianchi scoprono il piercing sull'ombelico: «Dipende tutto da chi ti guarda». E snocciola la lista di quelli che sono "out": uomini di una certa età, già impegnati e "minus habens". Il trio è unanime: si alla vita bassa, ma pollice verso per il tanga a vista. Un conto è la provocazione, un altro la volgarità. E mai scoprire la pancia se non è piatta come una tavola. Essere guardate ci piace, eccome. Basta che la cosa finisca lì.



La moderatrice



settembre 2004 MAXIM 127



QUESTIONE DI DETTAGLI Silvio Muccino e altri quattro scatti del tedesco Dirk Vogel in mostra allo spazio Gioia 69

Telefonami una foto

Grandangolo, teleobiettivo, flash, treppiede. Dimenticate questi accessori: per fare delle belle foto se ne può fare anche a meno. Anzi, non serve neppure una macchina fotografica: può bastare un cellulare. Se non ci credete, fate un salto a vedere la mostra di Dirk Vogel (fino al 4 dicembre al Gioia 69, via Melchiorre Gioia 69, tel. 02.66710180). Il talento e l'«occhio» dell'artista tedesco da una parte, e un telefonino di ultima generazione dall'altra. Uno di quelli con macchina fotografica, che migliaia di italiani già usano tutti i giorni, magari con mano un po' traballante, per inquadrare gli amici o il pargoletto. Il risultato di «Life's more interesting in detail» (La vita è più interessante in dettaglio, questo il titolo della mostra) è una galleria di volti noti affiancata da squarci di una Milano colorata e notturna. La mostra è anche un'occasione per verificare l'animo artistico di sportivi, attori e dee-jay, che si sono alternati nel ruolo di modelli e di (volenterosi) fotografi. Si possono così gustare le foto, tutte prese con il solo telefonino, di Adriano, Kakà, Paolo Maldini, Antonio Rossi, Silvio Muccino, Chiara Caselli, Albertino e altri ancora. «Quasi tutti mi hanno confessato di essere più a loro agio davanti a un cel-

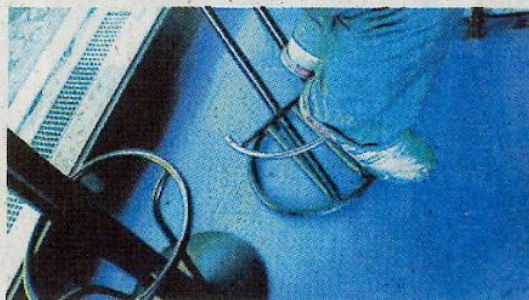
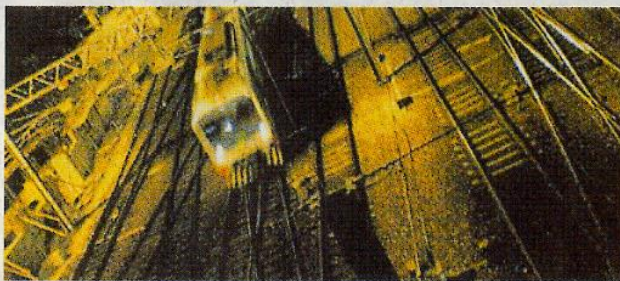
lulare, piuttosto che a una macchina tradizionale — racconta Dirk Vogel —. D'altronde le foto col telefonino sono un fenomeno che inizia a far parte della nostra vita». Quanto ai risultati dietro all'obiettivo, «molti, come i calciatori, hanno avuto poco tempo. Ma di altri, come Andrea Pellizzari o la vee-jay Camila, ho fatto fatica a scegliere una sola foto».

Poi Vogel spiega com'è nata l'esposizione: «Ho ricevuto in estate questo cellulare in prova da Sony Ericsson e ho provato a scattare delle foto. Quando le ho portate allo sviluppo, nessuno voleva credere che arrivassero da un telefonino. Da lì è partito tutto». E chissà che la mostra non sia d'ispirazione a qualche aspirante fotografo. Perché, come ricorda Vogel, «per iniziare un tempo ci volevano un sacco di soldi per attrezzatura, pellicole e sviluppo. Oggi può bastare un cellulare. L'importante è lo sguardo».

Paolo Ottolina

CORRIERE DELLA SERA

www.corriere.it
Online le immagini della mostra



L'ESPERTO

«La tecnica? Non è importante. Il bello è cogliere l'imprevisto»

Caetano Veloso in concerto e il nipotino che soffia sulla sua prima candela, il gol di Adriano e lo strano pesce che hai visto quest'estate al mercato di Atene. «Il bello della foto "telefonata" è che puoi farla in qualunque momento, condividere un'esperienza unica, raccontare cose e situazioni impreviste», dice Marcello Mencarini, ex fotografo professionista, oggi direttore di «Makadam», la prima rivista italiana dedicata alle immagini scattate con il cellulare, distribuita gratuitamente nei bar di tendenza e nelle librerie di otto città italiane (tra cui Milano).

Autore insieme a Michele Neri di un manuale di fotografia allegato ai telefonini Nokia («Un attimo per cogliere l'attimo»), Mencarini rifiuta però di parlare di tecnica: «La tecnica non è importante, e i telefonini di nuova generazione sono in

grado di offrire la stessa risoluzione di una buona macchina digitale. Quello che conta sono lo spirito, la casualità, l'improvvisazione che caratterizzano questo nuovo linguaggio. Le foto telefonate di oggi sono le eredi delle lomo e delle polaroid di una volta, sono le foto che potrebbe fare mia zia e questa è la loro forza. Sfucate, magari un po' buie ma perfettamente rispondenti al nostro tempo».

Ogni giorno sul sito www.makadam.it arrivano oltre 200 immagini scattate con il telefonino, che poi, dopo una selezione, vanno a comporre i servizi della rivista. Ma il prossimo 2 dicembre ci sarà un'occasione per tutti: nella sede dell'agenzia Grazia Neri, in via Maroncelli 14, sarà allestita una mostra continua cui chiunque potrà contribuire con la sua «foto telefonata».

Carlotta Niccolini



piazza navona



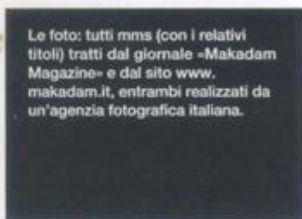
serie piedi



mojito



luce a milano



Le foto: tutti mms (con i relativi titoli) tratti dal giornale «Makadam Magazine» e dal sito www.makadam.it, entrambi realizzati da un'agenzia fotografica italiana.



tribuna stampa stadio olimpico

Non solo mania collettiva o follia tecno-consumistica. Quella di scattare (e inviare) foto col telefonino è ormai un'arte di massa. Raccolta in giornali, siti, perfino mostre.

di Giovanna Amadasi

mms collection

Ricordate la vecchia Kodak Instamatic? Erano gli anni Settanta, e per la prima volta fece la sua comparsa sul mercato una piccola macchina fotografica, tutta di plastica, con l'obiettivo fisso. Costava pochissimo e poteva essere usata perfino da un bambino. Gettati alle ortiche i complicati manuali d'uso delle pesanti reflex, ognuno finalmente poteva sentirsi fotografo per un giorno e immortalare senza troppe complicazioni eventi importanti o attimi insignificanti ma irripetibili della propria vita. Una volta stampate, le foto erano piccole e quadrate, la qualità dell'immagine era così così – niente regolazione della luce né

della distanza – eppure nulla può raccontarci meglio un'epoca di quei piccoli ricordi fuori fuoco. Sono passati decenni che sembrano secoli ed ecco che, all'inizio del nuovo millennio, fa capolino – dopo gli anni Novanta in cui l'high tech sembrava farsia da padrone con le forme algide delle ricostruzioni in 3D – quell'estetica low-fi che ci riporta indietro ai bei vecchi tempi. E stavolta grazie a uno degli aggeggi più tecnologici che si possano immaginare: un cellulare con fotocamera mms. Dal loro arrivo sul mercato – era il giugno del 2002 – questi telefonini, costosi non più di un bel cellulare, hanno conquistato la fascia di

• segue



...e barbi



melt banana in concerto



bcvndth



05/11/2003



piano sì, ma...



ombelico e coniglio

Anche le foto di questa pagina sono mms che fanno parte del progetto «Makadam». Chiunque può inviare i suoi «scatti da telefonino» al sito del magazine.

mms collection



fotografi, 59ma mostra di venezia

E DOMANI SARANNO MIGLIAIA DI MILIONI

Si chiamano Mobile Multimedia Service (mms) e rappresentano la nuova frontiera della comunicazione senza fili. Nati dalla costola tecnologica degli ancora gloriosi e redditizi Short Message Service (sms), si apprestano a dominare il mercato dei prossimi anni, opponendosi anche ad altri colossi come le e-mail wireless. Ma quanti li usano davvero? I dati parlano chiaro: oggi su 10 cellulari acquistati uno è equipaggiato con fotocamera mms. E cioè un obiettivo è la possibilità di scattare un'immagine e mandarla a un computer o a un altro telefono in grado di riceverla. E nel futuro? Le aziende di telefonia ci hanno investito alla grande, anche perché pare che entro il 2006 ci saranno nel mondo circa un miliardo di fotocamere su telefonino. Alcune autorevoli ricerche di mercato prevedono che nel 2006, solo in Italia, saranno inviati 19 mila milioni di mms all'anno per un giro d'affari di ben 3 miliardi di euro! Non pochi, soprattutto se si considera che inviare uno oggi costa dai 52 centesimi a un euro. Ecco perché per il momento i giovanissimi continuano ad accontentarsi di mandare sms (35 mila milioni quelli inviati nel 2003) lasciando l'ebbrezza di video e fotografie ai fratelli maggiori over 30. I quali però giurano che, una volta provati, è difficile rinunciarci.

utenti più aggiornata e tecnologicamente «avanti», supportati da campagne di comunicazione massicce e accattivanti. Ma al di là degli aspetti più ovvi e strictevoli suggeriti dalle pubblicità – la possibilità di diffondere tra gli amici il proprio ritratto con la ragazza di turno o di dare la buonanotte al nipotino lontano – quella degli mms promette di essere una vera e propria rivoluzione del gusto e del modo di comunicare. Già l'aveva intuito l'onofa («fotografo per passione») Angelo Mereu, che nel dicembre 2002 aveva esposto alla galleria del negozio Giovannina di Milano i suoi mms, poi trattati-colorati-rielaborati in digitale. Adesso Grazia Neri, grande agenzia fotografica italiana, ha deciso di scommettere su questo nuovo medium inaugurando un free magazine interamente dedicato alle foto realizzate con cellulari mms. Il progetto si chiama «Makadam», è stato ideato da Michele Neri insieme al fotografo Marcello Mencarini, ed è al suo secondo numero. Stampato in 20 mila copie e distribuito nei locali in giro per l'Italia, «Makadam» è un mensile di sole immagini, che in ogni numero ruota intorno a uno o più temi (aspetti-moci un prossimo, inedito Natale in digitale) e che si basa su un'idea tanto semplice quanto geniale: non è la qualità tecnica che rende un'immagine interessante, ma quello che ci dice e ci racconta. L'avventura comincia qualche mese fa, alla Mostra del Cinema di Venezia: in quell'occasione alcuni reporter dell'agenzia scattano e mettono on line in tempo reale sul sito www.190.it ritratti di superstar come Harrison Ford, Michelange-

lo Antonioni, Goran Bregovic e Sofia Loren. E a chi interessa la definizione dell'immagine se può osservare Catherine Deneuve a distanza ravvicinata appena sbarcata al Lido? Un esperimento così ben riuscito da invogliare i suoi ideatori ad aprire la sfida anche ai non addetti ai lavori: le immagini di «Makadam» perciò non sono realizzate da fotografi professionisti, ma da chiunque voglia mandare i propri scatti al sito www.makadam.it.

