



**PANZALLARIA**  
È IL BLOG DI FRANCESCA SANZO, CHE SI DEFINISCE «PRECARIA NEL LAVORO MA NON NEI SENTIMENTI» E INVITA A PARTECIPARE ALLE DISCUSSIONI ANCHE GLI UOMINI E CHI NON HA FIGLI



**EXTRAMAMMA**  
NON SOLO RICETTE, ANZI, SOPRATTUTTO LE AMICHE, LA LETTERATURA E MILLE INTERESSI PER PATRIZIA VIOLI, GIORNALISTA E SCRITTRICE, DI MILANO, MADRE DI DUE FIGLIE



**MAMMAIMPERFETTA**  
HO 36 ANNI, VIVO IN EMILIA E SONO LAUREATA IN FILOSOFIA... SI PRESENTA COSÌ LA FONDATRICE DI QUESTO BLOG CENTRATO SU GRAVIDANZA, NASCITA E PRIMA INFANZIA



**S-MAMMA**  
DALLE VISITE PEDIATRICHE ALLA GUIDA SU COME SCEGLIERE LA BABYSITTER, ALLE PAROLE USATE PER SPIEGARE AL PROPRIO FIGLIO CHI FOSSE STEVE JOBS... ECCO UN BLOG MOLTO, MOLTO PRATICO



**SUPERMAMMA**  
GLORY («TRENTENNE SUPERMAMMA DI SARA, ANDREA E VALERIO...»), PIÙ UNO IN ARRIVO, RACCONTA IN MODO DIVERTENTE LE SUE SUPERGIORNATE  
[WWW.FACEBOOK.COM/SUPERMAMMAONLINE](http://WWW.FACEBOOK.COM/SUPERMAMMAONLINE)

# BLO

## LITI, PAPPE E LIBRI: IL SALOTTO DELLE

ra un mondo a parte, tenero e perfino commovente: tante mamme isolate, ciascuna nella sua cameretta, un piccolo abat-jour e un computer per connettersi col mondo e riversare le proprie paure e i propri affettuosi consigli. Poi è diventato un business: oggi moltissimi *mommy blog* sono sponsorizzati e fruttano alle loro autrici, se non proprio uno stipendio, almeno un buon *argent de poche*. Ma le mamme blogger sono, anche, protagoniste di un vivace confronto

che a tratti sfiora la rissa: stiamo violando i nostri figli? Siamo madri snaturate? Diamo loro troppo da mangiare? E così via, a colpi di invettive che mostrano fino a che punto la «questione educativa» appassioni le italiane: «Ho due maschi, 9 anni il grande e 6 il piccolo» scrive per esempio *mammamarchica* (<http://mammamarchica.wordpress.com>), «loro hanno due stanze. Con i loro letti. Io e mio marito abbiamo la nostra con il nostro letto. Che è nostro appunto. E non condivisibile». Più o meno consapevolmente, risponde

*scoiattola* ([mammasciattolo.com](http://mammasciattolo.com)): «Lasciamo che gli psicologi facciano il loro mestiere, e decidiamo da sole come coccolare i nostri figli. Se Giulia ha la febbre io dormo vicino a lei, punto e basta». Su due milioni di mamme frequentatrici di blogger, ce n'è una su cento che ne ha aperto uno tutto suo, o almeno ci ha provato. *Fattoremamma*, agenzia di comunicazione milanese nata proprio sulla scia del fenomeno, ha appena aggiornato il suo sondaggio sul tema: 202 interviste, che mostrano come il 63 per



## MAMME

cento delle blogger viva al Nord, il 65 per cento abbia tra i 35 e i 44 anni, mentre la *blog-mania* spesso inizia con l'arrivo del primo figlio, ma poi cresce fino a esplodere quando i piccoli di casa compiono sette anni, per scemare dopo i 10 (30 per cento).

Che il *mommy blogging* si stia trasformando in un'arena capace di rispecchiare i sentimenti, le opinioni e le paure della metà del Paese lo rivela anche il 10 per cento delle intervistate, secondo le quali le lettrici «fanno critiche e esprimono dissenso», mentre

il 2,5 per cento (ancora una sparuta avanguardia) mostra «fastidio» quando nel rapporto tra mamma e mamma si inseriscono prodotti recensiti troppo entusiasticamente o sponsor più o meno palesi. Ma il lato intimo, la mamma che scrive alla luce di una fioca lampadina e un pochino ricorda quella di Enrico, il protagonista di *Cuore* (era il 1886 quando il capolavoro di De Amicis venne pubblicato per la prima volta), è ancora prevalente: secondo il 66 per cento delle blogger, chi le legge «vuole seguire la nostra storia, le nostre vicende personali».

