

Ecco “Quaringhio”, per il rilancio via Quarenghi sceglie l’ironia

nella foto: la presidente dell'Associazione Quarenghi, Giulia Martinelli, con il gruppo di lavoro

La fama di quartiere in lotta contro l’insicurezza e il degrado è diventata la chiave di volta di un’originale operazione di rilancio di via Quarenghi, pensata e sviluppata dai residenti stessi. Grazie ad un finanziamento di 12mila euro della Prima Circoscrizione ha preso infatti il via un progetto dell’Associazione di quartiere che, puntando sul coinvolgimento dei più giovani, vuole scalzare l’immagine consolidata – e un po’ stereotipata – che i bergamaschi hanno della via a favore di una visione positiva e creativa delle dinamiche che si stanno vivendo. Ad incarnare questo percorso un nuovo logo e una mascotte che non sono solo una bella cornice ma una sfida a mettersi in gioco con ironia.

Tutto ruota attorno al “QUA”, prima sillaba di Quarenghi, ma anche avverbio di luogo che rimarca l’appartenenza nonché ingrediente versatile di tante “evoluzioni” lessicali. A cominciare dal logo “QUI PRO QUArengghi” che gioca con l’idea del fraintendimento per rimarcare, invece, l’essere presenti (qui) e attivi (pro). E che dire della mascotte? QUAringhio, un cagnone che non disdegna di mostrare i denti in un’espressione a metà tra il sorriso e il ghigno, pronto a farsi sentire se qualcosa non va, ma al tempo stesso orgoglioso di far parte della via. «L’Associazione è nata nel 2008 – ricorda la presidente Giulia Martinelli – e lo scorso anno ha deciso di tirare le somme del proprio operato. Solo chi vive la nostra situazione sa quanto sforzo serva per continuare ad essere positivi e propositivi, la frustrazione è sempre dietro l’angolo, eppure crediamo di essere riusciti con le nostre iniziative a tenere insieme ciò che rimaneva del

tessuto sociale. Abbiamo però sentito anche il bisogno di incidere in maniera più duratura sulla via, non solo con appuntamenti spot. Lo snodo fondamentale era aumentare la rete delle relazioni, sia all'interno del quartiere sia all'esterno, e cosa c'era di meglio che puntare sui ragazzi che vivono qui?».

Il finanziamento comunale ha dato il "la" al progetto "Quarenghi coding" che, sotto la guida di un operatore esperto in sviluppo di comunità e comunicazione sociale, Marco Vanoli, ha portato i giovani tappa dopo tappa (la prima è stata un aperitivo in fumetteria) alla messa a punto della nuova immagine e di nuovi strumenti. Ci sono un magazine distribuito gratuitamente (QUAderno), un blog (www.quiproqua.it) e una redazione locale che raccontano ciò che succede nella via e ciò che la via vuole portare al di fuori. «I temi sono complessi – dice Vanoli -, legalità, appetibilità commerciale e lavoro, socialità e solitudine, reputazione. Ci siamo dedicati soprattutto a quest'ultimo aspetto, che è centrale, perché se non possiamo modificare di punto in bianco la via possiamo lavorare su ciò che rappresenta». Il messaggio è affidato anche a magliette, spillette, agendine (il cui slogan è "Un'idea? Fermala QUA"), notes e pure gadget golosi come biscotti (a forma di Q) e pops (porzioni di torta in forma di maxi chupa chups). La vendita dei prodotti servirà a finanziare l'associazione e il proseguimento delle iniziative, ma si configura come un vero e proprio brand «che con la sua immagine fresca e creativa vuole conquistare un pubblico più ampio e diffondere questa nuova idea della via», ha evidenziato Stefano Tacchinardi che con Chiara Faleschini ha curato il progetto grafico.