RISPETTARE LE REGOLE

Le regole (come accade in ogni avanguardia che si rispetti) sono poche e semplici: le immagini devono essere eseguite e inviate da un cellulare, non devono ledere i diritti dei soggetti fotografati e i limiti della decenza, devono rispettare la legge sulla privacy. Diviso in categorie (amici, autoritratti, vip, scherzi, scritte e graffiti, bar e così via) questo archivio del digitale è un esperimento in progress sulle nuove frontiere aperte dalla fotografia via mms per chi si occupa di immagini: sia come autore che come fruitore. E basta navigare a caso tra le oltre mille foto presenti per capire che l'intuizione di McLuhan per cui «il medium è il messaggio» – coniata nel momento in cui nasceva la televisione – continua a essere più che mai valida. Immagini sfocate, sgranate, inquadrature a volte in modo approssimativo. Una sorta di manifesto della bassa definizione che ci ripropone quell'estetica low-fi che – dalle Polaroid scattate da Warhol a sé e ai suoi amici, agli snapshots della fotografa americana Nan Goldin all'inizio degli anni '80 fino ai film in digitale di Lars Von Trier

• segue



Con due esperti parliamo di un nuovo fenomeno di costume. Sono nate riviste, si organizzano mostre, addirittura si discute per le foto scattate allo stadio con i cellulari. Insomma, è sempre più



tele-photo mania vol.2



180 PHOLA BIONDI TEST FRANCESCA TROVATI PHOTOGRAPHY PUZZOCHERO / BRESSANINI



AMORE on line

Ci si conosce in Internet, su pagine web create apposta. Si chiama *dating in Rete*, ma alla fine è sempre la stessa cosa: trovare l'anima gemella. Anche noi di *Maxim* ci abbiamo provato...

di Ivan Del Ponte

Degli 80 uomini che le hanno mandato messaggi nei primi due mesi di Internet dating, Kathrine F., americana di 32 anni, ha parlato al telefono con una quindicina, ne ha incontrati otto, ma dopo qualche uscita ha realizzato che non aveva trovato "Mr Right" (l'uomo giusto). È una delle prime lezioni che imparano i sottoscrittori dei servizi di incontri on line: l'anima gemella è molto più difficile da incontrare che non semplicemente uscire a cena e ritrovarsi a chiacchierare con un bicchiere di vino in mano. Ma, come tanti altri, Kathrine è convinta che in Rete ci siano molte più possibilità di trovare un partner, piuttosto che off line: «La differenza è che c'è un enorme numero di single a cui attingere». L'on line dating, da sempre visto come l'ultima spiaggia dei casi umani,

quelli che potrebbero aprire il sito www.sfigati.com, sta uscendo dal ghetto; connettersi a Internet per conoscere altre persone non è più "socialmente deprecabile" e sta rapidamente diventando un aiuto per i single (o un'alternativa a sposati irrequieti). Negli Usa ci sono (dati Nielsen NetRating) 19 milioni di persone che ogni mese vanno su siti definiti "personal" (su un totale di 135 milioni); in Italia sono circa un milione di persone (su un totale di 14 milioni). Negli Stati Uniti il leader è Yahoo! Personal, seguito da Match.com (entrambi con poco più di 4 milioni di sottoscrittori). In Italia i più visitati sono Meetic.it (500 mila sottoscrittori dichiarati, presente sul portale Yahoo!) e Match.com (250 mila sottoscrittori dichiarati, veicolato dai portali MSN, Virgilio e



VANITY SINGLE (PER ORA)



È un gioco per incontrare l'anima gemella. L'ha inventato un rabbino di New York per aumentare i matrimoni all'interno della comunità ebraica e oggi è diffuso in tutto il mondo. «Date» in inglese significa appuntamento; «speed» veloce, perché ogni incontro dura pochi minuti. In Italia, Carlo Verdone l'ha raccontato nel film *L'amore è eterno finché dura*. Chi vuole giocare si dà appuntamento in un locale

(luoghi e date delle serate sono consultabili sul sito www.speeddate.it, necessaria l'iscrizione) dove, in una sera, partecipa a 25 incontri di tre minuti l'uno. Al termine, ognuno segna sulla propria scheda un sì o un no accanto al numero della persona appena conosciuta. Se il gradimento è reciproco, l'organizzazione del locale invia gli indirizzi e-mail agli abbinati che possono approfondire la conoscenza.

INCONTRARSI E PIACERSI (O DETESTARSI) IN TRE MINUTI. SI CHIAMA "SPEED DATE" ED È UN FENOMENO CHE STA DILAGANDO. L'ABBIAMO PROVATO PER VOI. POI, CI SIAMO INFILATI ANCHE IN UNA CHAT...

PEGGIO SOLE CHE MALE ACCOMPAGNATE

TESTO DI SARA FAILLACI - FOTO AL CELLULARE DI MANFREDO PINZAUTI

Una serata al Maison España di Milano documentata da foto scattate col cellulare. Dopo la fila alla cassa, si passa ai colloqui. E si segnano le preferenze sulla scheda.

SENTI, UNA MIA
AMICA HA
CONOSCIUTO COSÌ
IL TIPO CHE HA
SPOSATO



DAL VIVO

«Dai, il locale non è poi così male, pensavo peggio». Risposta: «Che te ne frega del posto. Guarda piuttosto quel gruppetto là... Sono decenti?». Ore 20.30 davanti al Maison España, in via Montegani, zona sud di Milano. Le due ragazze mi passano vicino: chiome lucide, profumo stordente, tacchi, a giudicare dal rumore sul selciato, di almeno nove centimetri. Gli altri arrivano a piccoli gruppi: quattro uomini, due donne, due uomini e tre donne. Tra pochi minuti, dentro quel locale inizierà uno speed date. Assieme alle chat (comunicazione in tempo reale su Internet), gli speed date rappresentano i nuovi modi per conoscere persone e, possibilmente, fidanzarsi. Fin qui la teoria. Ma, nella realtà, chi sono le donne che credono in questo ap-

proccio? E, soprattutto, sono donne che altrimenti non troverebbero uomini o sono le avanguardiste di una società cambiata? Per capirlo ho partecipato a uno speed date; alla chat sentimentale, invece, mi iscrivo fingendomi un uomo che ha voglia di innamorarsi. Davanti alla cassa del Maison España c'è la fila. Osservo visi e abbigliamento: potremmo essere all'ora dell'aperitivo in qualunque bar di Milano. Per 20 euro (25 i maschi) conquisto un numero che devo appiccarmi sul petto. Con me c'è un fotografo "armato" di telefonino: farà le foto con quello. Il guardaroba è una rivelazione: sotto gli spolverini neri, si scoprono schiene nude, collant velatissimi e vestitini attillati: qualcuna osa perfino una minigonna ardita. Gli occhi degli uomini in fila puntano. La caccia è aperta. C'è

un attimo di panico: in sala le chiome brizzolate e gli addomi prominenti sono decisamente troppi. Ma gli organizzatori tranquillizzano: nella serata si tengono contemporaneamente due speed date, uno riservato a persone dai 23 ai 38 anni, l'altro dai 35 ai 50. Prima che inizi il gioco, c'è un breve aperitivo per rifocillarsi e familiarizzare. Mezz'ora dopo i piatti sono sempre vuoti e i portacenere colmi. Avvicino una coppia di amiche vestite "da gara"; sono venute da Monza, sono colleghe d'ufficio. Perché qui? «Per passare una serata diversa». Come mai tanta eleganza? «Mi sembra il minimo, conosci un sacco di gente nuova ed è importante come ti presenti». Per loro non è la prima volta. «Un mese fa ho avuto cinque contatti. Con uno mi sono scritta per un po', un altro l'ho rivisto e mi piaceva pure; peccato che



Happy hour

BANCONI DI CIBO SEMPRE PIÙ LUNGI, OPTIONAL SEMPRE PIÙ VARI (MASSAGGI, LETTURA DELLA MANO...). DIARIO DI UNA SETTIMANA DI APERITIVI RINFORZATI, SULLE TRACCE DEI NEOTRENTENNI, E DEL RITO PIÙ COLLETTIVO (E SEXY) CHE C'È

testo e foto **Michele Neri**



milano | tribù

milano | tribù

Giovedì

DYNAMO Meno male, questa sera tocca al Dynamo. Periferico (Greco). Design rigidamente contemporaneo. Un celebrato buffet vegetariano cucinato con molta fantasia dal cuoco (gigantesco, per fortuna) Cristian. Dietro al bancone comanda Ambra, la più bella proprietaria di locali di Milano. Sguardo malinconico in fuga. E io dico: «di la verità che vengono tutti per te». E lei: «ma no, è per il mangiare, anzi, per le patate che nessuno fa così bene». Provo. Buone. Voglio riprovare. Scodella già finita. In quattro anni Ambra ha ascoltato migliaia di frammenti sonori. Di che si parla durante l'happy hour? «Le donne di uomini, soltanto di uomini. Gli uomini di lavoro, calcio, vacanze e donne». Non tutti ad alto livello. Tema: vacanze prossime. Protagonisti: due amici di trenta e passa anni.
- Ah San Sebastian, che bello.
- Arcachon, visto una volta, che schifo.
- Io mi sono rotto i coglioni di Ibiza.
- Sì ha proprio rotto il cazzo.
- Comunque ho capito una cosa: in vacanza non devo andare per forza in discoteca per divertirmi. Mi piace anche andare in spiaggia.
- Hai ragione.