Il 64 per cento ritiene invece (ma le risposte non erano in competizione) che il proprio sito, o blog, abbia succes-

so perché «dà informazioni specifiche»: vanno forte la cucina, la salute, i metodi educativi, meglio se vagamente esotici. Il 4,5 per cento delle mamma in rete ha percentuali di accesso di tutto rispetto:

Spesso diventano vere **influencer** e fanno salire le vendite dei prodotti di cui parlano

oltre 50 mila utenti unici al mese, oltre 100 mila pagine viste, oltre 1.500 amici su Facebook e altrettanti «mi piace», oltre 700 follower su Twitter.

*Supermamma* veleggia felicemente oltre i due milioni seicentomila visitatori a suon di torte alla ciliegia e bambini in piscina con la cuffia in testa: le lettrici intervengono a colpi di gallery, e concludono con: «Ho messo il resto sul mio Facebook perché magari interessava solo me». E la privacy? Semplice: l'autrice, Angela Ercolano, l'ha risolta ribattezzando i figli First e Second.

Per *Elastimamma*, invece, una blogger d'avanguardia poi diventata firma di *D di Repubblica*, i due figli sono gli «hobbit», mentre il marito è un economista marxista.

Come lei, sono molte le giornaliste che, rigorosamente sotto pseudonimo, si scatenano online. «Il fatto è che le mamme sono di gran moda» commenta Giovanna Cosenza, semiologa e a sua volta blogger con *Dis.amb.iguando*, dedicato alla pubblicità e ai suoi messaggi.



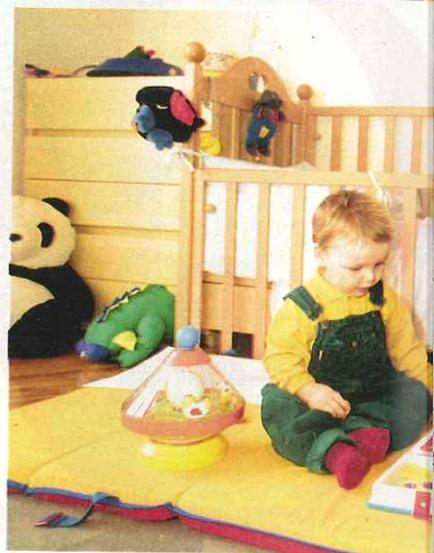
## E ORA SI FA AVANTI QUALCHE PAPA

**Esistono papà che trovano «inebriante» il profumo della propria bambina di pochi mesi e tenerla in braccio mentre si addormenta. Stefano è un giovane ingegnere italiano, che in Svezia ha conosciuto la moglie, Anette, e ha deciso di vivere a Stoccolma. Per due volte, prima con Eleonora e poi con Sofia, è rimasto a casa in congedo, e lo ha raccontato su un blog**

**(<http://congedoparentale.blogspot.it/>) che è diventato un caso. E anche ora che il congedo è finito continua a raccontare le sue esperienze, compresa la scoperta di un marchio di abiti disegnati apposta per i genitori maschi, DadGear, giacche con incorporata la tasca per la presa rapida di salviette e pannolini e custodia porta-biberon. Anche in Italia qualcosa si muove e le avanguardie hanno tutte una storia da raccontare: come padre anomalo che fa da genitore alla bimba**



**della sua compagna (<http://padreanomalo.wordpress.com/2012/06/21/differenze-iv/>), o neopapà (<http://neopapa.tumblr.com/>), che ha iniziato raccontando l'emozione delle ecografie.**



«L'ultima prova l'ha appena mandata in mondovisione un gigante come Procter & Gamble, inondando gli schermi col suo spot (la regia è di Alejandro Gonzales Inarritu) per i Giochi olimpici di Londra: un'emozionale carrellata di donne intente a preparare la colazione ai figli, friggere uova, baciare testoline e fasciare piccole ferite, magari preparando un grande atleta del futuro. Da quando sono arrivati i social network, poi, le mamme blogger sono cresciute ancora: chi ha poco da dire o vuol restare in superficie si accontenta di Facebook o dei 140 caratteri di Twitter, chi scrive bene e ha voglia di documentarsi continua

