

QUESTO NO

ISTRUZIONE Il Mibact ha scritto una normativa ignorando il funzionamento dell'università: non esistendo più le facoltà, non si sa a chi chiedere la certificazione per l'esonero del biglietto

Musei gratis per tutti i docenti, ma i prof universitari pagano

S

» GIUNIO PANARELLI

e insegni matematica nella scuola primaria e ti affacci a una biglietteria museale puoi senza problemi chiedere di entrare gratuitamente. I provvedimenti (decreto del 19 febbraio 2014) firmati dall'ex ministro dei Beni culturali, Dario Franceschini, garantiscono per tutto il personale docente della scuola l'accesso gratuito nei siti museali e prevedono anche la copertura economica. Il provvedimento è stato reiterato ed è tornato anche per questo 2018, tanto che esiste da tempo un modello standard che i professori compilano, far firmare ai dirigenti scolastici ed esibire alle casse dei musei.

Biglietterie
Una turista chiede informazioni allo sportello del Foro Palatino, sito culturale di Roma. Ansa



LA MUSICA, però, cambia completamente se si insegna nell'università, dove regnano eccezioni e arcaismi. Alla voce "Agevolazioni" il sito del Mibact recita che l'ingresso gratuito è garantito "ai docenti e agli studenti dei corsi di laurea, laurea specialistica o perfezionamento post-universitario e dottorati di ricerca delle seguenti facoltà: architettura, conservazione dei beni culturali, scienze della formazione o lettere e filosofia con indirizzo archeologico o storico-artistico. Le stesse agevolazioni sono consentite a docenti e studenti di facoltà o corsi corrispondenti, istituiti negli Stati dell'Unione europea. L'ingresso gratuito è consentito agli studenti mediante esibizione del certificato di iscrizione per l'anno accademico in corso, ai docenti mediante esibizione di idoneo documento." Chi ha scritto questa

norma, ignora quindi che dal 2012, grazie alla riforma Gelmini, in quasi tutte le università italiane non esistono più le Facoltà, sostituite da Dipartimenti con nomi molto più fantasiosi e creativi, e quindi i professori non sanno a chi chiedere la certificazione. Chi ha scritto la norma ignora anche che i professori universitari insegnano discipline specifiche a prescindere dall'inquadramento in una struttura: ci sono storici in dipartimenti giuridici, come letterati in dipartimenti di economia. Tecnicamente innanzi tutto legare la disciplina del professore a una struttura, quando invece sono tutti iscritti in Ssd (Settore Scientifico Disciplinare).

Ancora più surreale è chiedere un "idoneo documento": quello che le università rilasciano è un documento (valido anche per l'espatrio), ma che riporta solo il ruolo

del docente, non la disciplina di riferimento. Insomma alla biglietteria hanno tutti gli argomenti per costringere anche il professore di Storia dell'arte a pagare il biglietto. Ma ancora più surreale è il principio che sta alla base delle norme ministeriali: se insegni matematica a scuola hai diritto a entrare gratis nei musei; se insegni matematica all'università, devi implacabilmente pagare, perché non rientri neppure nelle obsolete categorie previste. Certo, un professore universitario guadagna mediamente più del docente di scuola, ma il principio che regola l'ingresso gratuito non è quello retributivo, ma chiaramente quello del diritto/dovere di aggiornarsi, informarsi e far vivere i musei. Evidentemente per il ministero i professori universitari non ne hanno bisogno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA SETTIMANA INCOM

» P.D.R.

Bocciati

SIAMO ALLA FRUTTA

Incredibile! A luglio e a agosto fa caldo, c'è afa e le temperature possono arrivare a sfiorare i mille mila gradi.

Ma solo da adesso si può dire: Studio Aperto ha finalmente trasmesso il primo (e sempre lo stesso) servizio dove l'esperto di clima suggerisce agli anziani di uscire nelle ore più fredde, bere tanta acqua e mangiare frutta e verdura. Siamo in attesa di una vera bomba (di caldo): quale tg ci stupirà con un servizio dove ci suggerisce di uscire alle 14, bere alcolici e mangiare coda alla vaccinara?

DONNE, MOTORI E... COPERTINE GOSSIP

"Il sesso con Belen? Non è mai abbastanza". Ci ralleghiamo con il pilota di MotoGp Andrea Iannone per l'intensa attività sotto le lenzuola con la showgirl argentina e di cui ha voluto rendere partecipe il popolo di Instagram.

"Ami più le moto oppure Belen? Due amori diversi ma che entrambi mi sono sfuggiti di mano", ha sempre confidato Iannone in un atto di estrema sincerità. Qui però di mano ci dovrebbero sfuggire solo le prossime copertine delle riviste scandalistiche che i focosi amanti si sono assicurati nelle prossime



Duchessa
Meghan Markle

settimane decisamente afoso e fucose.

NON ROMPETE PIÙ LE... OVAIE

Per i tabloid inglesi la notizia non è che la duchessa Meghan Markle potrebbe essere incinta. Ma che la moglie di Harry lo sia rimasta prima del Royal Wedding o solo grazie alla stimolazione ovarica per aumentare la probabilità di concepimento visto che ha "già" 37 anni.