BAR BIANCO Arrivo al parco Sempione per rivedere quello che ha inaugurato l'aperitivo silvestre sfruttando angoli già cheap e degradati della città. I chioschi. Le aiuole dei parchi pubblici. Il Bar Bianco. Buffet con tanta pasta e patate. Concentrato di ragazzi e ragazze che si muovono nel modo giusto. Le ciabattine non sono mai così ciabattine. E pure le zeppe. Tanti esami universitari fatti o da fare dominano il sonoro. E tutto bello e perfetto, ma la sensazione è che nel rito le passioni tristi prendano il sopravvento. Forse è per la crisi. Due uomini maturi ma non proprio distinti: «Cosa vuoi che ti dica? Devo accettare l'idea di abbassare il mio standard di vita. Ero abituato ai miei 6-8000 euro al mese. E adesso chi me li dà più?». «Ti capisco...» S'interrompe stizzito: «Eccozzo ma quante zanzare...». Su questo concordo: alle mosche al Bar Bianco ho subito il record di puntate.



MEGAPOUF, GIARDINI TROPICALI, CANEPE VEGETARIANI. DUE DONNE CHE PARLANO DI UN'AMICA CHE SI È RIFIATTA A LONDRA (MA È RIUSCITA BENE SOLO LA PARTE DIETRO)



Venerdì

BAGNI BOTTA Da qualche estate funziona l'aperitivo bordo vasca. Introdotta qualche estate fa dal giardino della piscina Solari (le inarrivabili sdraio doppie azzurre e i megapouf) quest'anno se la giocano in due: Argelati e Caimi (chiamato Bagni Botta). Provo il secondo. Per chi non conosce questa surreale, cinematografica area verde con piscina olimpionica e vasca gradinata con fontana decorata di feticci, questa è un'ottima occasione. Il tutto è così grande che le trecento persone che vedo ne riempiono un angolo. C'è un piccolo mercatino indiano-new age. Si vendono gioielli e costumi. Alta percentuale gay. Al piano superiore, nell'area *hospitality* sui divani si cimentano a fumare il narghilé. Sdraiati sui praticelli in stile neo Parco Lambro o in piedi eleganti vicino all'acqua e di fianco a patate e olive come in un film sulle feste romane, con la corona di case popolari belle e moderne brutte che fa da sfondo, le tribù si mescolano girando la cannuccia.

Sabato

CANTINE ISOLA Comincio così di aver lasciato il lavoro a metà (dov'è l'esclusivo Smoking, la certezza Atm o il neonato Milano di via Procazzini). Dove lo storico e mai stanco Luca's o la Trattoria Toscana o il Coquetel - confesso che il parcheggio vicino alle Colonne è troppo stress - e il celebre happy hour in hotel, almeno quello del Diana, o gli affettuosi wine bar di zone est, Ombre Rosse e Polpetta?, torno alle origini. Dopo tutti i soliti amici di quartiere che si trovano ogni sera al piccolo tavolo nel retro delle Cantine Isola di via Sarpi, non celebrano da anni un perfetto happy hour? (E per chi c'era, l'Oreste di Piazza Mirabello). L'ambiente non è proprio da Cocktail Lounge, ma gli assaggi sul banco servono a dimenticare qualsiasi patata. Il buon vino fa dimenticare tutto il ghiaccio succhiato. Le parole sagge e consolatorie di Luca e Socrates curano lo spleen del milanese nelle terribili ore tra giorno e notte. Ma anche lì. Da una coppia mi stordisce un «sono in attesa di situazioni che sbocciano».

DA VEDERE

Ritratti berlinesi di una giovane artista

ni appiccicati ai muri di Milano. Perché ci sono anche quelli che danno la sveglia al polo tecnico-scientifico della nostra città. Qui troverete l'indirizzo di una mailing list: sveglia_cittastudi@inventati.org, ma attenti a cosa ci scrivete: in lista è arrivato anche un messaggio di Margherita Hack. «L'astrofisica — spiega Maddalena, 23 anni, studentessa di architettura — ci ha spedito una email di incoraggiamento per quello che stiamo facendo in università».

Per esempio, organizzare un anti career day per protestare contro l'ingresso delle aziende al Politecnico e scambiare i loro gadget «acchiappa laureandi» con prodotti ad alto tasso di provocazione e bassissimo appeal di mercato, come profumi al petrolio, bottigliette di acqua piovana... O aprire una ciclo-officina per studenti e professori amanti della bicicletta. O, ancora, creare gruppi d'acquisto solidali all'interno dell'università e corsi gratuiti di informatica sul software libero.

Insomma, roba che tra Pio- la e Lambrate — le fermate di metrò che segnano i confini di Città Studi — non si vedeva dagli anni Sessanta. Che anche i «cervelloni» tutti algoritmi e si-

to di studenti di diverse facoltà scientifiche — età media 22 anni — nato proprio grazie a un volantino intitolato «Sve-

ne si è estesa ad altri campi, ma il nome del gruppo è rimasto lo stesso, spiega Tommaso, che è iscritto ad Agraria e a

promuovano comportamenti di pace e stili di vita che rispettano l'ambiente e la scienza sempre con un approccio scientifico». Un approccio da

Nella foto: un incontro settimanale aperto a tutta la popolazione, alle ore 13.30, nell'antiteatro Isu di via Golgi — ogni

STAMPA GRATUITA

Tre nuovi giornali per i giovani: musica, moda e fotografia

Free press per tutti i gusti. Dopo il successo riscosso da «02» e «Urban» approdano a Milano altre tre riviste gratuite con target studentesco. La prima sarà distribuita a partire da questa settimana di fronte alle principali scuole superiori cittadine: si chiama **Cream** (nella foto, la copertina) ed è un mensile di musica, cinema, letteratura, moda e tendenze pensato per gli studenti dai 14 ai 19 anni da due universitari, Enrico Pandian e Michele Annechini, e un laureato in Scienze Politiche, Carlo Lenotti. «Il primo numero — spiegano — avrà una tiratura e una distribuzione limitate. Gli argomenti sono vari: si spazia da articoli relativi a fatti dell'estate passata a un approfondimento sulla tragedia del Vajont, dalle recensioni di dischi a un approfondimento su "Raising Arizona", film di Joel Coen del 1987. Dal mese prossimo in poi, invece, stamperemo ogni volta 50 mila copie che raggiungeranno gli istituti superiori di 28 città italiane».

Addio, dunque, ai vecchi giornalini scolastici: al motto di «Read your dream», che comparirà in bella vista sulla coperti-

na, e con un intento apolitico (l'idea degli autori è che «schierarsi da una parte o dall'altra potrebbe rappresentare un limite»), «Cream», che si avvarrà di 25 redattori sparsi per l'Italia, arriverà sui banchi di scuola dall'esterno, ricco di notizie già confezionate.

Più variegato il target di **Pause**, trime-

strale nato per iniziativa di Daniele Pittori, docente di Comunicazione Pubblicitaria alla Sapienza di Roma, il cui obiettivo è di raccontare la città con un occhio diverso dal solito. Il numero zero, intitolato «Corporation» e distribuito nelle librerie e nelle gallerie d'arte, sarà presentato venerdì prossimo nell'ambito dell'evento «Facce metropolitane»: alle 17.30 all'Openspace di via Marconi 1 si terrà un incontro cui parteciperanno gli ideatori del giornale ed esperti del settore, mentre sul sagrato del Duomo sarà installato un set aperto a tutti dove alcuni fotografi realizzeranno le immagini da pubblicare nel numero di dicembre.

Se non bastasse, da questo mese si potrà trovare nei locali pubblici anche **Makadam**: pubblicazione prodotta da Emage, il laboratorio multimediale di Grazia Neri, utilizzando fotografie scattate con telefonini dell'ultima generazione. Chiunque può partecipare inviando materiale al sito www.makadam.it. Nel primo numero, un reportage sulla gara dei moji-to nei migliori bar milanesi.

Raffaella Oliva

LETTURE

VISITE GUIDATE

MARTEDÌ 14 OTTOBRE 2003



L'artista giapponese Fusako Yusaki, maga della manipolazione in plastilina, domenica 19 e domenica 26 ottobre sarà al Museo del Cinema per aiutare i giovanissimi a creare pupazzi in pongo colorato, insegnando loro come possono trasformarsi in immagini in movimento (5-11 anni, ore 15, € 9, via Manin 2/b, tel. 29.00.56.59, prenotare subito). (c.v.)

ECONOMIA

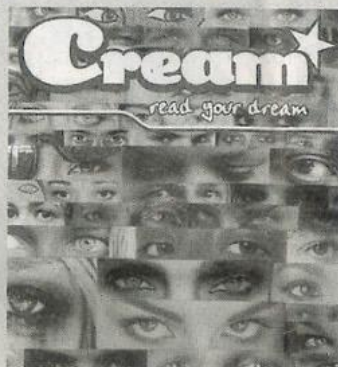
Vita da risparmiatore: ecco i consigli degli esperti

Come difendersi dagli alti e bassi della Borsa? Per il ciclo di incontri sull'economia alla Feltrinelli di p.zza Duomo, alle 18, una guida alla finanza familiare con Marco Lo Conte, conduttore di «Salvadanaio» su Radio 24, e Flavio Miglioli, autore del «Kit di sopravvivenza del risparmiatore».

Carlotta Jesi

Valsecchi
ra pop-art
fumetto

pittore
ilanesi Alberto
Valsecchi
augura alle
13.30 la
personale
Decostruzione e
conscio
visibile»,
lestita fino al
1 ottobre da
Enzo Cortina
ia Mac Mahon
1, Milano, tel.
33.60.72.36).
viaggio
mico e
ssacrante
l'interno della
propria psiche,
ve il filo
nduttore è un
gno preciso,
pop-art e
metto. (c.v.)



CULTURA

LA GITA

Caravaggio in digitale a Grumello

La tecnologia fa prodigi al Castello di Grumello (tra Bergamo e il lago d'Iseo). Sei capolavori del Caravaggio, da «Ragazzo morso da un ramarro» a «Giovane che suona il liuto» si possono ammirare in riproduzione digitale nelle sale dell'anno Mille, dove ieri è partita l'iniziativa di «Castelli & ville», itinerario nelle corti lombarde. t. 02.65.58.92.31, www.castelliville.it

La fotografia corre sul telefonino

È la nuova mania dei giovani: «Solo così prendi al volo momenti, fatti e persone»

Feste di compleanno, serate in discoteca, concerti, matrimoni o semplici passeggiate in giro per la città. Ogni occasione è buona per scattare fotografie con il cellulare. Niente flash, niente messa a fuoco: si estrae il telefonino dalla tasca dei pantaloni, si inquadra l'oggetto d'interesse sul display, si fa clic e il gioco è fatto: l'immagine è pronta per essere guardata, inviata via Mms (Multimedia Messaging Services), archiviata sul computer di casa, stampata o, nel caso non sia venuta bene, eliminata.

È la nuova mania del popolo dei cellulari. Secondo Idc, azienda specializzata in analisi di mercato, nel 2007 saranno più di 625 miliardi le foto digitali scattate con i telefonini. Da una ricerca della società Canalys risulta che sono stati 16 milioni gli apparecchi dotati di fotocamera integrati venduti nel corso del 2003 in Europa, Africa e Medio Oriente. E ancora: a Milano, in base a un'indagine della Camera di Commercio effettuata su trenta negozi specializzati, le vendite dei cameraphone rappresentano il 40 per cento di quelle dei cellulari in generale. E questo nonostante il costo medio, non indifferente, di 293,3 euro.