2,5 per cento (ancora una sparuta avanguardia) mostra «fastidio» quando il rapporto tra mamma e mamma si riferiscono prodotti recensiti troppo entusiasticamente o sponsor più o meno palesi. Ma il lato intimo, la mamma che scrive alla luce di una fioca lampadina e un pochino ricorda quella di Enrico, il protagonista di *Cuore* (era il 1936 quando il capolavoro di De Amicis venne pubblicato per la prima volta), è ancora prevalente: secondo il 66 per cento delle blogger, chi le legge vuole seguire la nostra storia, le nostre vicende personali».

Il 64 per cento ritiene invece (ma le poste non erano in competizione) che il proprio sito, o blog, abbia successo perché «dà informazioni specifiche»:

vanno forte la cucina, la salute, i metodi educativi, meglio se vagamente esotici. Il 4,5 per cento delle mamme in rete ha percentuali di accesso di tutto rispetto: oltre 50 mila utenti unici al mese, oltre 10 mila pagine viste, oltre 1.500 amici su Facebook e altrettanti «mi piace», oltre 700 follower su Twitter.

*Supermamma* veleggia felicemente tra i due milioni seicentomila visitatori: suoni di torte alla ciliegia e bambini pisciano con la cuffia in testa: le lettrici intervengono a colpi di gallery, e concludono con: «Ho messo il resto sul mio Facebook perché magari interessava a te». E la privacy? Semplice: l'autrice, Angela Ercolano, l'ha risolta ritoccando i figli First e Second.

Per *Elastimamma*, invece, una blog d'avanguardia poi diventata firma di *Repubblica*, i due figli sono gli «abbit», mentre il marito è un economista marxista.

Come lei, sono molte le giornaliste che, rigorosamente sotto pseudonimo, si catenano online. «Il fatto è che le mamme sono di gran moda» commenta Giovanna Cosenza, semiologa e a sua volta blogger con *Dis.amb.iguando*, dedicata alla pubblicità e ai suoi messaggi.

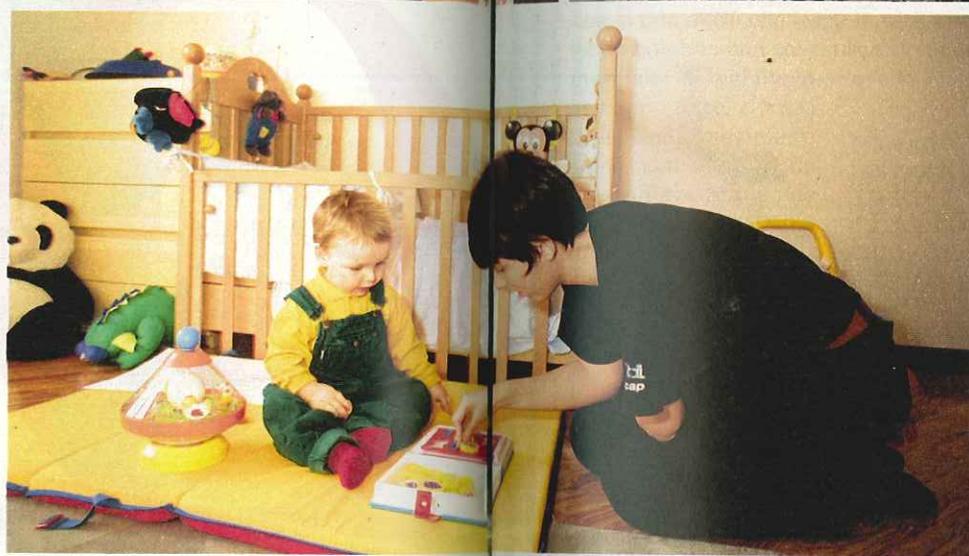


## E ORA SIFA AVANTI QUALCHE PAPA

Esistono papà che trovano «inebriante» il profumo della propria bambina di pochi mesi e tenerla in braccio mentre si addormenta. Stefano è un giovane ingegnere italiano, che in Svezia ha conosciuto la moglie, Anette, e ha deciso di vivere a Stoccolma. Per due volte, prima con Eleonora e poi con Sofia, è rimasto a casa in congedo, e lo ha raccontato su un blog (<http://congedoparentale.blogspot.it/>) che è diventato un caso. E anche ora che il congedo è finito continua a raccontare le sue esperienze, compresa la scoperta di un marchio di abiti disegnati apposta per i genitori maschi, DadGear, giacche con incorporata la tasca per la presa rapida di salviette e pannolini e custodia porta-biberon. Anche in Italia qualcosa si muove e le avanguardie hanno tutte una storia da raccontare: come padre anomalo che fa da genitore alla bimba



