

A BRERA... C'È ANCHE BRERA

Ci ha intervistati un vero scrittore

Nel nome di Paolo - Brera - ci sono già tutte le domande e tutte le risposte: figlio d'arte, radicato nella realtà urbana che porta (casualmente) il suo nome e nella quale ormai si identifica, oggi Paolo sogna una Brera "grande", una sorta di Saint-Germain-des-Prés, con ristoranti, tavolini fuori dai bar, negozi che vendono moda e libri ovunque, nelle vetrine e sulle bancarelle in un'atmosfera che inviti a vivere l'avventura.

di ROMANO TAGLIATI

Iniziativa commerciali, culturali, artistiche che conferiscono al quartiere più poetico di Milano il clima tipico dei grandi punti d'incontro.

Brera? Centomila abitanti: vie strette dai nomi variopinti, case di altre epoche addossate all'Accademia più famosa d'Italia, cuore pulsante di quella Milano dove la gente sosta ancora la sera a discutere agli angoli delle strade o s'attarda nei locali ad ascoltare musica fino alle ore piccole.

Via dei Fiori Chiari, via dei Fiori Scuri: nomi che evocano les fleurs du mal di Baudelaire o l'antico quartiere dei Lilla nel cuore della Parigi Letteraria, e il café de Flore dove furorreggiano la Grèce e le avanguardie esistenzialiste. Paolo Brera, che dal suo sito Internet guarda al futuro, nella realtà presente di questo quartiere (una città nella città) non perde certo di vista le possibilità che si palesano sotto i suoi occhi.

Certo, Internet che consente oggi il collegamento in tempo reale con tutto il Globo, in un certo senso ha cambiato il mondo.

Così uno, se vuole, le vetrine se le guarda anche prima di uscire.

Ciò non significa rimanere in casa ma piuttosto andare a colpo sicuro, dopo essersi informato su quanto di meglio offre il mercato.

Significa essere presenti dentro una realtà che offre possibilità anche a coloro che a Brera ci sono stati, magari una sola volta, e ora desiderano ritrovare il loro negozio senza dover fare mille chilometri.

Significa prendere contatto con pittori, galleristi e commercianti o - perché no? - con ristoranti, artigiani e via di seguito.

Significa, in altre parole, plasmare la domanda e l'offerta in sincronia con i nuovi mezzi e le nuove sopravvenute necessità ed essere presenti sempre, evolvendosi intanto che la

società si evolve, avendo il domani davanti come la più prossima delle mete da raggiungere.

Paolo Brera (il dottor Paolo Brera, uscito a suo tempo dalla Bocconi, giornalista, conoscitore di varie lingue - tra le quali il russo - ha girato il mondo e ora intrattiene rapporti personali con i più disparati Paesi. Il giornale e il sito li ha creati insomma con la lungimiranza di coloro che, un secolo fa, salivano a bordo di un brigantino nella certezza che sull'altra sponda qualcuno già stava ad attenderli, pronto a stringergli la mano.

Fanno così coloro che credono nella ricerca, nel futuro. Che sono poi le uniche alternative reali e dinamiche dei popoli che credono davvero nel progresso.

UNA RIVISTA ONLINE e un sito Internet on paper

Il quartiere di Brera è quello dove Milano fa cultura, dove esprime la sua raffinatezza, dove va a divertirsi. È un quartiere conosciuto in tutto il mondo. È grande quanto un capoluogo di provincia e da sempre rappresenta il centro culturale ed economico del centro di Milano. È un quartiere internazionale perché internazionale è anche la metropoli in cui si trova.

*Questo è stato il punto di partenza della rivista **Brera**, nelle due versioni online e on paper. Al di là dell'aspetto squisitamente giornalistico, il quartiere e il marchio si potevano valorizzare con l'uso di aggiornate tecniche di comunicazione: questo è appunto il mestiere di Tesseract, la Srl che pubblica il sito Web e la rivista. L'obiettivo era e resta ciò che abbiamo chiamato la Magnifica Comunità di Brera - la comunità metà geogra-*

fica e metà virtuale che unisce tutti coloro che nel quartiere comprano e vendono, che offrono cultura o consumano cultura, che producono svago o ne fruiscono. Alla Magnifica Comunità di Brera - perdonateci il nome un tantino pomposo, ma siamo dei pubblicitari, dopotutto - noi offriamo una pluriennale esperienza nella comunicazione: gestione dei rapporti con i media, pubblicità, e ovviamente Internet.

*La rivista online e quella on paper non sono una pubblicazione di quartiere. A differenza delle riviste di quartiere **Brera** è un'impresa commerciale: offre i suoi servizi e vive di questo: non fa politica e non si basa sul volontariato, anche se noi che lavoriamo crediamo in quel che facciamo non meno che se fossimo volanti. Abbiamo firme illustri, seguiamo la cultura e il commercio del centro di Milano perché siamo con tutti che la cultura e il commercio qualifichino ciò che è Brera. Numerosi sono poi i servizi per il lettore: locali, gli spettacoli, le recensioni di ristoranti. Il prossimo mese festeggiaremo un anno di vita. E vogliamo gli auguri di tutti. In fondo, abbiamo fatto del nostro meglio per meritarceli.*