Ma 'auguri e figli maschi' non bastava e avanzava?

N.c.

CHI PERDE UN AMICO, TROVA UN VIP

Dopo aver chiuso i rapporti professionali e di amicizia con Fedez, il 24enne milanese Fabio Rovazzi ha pubblicato il nuovo videoclip "Faccio quello che voglio", dove compaiono decine di vip - Gianni Morandi, Carlo Cracco, Massimo Boldi e Diletta Leotta, ma anche i cantanti Emma Marrone, Nek e Al Bano - che debbono valere proprio un tesoro.

Promossi

SCIOLGO LE TRECCE E I CAVALLI CORRONO

Rivoluzione nella Marina Usa, che allenta le rigidissime regole vigenti per le donne in fatto di acconciature. Fino ad oggi in servizio era d'obbligo raccogliere i capelli in uno chignon. D'ora in avanti, invece, potranno utilizzare anche altre acconciature, ad esempio la coda di cavallo (prima consentita solo durante gli allenamenti fisici) e le trecce.

SOGNANDO DI ESSERE LA PIÙ BELLA D'ITALIA

Chiara Bondi ha 18 anni,



Aspirante Miss
Chiara Bondi

un sorriso contagioso, una cascata di lunghissimi capelli scuri, misure da modella e frequenta l'ultimo anno del liceo classico. Ha, insomma, tutte le doti per aggiudicarsi il titolo di Miss Italia a cui è stata ammessa alle selezioni. Basta, quindi, definirli solo come l'aspirante reginetta che sfilerà con una gamba artificiale. Chiara, per noi, la tua corsa verso Miss Italia continua a pieni voti.

IL MARMIDONE Il marchio per l'infanzia invita a fare figli come nel boom di Italia 90. Ma l'Istat smentisce la correlazione

» PIETRANGELO BUTTAFUOCO

Ogni giorno è San Valentino. Questo, in sintesi, è il messaggio lanciato da Chicco - il celeberrimo marchio per l'infanzia - in cerca di clientela.

Amatevi, moltiplicatevi e - va da sé - acquistate biberon, ciucciotti e girelli. Chicco, dove c'è un bambino. Questo - basta la parola, potrebbe dirsi - era lo slogan di un tempo. Adesso c'è Chicco, ma rischia di non esserci più un bambino. La crescita zero incombe ed ecco che l'ufficio marketing della famosa azienda tenta l'ardita metafora con l'augurio di sempre più affollate culle.

Leader nel settore dei prodotti che accompagnano la crescita dei neonati fino all'asilo, Chicco, nel solco dei Mondiali di calcio trova felice collegamento con *Notti magiche* del duo Gianna Nannini-Edoardo Bennato. C'è il Campionato del mondo del 1990 in Italia e, nel dopopartita, l'euforia degli italiani si trasfigura in un'atmosfera tutta di coccole e gravidanze.

È un vero e proprio dribbling tra le lenzuola - questo fu - che va a determinare un

Lo spot pro-nascite che inciampa nella banalità e nelle fake news

notevole incremento di nascite con Chicco che tenta oggi di suggerire quell'attesa cupola in vista di tante dolci attese. Ed è anche, ma soprattutto, una parafrasi del ritornello a suo tempo cantato da Adriano Celentano e Claudia Mori: non tanto "chi non lavora, non fa l'amore", quanto "chi non fa l'amore, non fa campare". Un figlio come "il gol più bello", dunque.

UN SEGNARE a rete che porta l'Italia "dov'è giusto che sia". Davvero il numero è potenza - e lo sa bene la Cina - ma quel che se ne ricava, a trovare un senso in questo spot firmato dalla creative company spagnola Pink Lab, è l'esatto contrario: l'afasia carnale, ebbene sì, l'*ever green* dell'ideologicamente corretto senza inimicarsi troppo il verde salvaniano (non si sa mai).

Il gol più bello difficilmente potrà repli-



Culle piene La pubblicità della Chicco

care il successo di "Fallo per mamma", lo spot danese che nel giugno 2016 fa registrare - è una stima di cui si fa garante un'indagine promossa *Politiken*, il principale quotidiano della Danimarca - 1.200 bambini in più a distanza di nove mesi dalla messa in onda.

Una pubblicità, quella inventata a Copenhagen, che la prende alla larga la questione. Ma con ironia. Invita i ragazzi a darsi da fare per rallegrare le giornate dei loro genitori. "Fallo per mamma", appunto, e anche per papà: fateli diventare nonni. Una reclame che la prende proprio stretta quella di questi giorni in Italia.

Un affollarsi di calciatori, magari, in assenza di baionette - giusto in numero di otto milioni, come da meta indicata da Benito Mussolini - nello spot che inciampa nella banalità e perfino nella più trita tra le fake news.

Ebbene sì: l'Istat ha certificato che mai, nelle passate edizioni di calcio, si sia registrato un nesso tra vittorie azzurre e baby boom. Il numero è ancora una potente bufala.

© RIPRODUZIONE RISERVATA