I NEO DIPENDENTI — Insomma, se parlare di boom è ancora azzardato, di certo i «fotocellularizzati» stanno aumentando a vista d'occhio. «Mi sono sempre divertita a improvvisarmi fotografa» racconta Angela Ulrocchi, milanese —. Il mio soggetto preferito è mio figlio, ma amo anche l'autoritratto, riprendere dettagli di me stessa, parti del mio corpo, per raccontarmi. Ho una macchina digitale, ma il telefo-

Niente flash o messa a fuoco: si inquadra l'oggetto sul display del cellulare e si fa clic. A Milano le vendite dei cameraphone rappresentano il 40% del totale

nino mi dà di più: è meno ingombrante, permette un uso più immediato, offre la possibilità di cogliere al volo momenti, fatti, persone. La qualità delle immagini non è eccezionale, ma non è un problema. Anzi, l'effetto sgranato che molti detestano a me non dispiace affatto».

IL MENSILE GRATUITO — Alcuni scatti di Angela sono stati pubblicati su «Makadam», mensile free press prodotto da Emage, il laboratorio multimediale dell'agenzia Grazia Neri, in cui compaiono solo ed esclusivamente istantanee realizza-

te con telefonini dell'ultima generazione. «Gli Mms non potranno mai sostituire le fotografie professionali, ma rappresentano un linguaggio interessante — spiega Michele Neri —. Ci hanno incuriosito fin dal loro debutto nell'estate del 2002, quando abbiamo realizzato un servizio fotogiornalistico alla Biennale di Venezia».

L'idea del magazine è successiva: lanciato lo scorso ottobre, il giornale è distribuito gratuitamente in ventimila copie nei locali di otto città italiane. «Ogni numero — continua Neri — contiene le opere mi-

DA MERCOLEDÌ

«Scatta in città» per il nuovo ViviMilano



Copertina del ViviMilano

Come vedete la Milano che vi circonda? L'obiettivo della macchina fotografica si muta di colpo nello specchio in cui analizzarci e riconoscerci. Il nuovo «ViviMilano», in edicola mercoledì 31 marzo, arricchito nella veste grafica e nella disposizione dei contenuti, rinnova un invito speciale all'indirizzo di tutti i suoi lettori: il concorso fotografico «Scatta in città». Inviata al sito www.vivimilano.it una foto digitale che ritragga Milano come oggi viene vissuta, amata, percorsa, criticata. Al mondo della fotografia, «ViviMilano» riserva da sempre un'attenzione particolare, proponendo tutte le settimane le migliori mostre, inserite nel più ampio quadro delle rassegne d'arte. In ogni numero il lettore trova il catalogo dei verisimili, vari approfondimenti sulle esposizioni di maggior rilievo, una severa guida critica a quelle già in corso.

gliori tra quelle inviate tramite il sito www.makadam.it. Attualmente abbiamo circa 400 iscritti e ogni giorno riceviamo tra le 30 e le 50 istantanee. Alcune rispettano i temi suggeriti di volta in volta dalla redazione, altre no: per esempio, un gruppo di infermieri ci ha spedito il reportage di una notte in ambulanza».

I MOBLOG — Un'altra testimonianza del successo riscosso dai cameraphone, sempre su Internet, sono i moblog: evoluzione dei più famosi weblog, ovvero siti personali, a metà tra diari e forum, a cui gli utenti della Rete possono contribuire «postando» messaggi e immagini col telefonino (vedi www.textamerica.com).

Ma c'è di più: pilotata dai marchi del settore, la moda dei telefonini sta invadendo anche il mondo dell'arte. Da novembre a gennaio sono state esposte a Roma le più belle fotografie Mms raccolte da Wind nell'ambito del concorso «Diario d'estate», mentre a dicembre si è tenuta a Milano, nel ristretto Le Bicchiette, una mostra di scatti realizzati con apparecchi Siemens da tre fotografi emergenti. «Non c'è paragone tra ciò che si può ottenere con un telefonino e quello che si ricava con una macchina professionale — dice uno di questi, il ventottenne milanese Alessandro Nassiri —. Ma ammetto che i fotocellulari sono uno strumento divertente: hanno il vantaggio di essere leggeri e facili da utilizzare. Anche di nascosto».

E la privacy? In Italia le limitazioni riguardano solo l'eventuale pubblicazione delle immagini. Per il resto, lo scatto è libero. Almeno per ora.

Raffaella Oliva

UNIVERSITÀ

L'ESPERTO

Nel flusso di immagini scompare ogni regola

Voracità visiva. Qualità che si perde nella quantità. Quando si parla di fotografie scattate con il telefonino, sono queste le due considerazioni più frequenti. Eppure, le nuove tecnologie digitali, destinate alla produzione d'immagini, dovrebbero essere lette come una sequenza di parole. Un flusso continuo, fatto di attimi liberi che non seguono più le vecchie regole compositive. Questo genere di foto non si colloca nella sfera della verità, ma in quella della creatività. Nessuna prova, nessun documento, nessuna presunzione. Nel mosaico superficiale dei nostri sguardi, scattare potrebbe dunque significare acquisire un grado superiore di consapevolezza. Le fotografie sono finestre sul mondo. A noi la scelta di aprirle o di lasciarle chiuse. Attraverso lo schermo del videotelefono si schiude un'ulteriore possibilità di democrazia, di divertimento, di leggerezza: la fotografia diventa ancora più facile ed è davvero alla portata di tutti. Così, le pareti e gli oggetti delle nostre città appaiono come costellazioni di istanti rubati al presente. Attraverso la magia del pixel, vediamo cose che non esistono più e cose che non sono mai esistite. Tra i colori saturi, vivi e artificiali lo sguardo assume un tono, un senso ed esegue una nota sensuale, crudele o pietosa... e ci chiede di dimenticare il tempo, conservando il suo valore.

Denis Curti



S'intitola «Ombra» questa foto di Alessandro Nassiri, 28 anni

IL CURIOSO

Due obiettivi per una modella



Un'istantanea pubblicata su «Makadam», mensile free press

IL REPORTER

La vigilezza in mezzo al traffico



Un altro scatto inviato al mensile che ne riceve da 30 a 50 al giorno

(segue da pagina 76)

ta di utilizzare le immagini. "Il miglior modo per capire le nuove tendenze è stare a vedere che cosa fa la gente. Pensiamo a tutti quelli che fanno foto, e a tutte queste foto che non sanno dove andare. Possibile, ci siamo detti, che non ci sia una maniera di attingere a questa fonte da un punto di vista professionale? Così abbiamo ipotizzato un media che stesse al confine fra carta e digitale e fra amatori e professionisti, capace di recepire nuove istanze. Nell'ottobre 2003 è nato Makadam, un giornale in cui le foto sono scattate esclusivamente con i telefonini e gli argomenti sono scelti in base a queste immagini sponta-

nee, ricche di calore e d'istintività speciali". **Streetstyle?** "Una reinterpretazione aggiornata. I contenuti di Makadam sono 'low-profile', del resto il nome stesso è la versione 'punk' di macadam, un vecchio termine francese che stava per 'marciapiede', da Mc Adam dell'inventore scozzese della mescola per l'asfalto. Il nostro giornale non solo offre l'opportunità di migliorare tecnicamente, ma è anche uno specchio in cui si può leggere che cosa pensa la gente, quali oggetti sceglie, poiché le foto ritraggono una dimensione più privata". **Anche una comunità.** "Intorno al nostro sito, raggiungibile solo con MMS, si è creato un nucleo di 'makadamici' che conta circa 600 persone. La struttura professionale che offriamo non si sovrappone a nessun'altra e funziona da una parte come collettore di creatività, dall'altra come propulsore verso l'esterno. Le persone inviano le foto a www.makadam.it e un server le gestisce come una specie di agenzia fotografica. È già successo che qualche rivista si sia appoggiata a noi per avere foto da cellulari 'coperte da garanzia' cioè dai contenuti protetti e qualitativamente elevati. Fra l'altro, abbiamo pubblicato le foto sia di un vostro lettore, Candido Baldacchino, sia di un professionista Angelo Mereu, dei quali ha già

parlato PHOTO ITALIA". (vedi n° 27 e n° 29, ndr). **Una valutazione artistica.** "Il fotoregistratore coglie cose che la macchina tradizionale non vede e fornisce una verità che sorprende l'autore stesso. In più le persone si sforzano di 'spiegare' i propri scatti, comendandoli molto spesso di 'discalessa': una riga sola, che a volte contiene un piccolo capolavoro". **Nella palla di cristallo.** "Ci vedo i fotocellulari da 4 megapixel e il video. Le statistiche dicono che 60 dei prossimi 70 miliardi di foto digitali saranno scattati dai telefonini; molti giornali commissioneranno servizi con questi apparecchi, non solo per assicurarsi il coté emotivo, ma un po' anche per 'spiare'..."

«Le statistiche dicono che 60 dei prossimi 70 miliardi di fotografie digitali saranno scattati dai telefonini...non solo per il coté emotivo, ma un po' anche per spiare» B.C.

N

«I fotocellulari non vanno visti come concorrenti, o addirittura in alternativa alle macchine digitali...ci permettono di cogliere cose curiose della vita e condividerle subito» B.C.

I 'trendhoppers'
Benedetto Condreas, in alto, e, a lato, Michele Neri.

uove tecnologie? Non importa se ne siamo dei cultori, la realtà è che non possiamo più restare indifferenti al continuo ribollire di novità, e quindi di nuovi oggetti del desiderio, con cui il mercato globale ci sollecita la voglia di possesso, e, in definitiva, ci cambia la vita.

A dire il vero, la spinta ad aggiornarsi diventa ogni giorno più convincente, perché i miglioramenti sono quotidiani, tuttavia ciò che ieri era nuovo oggi è stravecchio e ci viene il dubbio di non riuscire più a starci dietro.

A un anno di distanza (vedi Photo Italia n° 27) riparlamo di fotocellulari: vogliamo scoprire come l'avventura dell'utente foto-mediatore diventi sempre più emozionante. Del futuro tecnologico e dell'aspetto socio-culturale legato a questa nuova tendenza abbiamo parlato con due esperti del settore, sia dal punto di vista tecnico, sia da quello artistico. Sono Benedetto Condreas, marketing communication manager di Sony-Ericsson Italia, che guarda nel futuro della multimedialità, partendo dall'esperienza della sua azienda, e Michele Neri, dell'agenzia Grazia Neri, che, con la sua rivista Makadam, ha inventato un modo nuovo per indirizzare questa creatività.