della sua compagna (<http://padreanomalo.wordpress.com/2012/06/21/differenze-iv/>), o neopapà (<http://neopapa.tumblr.com>), che ha iniziato raccontando l'emozione delle ecografie.



«L'ultima prova l'ha appena mandata in mondovisione un gigante come Procter & Gamble, inondando gli schermi col suo spot (la regia è di Alejandro Gonzalez Inarritu) per i Giochi olimpici di Londra: un'emozionale carrellata di donne intente a preparare la colazione ai figli, friggere uova, baciare coltoline e fasciare piccole ferite, magari preparando un grande atleta del futuro. Da quando sono arrivati i social network, poi, le mamme blogger sono cresciute ancora: chi ha poco da dire o vuol restare in superficie si accontenta di Facebook o dei 140 caratteri di Twitter, chi scrive bene e ha voglia di documentarsi continua

col blog. Che, va detto, è un lavoro impegnativo». E infatti il sondaggio di *Fattoremamma* spiega che il 67 per cento dichiara di essere «molto» impegnata nel proprio blog. E si ritiene *influencer*: «Chi mi segue è come se seguisse una moda», ma anche «molte mamme si collegano al mio sito alla ricerca di un consiglio e poi ritornano, un po' come quando chiami al telefono un'amica che è già passata sul sentiero che ora stai percorrendo tu».

Aperte alla pubblicità, le blogger sono tutt'altro che acritiche: «Se un'azienda vuole farmi provare un formaggio io ci sto, ma deve farmi ➤➤»

## ANNA LO PIANO È IN CAMPO CON PIATTINI CINESI E SCRIVE GIALLI PER L'INFANZIA IL RACCONTO DELLA PIONIERA: LAVORO, BIMBI E SENSI DI COLPA TUTTO COMINCIÒ COSÌ...

In principio è la risposta a una crisi. In bilico tra senso di colpa e inadeguatezza, convinta con l'impressione di aver tralasciato qualcosa. E ti dici: «È come il gioco dei piattini cinesi. Il lavoro, l'amore, i figli, i genitori, i fratelli, la forma fisica, la scrittura e poi sempre il lavoro. Li devi far girare tutti insieme, stando attenta a non tralasciarne nessuno per troppo tempo. Se ti distrai, cade!». Anna Lo Piano racconta così la sua discesa in campo tra le mamme blogger ([www.piattinincinesi.com](http://www.piattinincinesi.com)). Era il 2008, le mommy bloggers erano poche e s'incontravano sul web come in un grande open space.

### Come si diventa una mamma blogger?

«Non pensavo di diventare una blogger. Leggevo il blog di *Non solo mamma*, mi riconoscevo nelle dinamiche di lavoro e nella sensazione di fare tutto e male. È stato un modo attivo e creativo di reagire, e fare qualcosa di bello, non uno sfogo. Dopo poche settimane avevo già i lettori. Interagire con le loro critiche e i loro apprezzamenti, è stato molto soddisfacente e si è trasformato in una palestra di scrittura e autobiografia narrativa».

### E i papà blogger?

«Ce ne sono diversi, è un fenomeno circoscritto, ma molto importante, che coinvolge la generazione tra i 33 e 40 anni. Rivela un modo maschile più dolce, più attento e responsabile alla ricerca di un maggiore equilibrio tra lavoro e famiglia. Un tema che è stato, fino ad oggi, appannaggio delle donne».

