

L'apripista

Carlotta Jesi ha fondato Radiomamma dopo un motto di Obama

di ANGELA FREMDA

Tutta colpa di Barack Obama. Quel pomeriggio di ottobre, a Carlotta glielo disse chiaramente: «Hai un sogno? Fallo tuo». O meglio, il candidato democratico alla presidenza degli Stati Uniti le lanciò questo messaggio (indirettamente) dal suo blog elettorale.

Carlotta Jesi ha 37 anni, una laurea in Filosofia, due bimbi Tommaso (5 anni) e Filippo (3), ed è la fondatrice di un sito di culto per le mamme di Milano e non: **Radiomamma**. È quel pomeriggio della folgorazione obamiana lo ricorda ancora: «Ascoltai il suo motto e pensai: cavolo, ha proprio ragione. Io credo nel cambiamento dal basso, e credo che tutti si debbano impegnare per questo. Quando sono diventata mamma mi sono chiesta: cosa voglio di diverso?». Così è nata **Radiomamma**, con una rete di «dipendenti a gettone» come le mamme antenna (che monitorano i quartieri e segnalano bonus e disservizi). Una lobby, nel senso più ampio del termine, che punta a cambiare il territorio attraverso le piccole cose: piste ciclabili, scuole, guide di locali *family friendly*, consulenza alle banche per le filiali di cortesia. Ma l'ultima «crociata» di Carlotta si chiama Parco Solari: «Col Comune di Milano e 600 genitori abbiamo instaurato dei tavoli di progettazione per decidere come utilizzare il parco». In Italia però il *mommy lobbying*, la rete online delle mamme, ancora non ha messo piede in politica. Al contrario di **Mumsnet**, il sito di mamme inglesi che ha scatenato il Biscuitgate di Gordon Brown. Intervistato lo scorso ottobre in



La (potente) lobby delle mamme online



Le altalene nei parchi e le piste ciclabili Il movimento che cambia le piccole cose

una loro web chat, l'ex premier si è rifiutato per dodici volte di dire il suo biscotto preferito, de-
dudendo le 20 mila mamme collegate. Dopo 24 ore, su Twitter, Brown ha capitolato: «Amo quelli al cioccolato».

Della potenza del *mommy lobbying* sa qualcosa anche Barack Obama: tra le sue carte vincenti l'endorsement del sito **Momocrats**, fondato nel settembre 2007 da tre mamme di Palo Alto, e così autorevole da spingere la first lady Michelle a scrivere loro: «I'm so excited to be posting on your site». Ma anche social network come **BlogHer**, **Kirsty** e **PunditMom** sono diventati un punto di riferimento sociale, rendendo le mamme fondatrici, le *alpha mom* (cioè le mamme di riferimento), opinioniste affermate. Joanne Bamberger di **PunditMom** scrive su **Nyt** e **Huffington post**. Come **Liz Gumbinner**, di **Mom101**. In Italia le mamme ancora non sono arrivate a tanto. I siti fanno soprattutto lobby sul territorio (su www.time4kids.it la guida città per città). Come racconta Martina Battistich, del clicatissimo miglioraroma.it: «Ho lavorato dieci anni come autrice tv. Poi è nato Giacomo (20 mesi), e portandolo a Villa Borghese ho scoperto che non esistevano altalene. L'ho scritto sul mio blog e le abbiamo ottenute. Adesso faremo recintare le buche nei giardini pubblici». Su donnepensanti.com Serena Nobili, ricercatrice a Stoccolma, ha creato una banca dati di mamme per reinserirle sul mercato del lavoro. E per le superimpegnate negli Usa esistono le *Full time mothers* (www.ftmuk.wordpress.com), da noi le *Working mothers* di workingmothersitaly.com, che di-

I siti



PunditMom
www.punditmom.com



EcoMom
<http://Ecomomalliance.ning.com>



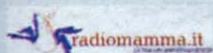
Mumsnet
www.mumsnet.com



Momocrats
<http://momocrats.typepad.com>



Time 4 Kids
www.time4kids.it



Radiomamma
www.radiomamma.it

spensano consigli su come conciliare maternità e lavoro.

Ma il *mommy lobbying* è attivo anche nella tutela dell'ambiente. Negli Usa delle mamme hanno fondato **Ecomomalliance.ning.com**: organizzano party pro salvezza del pianeta, e ne discutono anche su altri siti come greencleanmom.org o eco-chick.co. Spingendo lo psicologo Tim Kasser a parlare di «eco-anxiety». Da noi il sito pannolini-lavabili.info ha fatto dell'uso del «patello» riciclabile un movimento d'opinione: «Sceglierlo significa evitare che i 6 mila pannolini che un bimbo consuma in 3 anni si decompongano in 500 anni». Mentre a Milano ci sono le Mamme antismog (*genitoriantismog.it*): «Sotto elezioni — spiega Federica Pagnacco — siamo coccolati da tutti i partiti: sanno che abbiamo 5 mila contatti e influenziamo l'opinione pubblica».

Una realtà a parte sono le mamme blogger. Del loro raduno a Baltimora, il **Bloggy Boot Camp**, ha parlato a marzo il **New York Times** scatenando un putiferio. Titolo: «Tesoro, non infastidire mamma, sono troppo presa a costruire il mio brand». Un racconto feroce della degenerazione del *mommy blogging*. Perché l'altra faccia della medaglia è che le mamme sono anche potenti veicoli di pubblicità. E le aziende se ne sono accorte. Questo aspetto commerciale c'è anche da noi, come spiega nel suo libro Patrizia Violi (*Una mamma da Uri*, Baldini e Castoldi), autrice del blog *extramamma.it*: «Rifuggo la pubblicità sul mio sito: se ce n'è troppa non ti fidi. Le mie battaglie? Contro il velinismo. O contro lo stop alla Melevisione». Claudia de Lillo, invece, 38 anni, è Elasti-

ma, famosa per il suo blog nonsolomamma.it (il libro ha venduto 250mila copie). Giornalista, due bimbi, 5 mila lettori al giorno, ha scelto «di non mettere pubblicità sul sito. Ma capisco anche una mamma disoccupata che si trova, col suo blog, ad avere un improvviso potere». Juliet Linley su **Corriere.it** ha il blog **Mammamia**, e ammette: «Di politica qui non si parla. Ma ho avviato una campagna contro le sculacciate, tema sul quale *Save the children* vuol cambiare la legge in Italia».

Il rischio, però, è che il *mom-*

my lobbying veicoli messaggi di perfezionismo genitoriale. Lo ha ammesso sconsolato Sali Hughes sul **Guardian**: «Leggendo questi siti capisco che non sarò mai la mamma perfetta, la *sanctimommy*: quando le incontro a scuola di mia figlia — loro in tailleur io ancora in tuta — mi fanno sentire una tredicenne alla sua prima festa. E vorrei strozzarle quando postano messaggi tipo: dai le patatine a tuo figlio? Mi spiace per lui che abbia una madre come te». Per reazione, sono nati fenomeni opposti come www.bad-mothersclub.co.uk, creato da Stephanie Calman, autrice di *Confessioni di una cattiva madre*. Questa la sua filosofia: «Lo ammetto: spesso al posto di libri educativi ricarico ai miei figli gli iPod. E volentieri cucino surgelati per loro. Ma li amo. E questo deve bastare anche alle mamme perfette».

© RIPRODUZIONE RISERVATA