OLTRE I CONFINI

Stanno uscendo in questi giorni i fotocellulari megapixel... "Il megapixel in sé", dice Condreas, non è automaticamente sinonimo di qualità, perché se non c'è abbastanza memoria per archiviare le foto o la tecnologia per condividerle, non ne facciamo granché. Il prodotto che presentiamo è stato sviluppato con la divisione Sony digital imaging". **Questi apparecchi andranno a sostituirsi alle macchine digitali?** "Non vanno visti come concorrenti, o addirittura in alternativa alle macchine digitali, almeno in questa fase. Questi oggetti ci permettono di cogliere cose della vita curiose e imprevedibili e condividerle subito con altri; in tutto questo c'è una garanzia legata al fatto che è stata proprio la Sony a realizzare la prima fotocamera digitale. Sicuramente la qualità delle foto è molto aumentata come anche la possibilità di memorizzarle". **Sta diventando un fenomeno epocale quello che vede fondersi aziende con know-how molto diversi e obiettivi comuni.**

"Il nostro marchio nasce da due fattori oggettivi: da una parte c'era un colosso tecnologico come Sony, con la leadership nel mercato consumer e l'ap-

profonda conoscenza delle dinamiche di marketing; dall'altra parte c'era la Ericsson, con la competenza specialistica nelle comunicazioni, leader delle reti di telefonia cellulare. Sony-Ericsson è diventato il nuovo brand, molto credibile, che ha voluto dare una risposta a un segnale di mercato che appena captato non era ancora così forte, ma era inequivocabile: lo sviluppo per gli anni a venire è la comunicazione mobile multimediale. È stato questo il pensiero che ha ispirato la realizzazione del T610, premiato come miglior telefono 2003. Se l'imaging è un mercato condiviso da altre aziende, il nostro prodotto si differenzia per l'immediatezza d'uso, che, insieme con il design accattivante, avvicina le persone al mezzo. Un altro esempio è quello del K700 "dual front", che da una parte appare come un telefono, dall'altra come una fotocamera, così come l'utente la conosce. In più attivare con un semplice tasto, e non dal menù, l'invio della foto verso qualsiasi tipo di sistema di condivisione immagine, è una possibilità rassicurante".

Qual è il domani della multimedialità? "Si stanno progettando cose che si vedranno fra dieci anni, ma nell'immediato sono le capacità video che ci aspettiamo di integrare nel telefono. Un altro interessante polo di accelerazione è la connettività con altri oggetti elettronici presenti in casa, servendosi, ad esempio, della tecnologia Bluetooth. In questo senso sarà necessario che si adotti uno standard comune, già più di 2500 aziende si stanno orientando in questa direzione". **Un'anticipazione?** "Usciremo presto con un prodotto con cui le foto scattate con il telefonino le si potranno vedere sullo schermo tv: si chiama 'Media viewer' e permetterà anche di ascoltare file musicali sullo stereo domestico".

UNA NUOVA TENDENZA

La più attuale maniera di fotografare. "Nell'estate 2002", dice Michele Neri, "dall'osservatorio della nostra agenzia ci siamo resi conto che lo strumento emergente per creare immagini artistiche poteva essere il cellulare:

dopo l'uscita del Nokia 7650, che effettivamente era in grado di fare belle foto, ci siamo resi conto che eravamo di fronte a qualcosa di nuovo. Insieme con Marcello Mercantini abbiamo proposto a Nokia e Vodafone il primo reportage in assoluto realizzato con il telefonino e ci siamo riusciti, immortalando il backstage del festival di Venezia". **Perché il successo del fotocellulare.** "Appena è uscito è stato usato per lavoro, perché permetteva di avere sempre con sé la fotocamera e di inviare istantaneamente gli scatti che servivano. Oggi è diventato sempre più semplice da usare, tanto che vi si è accostata anche la gente comune senza quell'imbarazzo che invece si prova davanti a un obiettivo".

Makadam, ovvero un'idea inedi-

(segue a pagina 81)



Fowa e Nokia fanno squillare le fotografie

L'accordo commerciale fra Fowa e Nokia è di quelli che fanno epoca e di cui parlano tutti gli addetti ai lavori. Non si tratta infatti semplicemente di una partnership distributiva, ma di un evento simbolico che sottolinea i forti cambiamenti maturati nell'ultimo anno e che sono stati enfatizzati dalla recente Photokina. Il mercato imaging amatoriale si sta nuovamente evolvendo e il processo di convergenza di dispositivi e contenuti verso una piattaforma comune è ormai entrato in un'ulteriore fase di sviluppo. *Questo per i fotonegozianti rappresenta l'opportunità di affrontare un nuovo business, offrendo una più ampia gamma di servizi innovativi insieme a un prodotto di grande successo.*

Fowa, distribuendo nel settore fotografico i telefoni cellulari Nokia dotati di fotocamera, e in particolare quelli definiti "imaging", ovvero con performance di livello più elevato (come i nostri lettori hanno già potuto leggere su Foto-Notiziario del 22 ottobre) mette i fotonegozianti in condizione di offrire ai propri clienti dei plus rispetto a qualsiasi altro punto vendita: i telefoni distribuiti nel canale fotografico da Fowa sono infatti corredati di garanzia Fowa card, che permette al consumatore di avere un telefono «muletto» se la riparazione dell'apparecchio non è eseguibile in 24 ore. A chi acquista un camera phone Nokia presso il negozio di fotografia viene regalato il libretto by Grazia Neri, realizzato in esclusiva, che spiega come fare delle buone foto con un cellulare e



Anche in Photokina, per la prima volta quest'anno, i telefoni cellulari dotati di fotocamera hanno attirato l'attenzione

delle indicazioni legislative su che cosa si può riprendere senza violare le norme sulla privacy. I fotonegozi dunque non si trovano a competere con altri punti vendita sul piano dei prezzi (confronto sempre povero di reali vantaggi sul lungo periodo), ma sul campo della competenza e dell'offerta di benefit aggiuntivi esclusivi.

Gli apparecchi in questione sono i Nokia 7610 nel colore nero brillante con particolari rossi e 6670, che non vengono distribuiti con il marchio di nessun gestore della telefonia mobile. Ne parliamo più ampiamente nel riquadro nella pagina seguente.

Nokia con questo accordo stretto con Fowa dimostra dunque di credere nel settore fotografico. La prima dimostrazione tangibile è venuta dall'ufficializzazione in Photokina, dove Nokia per la prima volta era presente con un grande stand e dimostrava a tutti i visitatori le possibilità di catturare immagini che offrono i cellulari e i risultati che si possono ottenere stampandole, dei risultati decisamente buoni, anche per chi è abituato a valutare la qualità delle immagini e non solo l'interesse del contenuto.

Per quei negozianti che hanno già apprezzato il digitale e stanno vedendo diminuire il fatturato diventa importante allargare l'offerta con dei prodotti che sicuramente rappresentano un mercato di riferimento per i volumi. Basta considerare che il sell out della telefonia cellulare in un mese è pari a quello della fotografia digitale in un anno. Uno sguardo in giro permette di rendersi conto dell'attendibilità di questi dati. A questo si accompagna la considerazione che nei prossimi due anni la fascia di mercato più bassa

Fowa, grazie all'importante accordo di distribuzione nel settore fotografico dei camera phone Nokia, consente ai fotonegozianti di affrontare un business di successo, offrendo ai clienti nuovi servizi esclusivi e interessanti

EDITORIALE

Essenzialmente, c'è sempre più bisogno di sintesi e statistiche, che raccolgono, riassumendolo, il senso dei fatti. Per esempio, una porzione significativa della nostra vita sociale e culturale è riempita da classifiche: i migliori film dell'anno, gli spettacoli televisivi più seguiti, i libri più venduti, e così via. È tutto soggettivo e spesso inutile, ma è anche divertente. Tutti sappiamo che dovremmo leggere molti più libri, così da poter esprimere un nostro giudizio riguardo il miglior libro dell'anno; e dovremmo vedere molti più film, in modo da poter decidere da noi chi siano gli attori e le attrici migliori, e quant'altro. Ma in una vita indaffarata, questo è semplicemente impossibile, e le classifiche servono a darci qualche indirizzo.

Per lo stesso motivo, anche il commercio fotografico viene sintetizzato da valori statistici e cifre riassuntive. Prima di tutto, questo serve a definire il mercato nel proprio insieme: sia dal punto di vista quantitativo sia da quello economico e finanziario. In subordine, riflessioni più approfondite sollecitano altre osservazioni, proiettate in avanti nel tempo. In particolare, senza alcuna sorpresa, in una logica a tutti palese, le più recenti sintesi rivelano una evidente e manifesta accelerazione tecnica con la quale il commercio al minuto si sta confrontando e si confronterà nei prossimi mesi e anni.

Ovviamente, ci riferiamo all'offerta di apparecchi digitali, la cui vendita sta implacabilmente sostituendosi a quella di macchine fotografiche tradizionali. Come sempre, confrontando la fotografia analogica con l'acquisizione digitale di immagini, precisiamo che non si tratta di assumere posizioni a favore o sfavore, pro o contro; più concretamente, vogliamo riflettere sulla possibile e potenziale proiezione sul mercato di alcune questioni di fondo. Ancora ci aiutano le cifre, i numeri di sintesi: in un certo senso impressionanti, oltre che significativi di una sostanziale confusione di intenti. È stato calcolato che dal gennaio 2003 fino allo scorso settembre nel mondo siano stati presentati ben quattrocentocinquanta apparecchi digitali nuovi; a fine dicembre, in Italia erano presenti sul mercato duecentocinquanta due apparecchi digitali diversi.

In definitiva questo significa poco o tanto, dipende dai punti di vista; così come le classifiche dei film e libri migliori sono a propria volta soggettive. Una certa oggettività delle cifre dell'offerta tecnica digitale impone però un pensiero. È tutto reale? Realistico? Possibile? Plausibile? Oppure, sull'onda di una tecnologia affascinante e coinvolgente, il mercato sta commettendo l'errore di esagerare nelle sollecitazioni sul pubblico, con conseguente cruento scontro sul fronte dei prezzi e inevitabile e contraddittoria loro riduzione, a cui consegue l'erosione dei legittimi margini di redditività di impresa, dalla produzione alla distribuzione, al commercio al minuto? Ci pare che le domande ci stiano tutte. E altre ancora dovrebbero essere poste: per la salute in tempi brevi, medi e lunghi del commercio fotografico.

Maurizio Rebuzzini



Ideato da Michele Neri e Marcello Mencarini, Makadam è il primo periodico interamente realizzato con fotografie scattate con telefonini (e il calendario 2004 del numero dello scorso dicembre 2003, analogamente il primo "fatto con i telefonini"). Nell'ambito dell'evoluzione della fotografia, quello del telefonino rappresenta un fenomeno con il quale confrontarsi. Ne ripareremo. [Makadam, via Maroncelli 14, 20154 Milano; mak@makadam.it].

DICEMBRE 2003
€ 6,00*



VADE RETRO SLOGGI

Alle signore francesi questa pubblicità dell'intimo non piace proprio, e invocano la censura. I mariti, invece, ne vanno pazzi. Indovinate perché

Per i francesi, soprattutto le signore francesi, la pubblicità dell'intimo Sloggi è da censurare. Tre fondoschiena impeccabili fanno bella mostra di sé dai muri delle città, i signori si lustrano gli occhi e le donne inondano l'azienda di proteste. I motivi? La donna Sloggi, dicono, più che una bella modella è un cattivo modello. A noi questa campagna non pare più esplicita di altre. E a volere ben guardare, per una volta, sembrano più offensive le parole della forma (o delle forme). Da alcuni manifesti della campagna, infatti, le ragazze in posa da pin-up invitano a "Essere se stesse, essere Sloggi". Come dire che dietro ogni signorina si nasconde una lap dancer? Ai "poster" l'ardua sentenza.

Marco Massarotto

UN ANNO BUONO

Gulliver ed Emergency: calendari di solidarietà

Nella serie di calendari "benefici" hanno scelto di stare dalla parte dei bambini. Il calendario di Emergency 2004 affida a un bambino guarito nei loro ospedali il viaggio fotografico in 12 mesi nei Paesi dove operano i medici dell'organizzazione.

Info sul sito www.emergency.it, recentemente ridisegnato dagli studenti dello IED di Milano. E sui bambini ha puntato anche Gulliver con Edoardo Costa, star di Vivere. Il ricavato del calendario servirà a costruire un asilo in Senegal.



I GIOIELLI DI HELMUT

"Chi si ama sa osare". È questo lo slogan scelto da Zoppini per la sua nuova campagna pubblicitaria, affidata a Helmut Newton. Immagini in bianco e nero, con modelli che esprimono spavalderia e aggressività senza rinunciare alla sensualità. E ai gioielli della casa fiorentina.



MMS PRESS

Makadam, il magazine fai da te

I fanatici degli MMS si ritrovano tutti su www.makadam.it. Basta inviare via e-mail (mms@makadam.it) il proprio scatto on the road e non solo lo ritrovate in poco tempo sull'homepage, ma anche sul magazine distribuito come free press nei principali locali italiani. Makadam è il primo magazine interamente creato dai lettori. Dalle sezioni di attualità a quelle di vita familiare, c'è posto per tutti. Il progetto nasce da Emage, il laboratorio multimediale di Grazia Neri, la più importante agenzia fotografica italiana.



SMILE. Sopra, uno scatto del fotografo Eddy Kohli per il calendario di Gulliver. A destra, la copertina di quello di Emergency.



VARIETY BOOKS TV & RAD

Max dicembre 2003

a cura di Gerardo Antonelli e Massimo Castelli

ISTRUZIONI PER L'USO

SUPERMEN'S

BRIEFING

Come metterla sotto chiave

Il 48% degli italiani soffre di gelosia... Se sei tra questi, o guarisci, o le fai mettere una cintura di castità come la castellana con cui è alle prese Woody Allen in *Tutto quello che avreste voluto sapere sul sesso...* (foto). Sul sito www.medioevo.com ne puoi acquistare una perfettamente funzionante (145 €). Ma attento, perché le donne sono più gelose di noi... e sul sito è disponibile anche un modello da uomo (sh!). Alternative? Leggi *Gelosia, l'altra faccia dell'affare*, del sessuologo Willy Pasini (ed. Mondadori).



Come sturarti 100 euro

Il lavandino è otturato. Prima di ricorrere a quell'esoco dell'idraulico, fai così.
Soluzione 1. Se hai un lavandino a tubature incassate, fissa il capo di una canna di gomma al rubinetto e infila l'altro nello scarico, avvolgendogli intorno degli stracci. Poi apri l'acqua gradualmente: la pressione lo sturerà!
Soluzione 2. Ci sono i tubi in vista? Sotto il lavabo c'è un bulbo: svitalo, svuotane le schifezze dentro a un secchio, riavvitalo. Lavati.



Come avere un nobile scoop

Hai speso 300 euro per comprare l'ultimo modello di telefonino con fotocamera integrata: sfrutta quanto investimento pubblicando le tue foto! Come? Vai su www.makadam.it, registrati al sito e invia col cellulare lo "scoop" del tuo cane con la cagnetta del vicino a mms@makadam.it. Sarà pubblicata sul sito Internet e, eventualmente, anche sulla rivista mensile *Makadam*. Ricorda che se del vicino hai fotografato la moglie in topless, devi chiederne il consenso, o ti aspetta il "cellulare" della penitenziaria!



Come uscirne da Babbo

A Natale porta i doni dal camino! Stefano Faita, presidente dell'Unione spazzacamini europei (www.unispe.it) ti dice come. 1. Accertati che la canna fumaria abbia gli appositi pioli. 2. Indossa sotto il costume un'imbragatura da alpinista e fissa la fune di sicurezza al comignolo. 3. Proteggi il viso con una mascherina antifuliggine. 4. Scendi un piede alla volta. Difficile? Addobba la bocca del camino con un drappo rosso, nasconditi dentro e balza fuori a mezzanotte.



Come partire all'ultimo

Minuto o giorno dell'anno? Nessun problema. Ecco il biglietto: corri da lei!

AVANTI, C'È POSTO / L'auto è defunta e non hai ancora il biglietto che ti porta dalla tua fidanzata (sì, quella che ha deciso di trasferirsi per tre mesi a 700 km da te). Soluzione? «Evitare Internet ed entrare in un'agenzia di viaggi», consiglia Paolo Bertagni, direttore di Guida Viaggi (www.guidaviaggi.it). «Hanno un sistema intranet che gestisce tutti i voli e individua la migliore tariffa». Ma se ti prospettano il tutto esaurito e non vuoi proprio deludere la tua bella, tenta su questi siti...

- 1. TRENO** L'antidoto agli ingorghi sulla Cisa. Su www.trenitalia.it consulti gli orari, controlli i prezzi e compri i biglietti. Viaggi in Eurostar sulla Milano-Napoli o Milano-Venezia? Usa il servizio Ticketless: compri i biglietti fino a 10 minuti dalla partenza, li ricevi seduto in carrozza.
- 2. BUS** Per scoprire tutte le tratte su autobus di linea, per Enna come per Kiev, clicca su www.bus.it. Le migliori tariffe per spostarsi sulle strade d'Europa invece sono su www.eurotrip.com.
- 3. AUTO** Ok, è fuori uso. Ma su www.avisautonoleggio.it puoi noleggiare un'altra, scegliendo dove prelevarla e dove riconsegnarla. Tante altre società di noleggio in Italia sono su www.autonoleggio.it. Mentre nel sito www.largarent.it trovi le sole auto del gruppo Fiat.
- 4. AUTOSTOP** A mali estremi... vai su www.autostop.it, paga la quota di registrazione (dagli 11 ai 32 euro), quella di prenotazione (dagli 11 ai 16 euro), e riceverai i dati del guidatore che ti darà il passaggio. Poi lo chiami al telefono e vi mettete d'accordo sul viaggio. Economico!
- 5. AEREO** Ti hanno detto che il volo che cerchi è stra-completo, ma hai un'ultima possibilità! Fai un salto nella sezione "Viaggi e vacanze" di www.ebay.it: potresti trovare un'asta proprio su uno di quei biglietti.



RIVOLUZIONE MMS LA CREATIVITÀ VIA CELLULARE

Con il telefonino la foto diventa un'arte

Lo provano una mostra, un sito e nuove riviste: il videomessaggio sta diventando la nuova frontiera per dilettanti e maestri del clic.

■ di VERONICA RUSSO



NUOVO CINEMA PORTATILE

Il regista Giuseppe Tornatore, presidente della giuria del primo concorso di mms. In alto, le opere premiate.

I piedi della fidanzata, il seno di una cameriera, il cane che scodinzola per strada con un pesce in bocca, nuvole che attraversano un cielo d'estate. Ma anche la foto della mamma e quelle rubate alle candidate dei concorsi di bellezza... Gli mms (multimedia messaging services), ovvero le foto scattate e spedite via telefonino, sono stati snobbati al debutto, nell'estate 2002, da chi li vedeva come una minaccia alla privacy e roba per calciatori e soubrette. Invece sono aumentati del 191 per cento in un anno e oggi hanno un forte successo culturale e artistico. Da semplice souvenir di un istante, da scatto effimero, eli-

minabile premendo un semplice tasto, le fotografie con il portatile stanno diventando la nuova frontiera dell'espressione creativa.

Oggi gli mms sono celebrati in una mostra organizzata dalla Wind (17 novembre-11 gennaio 2004 ai Mercati di Traiano, Roma). È la prima esposizione fotografica di istantanee telefoniche, si chiama *Mms in vista* ed è la fase conclusiva di un concorso, dura-

to sette settimane, in cui i clienti della società telefonica possessori dei cellulari e 40 allievi dell'Istituto superiore della fotografia si sono sfidati a colpi di clic digitali.

«Ci ha affascinato la disponibilità immediata di un mezzo non particolarmente complesso dal punto di vista tecnico, ma che comunque ferma la realtà in uno scatto» dice il direttore dell'istituto, Maurizio Valdarnini. «Sicuramente è un fenomeno da tenere sotto osservazione». Le migliori foto pervenute al sito www.libero.it sono state valutate da una giuria di esperti, di cui faceva parte Valdarnini, capitanata dal regista Giuseppe Tornatore. E proprio il cineasta siciliano ha premiato i 10 scatti più belli.

Le potenzialità artistiche degli mms stanno stuzzicando anche la sensibilità dei fotografi professionisti. È di Michele Neri, socio dell'agenzia Grazia Neri, l'idea di un sito internet dedicato al genere e persino di un giornale che pubblica le migliori istantanee. Si chiama *Makadam*, è la prima rivista mensile in Italia di mms. Sono gli stessi lettori a inviarli al sito www.makadam.com. Un giornale fatto interamente da fotografi non ►



ISTANTI RUBATI

A sinistra, la rivista «Makadam», che pubblica gli mms più belli inviati via Internet. Sopra, immagini del sito www.makadam.com





ESCLUSIVO
Parla Tommasi
di Vignano: Telekom
Serbia andò così p. 56



Thurman
Uma si confessa:
io, magnifica
assassina p. 150



Confindustria
Dieci candidati
in corsa per il dopo
D'Amato p. 180

L'espresso

Settimanale di politica cultura economia cronaca sport cronaca

5,12 euro 1512 23 ottobre 2003



Nuovi look

Rivoluzione alcolica

Restyling per un liquore tra i più noti al mondo: Sambuca Molinari. Che ha affidato allo studio Robilant e associati di Milano il nuovo design delle sue bottiglie, più snelle e più accattivanti di quelle tradizionali. Una novità che scandisce il successo di 6 milioni di pezzi venduti in Italia nel 2002.

In mostra a Milano 140 fotografie di Mary El. Mark. Un viaggio negli Usa tra raduni del Ku Klux Klan e feste di Halloween

della Bucovina, dove la musica è quella che a matrimoni e funerali suonano le brass band. Bucovina Club (è anche un disco) ospita orchestre come la Kokani, macedone, Boban Markovic, serba. Suonano struggenti composizioni. Shantel mixa gli ottoni con frequenze digitali.

Pierfrancesco Pacoda

Star

La ragazza grandi forme

Ingolfata e brufolosa nei panni di Bridget Jones, prima. Con curve da pin up e aria da diva nel film successivo, "Chicago". Renée Zellweger torna a mettere sotto contratto il suo peso. E si prepara a ingrassare per il sequel sulla single più famosa del pianeta, "Bridget Jones: the edge of reason". La sua dietera? Ogni giorno quattro toast al formaggio, uova, pasta, pollo, barrette di cioccolato. E milkshake a volontà.



Riviste

SCATTI IN LIBERTÀ

Le foto realizzate e inviate con i telefonini entrano in una nuova rivista free press: "Makadam". Un progetto multimediale, prodotto da Emage, nato per dare spazio a milioni di neofotografi, che hanno scoperto la passione con i cellulari di ultima generazione. Progetto aperto a tutti, il magazine è distribuito da questo mese nei principali locali italiani (www.makadam.it).



LA STAMPA

SABATO
18 OTTOBRE 2003

viveremilano

EDITORIA «FAI DA TE»

Scatta e invia: le foto dei cellulari diventano un mensile gratuito

Si chiama «Makadam» ed è distribuito nei locali. I lettori si trasformano in giornalisti e inviano i reportage realizzati con i loro telefonini

GIUSEPPE SALVAGGIULO

In copertina c'è un cane (qualunque) che addenta un pesce di plastica, uno qualunque. Chi ha scattato quella foto?

Un lettore qualunque, solo dotato di un cellulare con fotocamera. Perché «Makadam», il

nuovo mensile gratuito distribuito in bar, negozi e locali di Milano e altre cinque città italiane, è «il primo magazine al mondo in cui le fotografie sono state interamente realizzate e inviate con i telefonini».

A idearlo sono stati Michele Neri e Marcello Mencarini, amici e colleghi nell'agenzia foto-

grafica «Grazia Neri». A realizzarlo, decine di fotoreporter improvvisati. Come quello che ha visto passare quattro aspiranti Miss Italia sulle strisce pedonali di Montecatini e le ha immortalate pensando a Liverpool e alla copertina di «Abbey Road» dei Beatles. «Quando sono stato al G8 di Genova, ho notato che le foto più belle erano quelle dei dilettanti, perché non erano contaminate dal mestiere», dice Mencarini.

Il giornale si divide in tre sezioni: attualità sui grandi avvenimenti, «ombelico del mondo» dedicata alla vita privata dei lettori, le rubriche finali. Franco, Fabrizio e Marco, tre

ragazzi di Pavia, hanno fatto un reportage al Salone del ciclo e motociclo, compresa una sosta in toilette. E i redattori apprezzano con riserva: «Reportage riuscito, ma la prossima volta fate una foto anche a voi tre». Poi c'è un raduno celebrativo dei trent'anni della morte di Tolkien, a San Daniele del Friuli. L'autrice «dice di essere Galadriel, regina degli elfi, ma sa usare i moderni telefonini».

In realtà, dietro gli pseudonimi dei reporter improvvisati, si nascondono numeri di cellulare conosciuti dalla redazione di «Makadam». Per il resto, quando le foto arrivano, l'unico filtro è rappresentato dalla tutela

della privacy dei personaggi ritratti. Se non ci sono ostacoli, le foto in cinque minuti finiscono su Internet, all'indirizzo www.makadam.it, il contenitore di questa forma assai spontanea di comunicazione. Nato due settimane fa, il sito riceve cinquanta foto al giorno. Tra queste, la redazione seleziona quelle da pubblicare sulla rivista cartacea, senza alcun ritocco al computer.

«Abbiamo intenzione di scegliere temi specifici e stimolare i lettori», spiega Mencarini. Ma saranno sempre i lettori a fare «Makadam». Come nel coloratissimo reportage sui piedi. Feticismo? No, giornalismo.



IL RITORNO

Alex Zanardi a Monza: pr
dopo l'incide

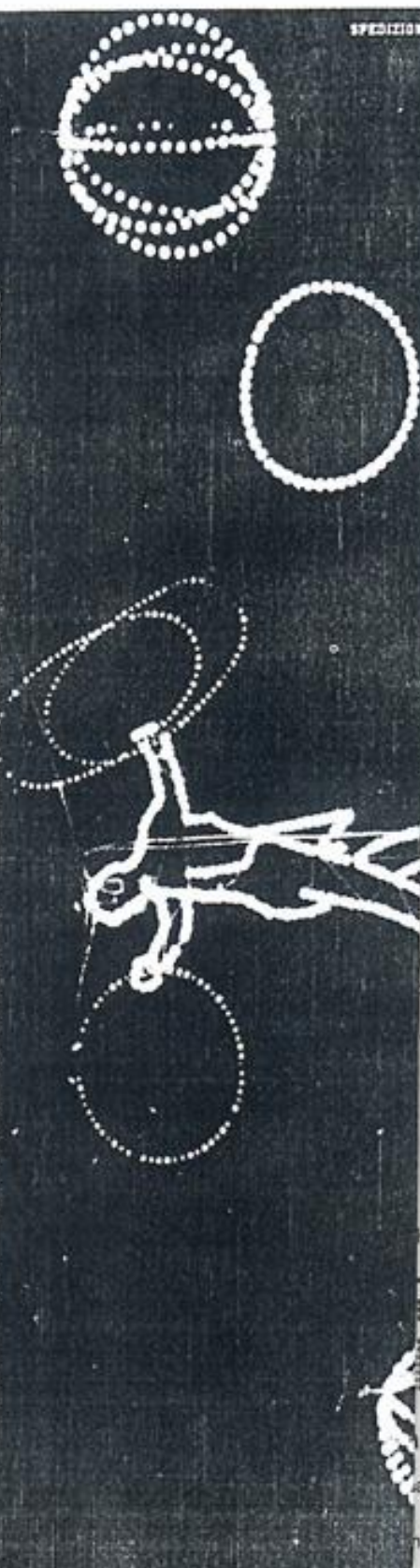
Il pilota assaggia di nu
e presenta scherzando

SERVIZIO A PAGINA

#24

URBAN

LA CITTÀ COME NON L'AVETE MAI VISTA - NUMERO DOPPIO - 01.12.03 - EURO ZERO



FOTOGRAFIA

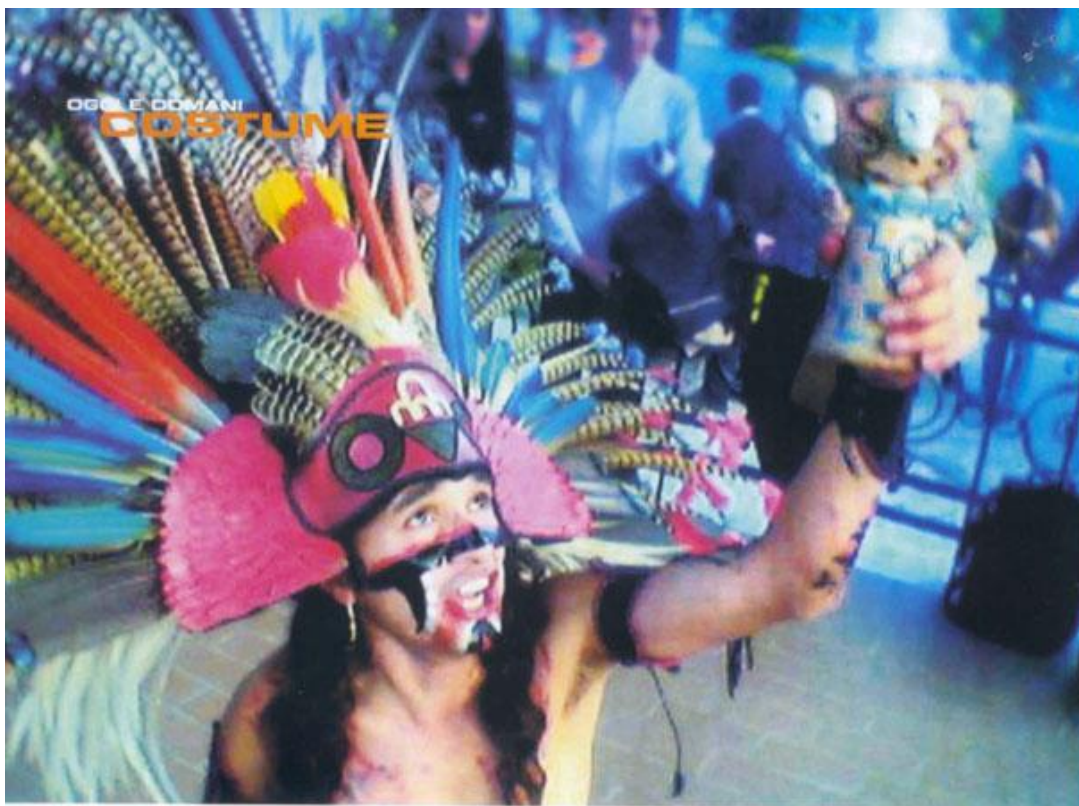
Altri scatti per il telefono. Stampati per voi da Makadam

"Un po' più indietro... un po' più a destra... cheese..." Ditino facile? Fotomaniaci? Quindi di certo siete provvisti di un telefonino di nuova generazione. E allora via in ogni serata, in ogni viaggio, in ogni occasione, a immortalare tutto e tutti. Bravi, e poi? Poi potete contare su *Makadam*, mensile free press che offre la possibilità a tutti di inviare e vedere pubblicate le proprie foto. Il magazine (32 pagine) è un progetto di Emage, laboratorio multimediale di Grazia Neri, e si articola in tre sezioni.

La prima (di apertura) è dedicata all'*Attualità*, con testimoni degli "eventi pubblici" in campo politico, sociale o legati al mondo dello spettacolo e della cultura. La seconda sezione, dedicata invece alla vita privata, si chiama *L'ombelico del mondo*. E qui spazio per tutto: mondo del lavoro, degli affetti, della notte, del gioco, della famiglia, della solitudine. Chiudono le *Rubriche* (cultura, critiche gastronomiche, moda, costume), anche queste realizzate con le fotografie di tutti.

Uscito a ottobre, il magazine è distribuito in locali, discoteche, bar, palestre e dà ovviamente spazio anche alle pagine di servizio, con tutto sui nuovi cellulari (test di esperti di fotografia e comunicazione, pareri di avvocati e limitazioni imposte dalla legge sulla privacy). Il numero 2, in distribuzione da qualche giorno, è incentrato sul tema della privacy. Il progetto *Makadam* è aperto a tutti: si va sul sito (www.makadam.it) e si inviano le foto per poi (se si è bravi) vederle pubblicate.

S.T.



REPORTER DI STRADA

'MAKADAM' È FATTO CON FOTO REALIZZATE DAL TELEFONINO. CREAZIONE E CONSUMO DI IMMAGINI A PORTATA DI TUTTI

di Alessandra Callegari

È il primo magazine al mondo le cui fotografie sono state interamente realizzate con i telefonini dotati di fotocamera e inviate via MMS al sito omonimo. **Makadam** - primo numero del mensile *free press* uscito in ottobre, sottotitolo "centopercento foto fatte con il telefonino", copertina con il cane Makadam, meticcio nero a pelo irsuto e occhi buoni, pesciozzo in bocca - è l'ultima trovata in tema di comunicazione. Idea geniale, venuta a uno che di foto e di giornalismo se ne intende, visto che si chiama **Michele Neri**, ha 44 anni, ed è figlio di **Grazia Neri**, titolare di una delle più note agenzie fotografiche d'Italia (e non solo), e di **Gaetano Neri**, giornalista, scrittore, pittore. "In realtà l'idea è nata... a quattro mani", dice Michele, "è mia e di **Marcello Mencarini**, fotografo, caro amico, vero centro aggregatore di idee, con il quale ho

creato una società qualche anno fa. Sito e magazine sono nati insieme, con l'intento programmatico, visto che ci occupiamo di immagine, giornalismo e comunicazione da molto tempo, di dare subito uno spazio di visibilità alla nascente rivoluzione nell'imaging. La diffusione dei telefonini con fotocamera ha accorciato infatti, fino a renderla un sottile territorio di esplorazione, la distanza tra evento e racconto, scatto e pagina, professionisti e consumatori di immagini. Makadam è nato e cresce in questo territorio di confine". **Quindi creazione e consumo di immagini alla portata di tutti...** Appunto. Si tratta di utilizzare questo enorme potenziale ed è davvero divertente insegnare a usare un nuovo mezzo di comunicazione. Tra l'altro, ora le foto sono di 40 kb, ma tra poco arriveremo a 3 o 4 mega, con risultati molto più apprezzabili.



Perché proprio Makadam?

Makadam, scritto con la 'c', è un termine francese che indica la pavimentazione stradale, e in argot vuol dire 'marciapiede'. Mi piaceva, richiama il concetto della strada, dell'andare in giro, della ricerca, e anche dell'immediatezza.

Del resto, in Francia esiste da dieci anni un mensile 'di strada'. Makadam, con tanto di sito, che è venduto dai clochard e dai sans domicile fixe, che così ci guadagnano un euro a copia...

Sì, lo so. Ma è ovviamente un'altra cosa. E i contenuti del nostro magazine invece sono direttamente connessi all'idea base, le foto da telefonino. In questo senso siamo, per ora almeno, gli unici al mondo. Anche se almeno un altro sito con foto di "battaglia" da cellulare, in inglese, c'è già, e si chiama www.phonebin.com.

Alcune delle immagini che potete trovare sul magazine Makadam e sul sito www.makadam.it, tutte realizzate e inviate con il telefonino: Bicicletta, Ciabattine e Danzatore atzeo



Come funziona

PER ENTRARE NEL MONDO DI MAKADAM È NECESSARIO PRIMA DI TUTTO REGISTRARSI SUL SITO WWW.MAKADAM.IT E RICORDARE LA PASSWORD INDICATA. DA QUEL MOMENTO È POSSIBILE SPEDIRE VIA MMS LE PROPRIE FOTOGRAFIE SCATTATE CON IL TELEFONINO, SELEZIONANDO L'INVIO IN QUALITÀ ALTA. TUTTE LE FOTO CHE LA REDAZIONE RITERRÀ IDONEE SARANNO POI PUBBLICATE ENTRO POCHISSIMO TEMPO NEL SITO, AGGIORNATO OGNI GIORNO, ALCUNE VERRANNO ANCHE UTILIZZATE PER REALIZZARE IL MENSILE MAKADAM (IN ALTO LA COVER DEL PRIMO NUMERO). TUTTE LE ALTRE, OLTRE A ESSERE VISIBILI NEL SITO, AVRANNO LA POSSIBILITÀ DI ESSERE USATE PER INIZIATIVE EDITORIALI CHE SARANNO COMUNICATE TRAMITE LE PAGINE DEL MAGAZINE E IL SITO. IMPORTANTE: TUTTE LE PERSONE RITRATTE NELLE IMMAGINI DEVONO AVER DATO IL PROPRIO CONSENSO ALLA PUBBLICAZIONE E GLI AUTORI SI IMPEGNANO AD ASSUMERSI OGNI RESPONSABILITÀ SUL CONTENUTO DELLE FOTO INVIATE.

Un attimo per
cogliere l'attimo

Pubblicazioni

PICCOLO SAGGIO SUL CELLULARE

Le Edizioni Eimage, ramo dell'omonima agenzia fotografica, hanno dato alle stampe il primo manuale sulla fotografia realizzata con il cellulare. Si intitola **Un attimo per cogliere l'attimo**, e si avvale di numerosi contributi, consigli e osservazioni di professionisti e non. Tra le curiosità, un ritratto inaspettato di **Henri Cartier-Bresson**. Per informazioni: www.eimage.it



Iniziative

EMERGENZA POLAROID

Fino al 6 dicembre saranno visibili presso il negozio Fnac di Milano 33 polaroid realizzate da **Marina Alessi**. Sono ritratti di grande formato dei più famosi attori e personaggi della televisione italiani, da Diego Abatantuono a Carlo Verdone, da Aldo, Giovanni e Giacomo a Giovanna Lattanzi. L'autrice le ha donate ad **Emergency** e il ricavato della vendita all'asta, cui si può partecipare anche da www.ebay.it, sosterrà l'associazione in Sierra Leone.

**NEWS
IN PILLOLE**
26

PHOTO dicembre 2004

finderitalia

FIRENZE

LUCIANA MAJONI A 360 GRADI



Variegata e cospicua, la produzione dal 1974 al 2004 di **Luciana Majoni** è sintetizzata da 40 opere che ne esemplificano tutti i periodi e le diverse influenze. Dagli inizi, segnati dai fermenti artistici degli Anni '70, alla svolta concettuale, alla fascinazione per la scultura neoclassica, per finire con i lavori sulla figura umana (a lato, *Codice a barre*, 2004).

Museo Marino Marini,

Piazza S. Pancrazio 1, fino al 10 gennaio, orario: lun.-sab. 10-17, mar. chiuso, ingresso 4 euro, ridotto 2, tel. 055.21.94.32

BRESCIA

FABRIZIO BURATTA QUATTRO SOGGETTI



Terra, aria, acqua e fuoco: i quattro elementi sono i protagonisti di *Acquaria... ed altre storie*, personale di **Fabrizio Buratta** (a fianco *Acqua e Fuoco*, 2004). Ma nelle composizioni non appaiono come ce li immaginiamo, bensì rappresentati da insegne luminose e scritte al neon.

Museo Ken Dmy,

Corsetto S. Agata 22, fino al 12 gennaio 2005, orario: mar.-dom. 15.30-19.30, ingresso gratuito, tel. 030.37.50.295, www.museokendmy.com

MILANO

FABIO DE ANGELIS VERSI IN ROSA



Nâzım Hikmet e Wolfgang Goethe sono due degli autori della poesia che affiancano i ritratti femminili firmati da **Fabio De Angelis**.

Un omaggio a "un pianeta che spesso non riuscì a mettere a fuoco e comprendere", dice l'autore romano, "che a volte mi è risultato sfuocato e lontano, ma che ancora mi affascina" (a lato, *Delphine*, Anni '70).

Libreria Libri & Caffè, Via Pietro Maestri 1

fino al 5 dicembre, orario: lun. 12-20, mar.-ven. 8.30-20, sab. 10-20, dom. 11-20, ingresso gratuito, tel. 02.76.01.61.31



libri

Mucchio Selvaggio ottobre 2003

LEGENDA: +++ La adoro; ++ Mi piace; + Buono; • Mh! • Scarso; ● Indecente

EX LIBRIS

Makadam è un mensile free press diviso in tre sezioni. L'apertura è dedicata all'Attualità e ai testimoni dei grandi eventi pubblici che segnano il tempo (politici, sociali, legati allo spettacolo e alla cultura). Una sua sezione si chiama *L'ombelico del mondo*. Il mondo dei lettori... pillole di un diario pubblico; gioco semiserio su chi siamo e che cosa ci facciamo... Il progetto Makadam è aperto a tutti. A partire dal sito - www.makadam.it - dove i fotografi della nuova generazione potranno inviare le loro istantanee e vederle pubblicate in home-

page dopo breve tempo, partecipando così a un grande ritratto collettivo del mondo che cambia. Nato dalla convinzione che nel mondo dell'*imaging*, nella creazione e consumo di immagini sia avvenuta una rivoluzione. Un sunto della presentazione di una nuova rivista gratuita voluta dalla società **Emage**, che spinge fotografi dilettanti (e dotati dei, per ora, piuttosto cari telefoni della nuova generazione) a sbizzarrirsi sulla realtà che li circonda. Un modo per incoraggiare la creatività e trovare altri futuri professionisti? Un gioco? Pura e semplice pubblicità? Il progetto ci sembra comunque degno di attenzione...

Buone letture

John Vignola (beware@tin.it)

ERNESTO DE PASCALE/
MICHELE MANZOTTI
NICOLO' ARIGLIANO

1956, ultima la partecipazione a un'antologia di "Arezzo Wave" (2) del 2001. Angliano era considerato un po' il ciurro di noi altri: l'umorista da tutti i nun-

TEMPO LIBERO

DA VEDERE

Cechov nel



Cechov con la moglie

Mi
mo
P.t
bib
test
dell
Fin
Lan
ope
di K
la v
Mal

L'INIZIATIVA

Metti una sera in via Maroncelli



Gallerie e negozi aperti fino alle 22 questa sera in via Maroncelli, nel quartiere Garibaldi. Boutique (nella foto quella di Agatha Ruiz de la Prada), bar, ristoranti e vivai della zona invitano i milanesi a godersi una serata per strada, offrendo cocktail ai passanti. Nella sede dell'agenzia Grazia Neri (al numero civico 14), dalle 18 in avanti, si può partecipare con una propria opera alla mostra «Makadam» dedicata alle foto scattate con il telefono cellulare.

AVERSATO I SECOLI



GLI APPUNTAMENTI

READING

Maddalena Crippa legge Landolfi

Nell'ambito della mostra «Visioni del fantastico e del meraviglioso» in corso alla Fondazione Mazzotta (Foro Buonaparte, Mi,