### La scrittura sul web come artigianato della parola. Sembra di assistere a un ritorno del fatto a mano...

«È la stessa tendenza del design. Dopo l'invasione dei brand e delle catene low cost, adesso c'è il ritorno al prodotto fatto per te, capace di raccontare una storia. Le mamme blogger sono naturalmente in questa corrente. Dalle creme al sapone, dall'uncinetto al crochet, si va dal perso al recuperato. Il saper fare è una cosa molto bella, alcune ne fanno stile di vita e diventano delle early adopter cioè quelli che fanno le cose prima di tutti gli altri».

### Le mamme blogger sono interessanti per le aziende...

«Il meccanismo è molto semplice. Le donne sono da sempre un target importante. È facile che molte, una volta blogger, diventino delle *influencer*, donne influenti con un rapporto di fiducia con i propri lettori. Le aziende, quindi, le cercano».

### Sembra esserci feeling tra blogger ed editoria per l'infanzia. Amelia e Zio Gatto, la sua serie di gialli per bambini edita dalla Sinnos, è nata dal web?

«Grazie al web, l'editoria per l'infanzia ha trovato uno spazio che mancava. Le blogger recensiscono libri e contribuiscono a far passare il messaggio che leggere è importante. A me Internet ha dato la sicurezza di propormi e visibilità alla mia scrittura. Senza l'esperienza di blogger non avrei mai avuto il coraggio di proporre dei gialli ambientati nel mondo dell'informazione televisiva e dei blogger».

### Come definirebbe il rapporto tra mamme blogger: empatico? Solidale? Competitivo?

«Questi sentimenti sono tutti presenti. Ciascuna ha una sua visione e la difende, ma s'incontra anche solidarietà. Io ho trovato molte amiche e ci si vede spesso *off line*, tra noi blogger, proprio come avviene in un qualsiasi ambiente di lavoro».



LUCIANA DI MAURO



ecco  
i miei  
gioielli

leBebé

gioielli

lebebegioielli.com

Sostieni con noi Telefono Azzurro



Pendenti in oro giallo e in oro bianco personalizzabili con l'incisione del nome.

italia  
PRESE NELLA RETE

parlare con le persone che lo hanno immaginato e sviluppato, non con un anonimo ufficio marketing...». Il silenzio dei padri è assordante, rotto da pochissime voci, come quella di Stefano, che, dalla Svezia, racconta le gioie del suo congedo parentale obbligatorio. «Invece l'immagine italiana delle mamme, blog compresi, è tipica di una società ferma» conclude Cosenza. «Va bene parlare di pappe e pannolini, ma non si può restare sempre e solo a quello». Eppure le ricerche (l'ultima è di Mimesi insieme alla School of Management del Politecnico di Milano), dicono che è addirittura del 50 per cento la quota delle consumatrici che per scegliere cibi e altri prodotti per bambini si fida di ciò che legge in rete. Una lobby potente, non solo sul piano commerciale: in Inghilterra, dove le blogger sono nate, e negli Stati Uniti, movimenti come *mumsnet* riescono a cambiare le piccole cose, far sostituire un'altalena rotta, imporre un parco nel quartiere dove non c'era. Dietro la tastiera, protette dallo schermo, è più facile alzare la voce e diventare attiviste, e la paura di essere mal giudicate come madri diminuisce rispetto al faccia-a-faccia a bordo piscina o all'uscita dall'asilo.

Jolanda Restano, che ha inventato *Fattoremamma* dopo essere partita con un piccolo blog, *filastrocche.it*, gettando alle ortiche una carriera in farmacia, è convinta che il fenomeno stia «esplosando». E attraverso *mammacheblog*, con i suoi soci, ha cominciato a promuovere incontri anche reali, e non solo online, come il Social day che il 10 giugno ha fatto incontrare a Milano oltre duecento mamme-autrici. È stato un successo. Le aziende lo sanno, e hanno antenne veloci per intercettare le blogger più brave. Ma anche le mamme lo sanno, e sono pronte a alzare l'asticella: pubblicità sì, ma controllata e trasparente.

I social network come **Twitter** e **Facebook** hanno dato una spinta decisiva

VERA SCHIAVAZZI



VINCERE  
NAUSEA

SENZA MEDICINALI? OGGI



Se la nausea rovina i vostri

I bracciali P6 Nausea Control® sono una valida alternativa ai medicinali per **prevenire e combattere la nausea da movimento**.

Pratici e semplici da utilizzare, **agiscono rapidamente e senza effetti collaterali**. La loro azione dura tutto il viaggio.

P6 Nausea Control® utilizza il principio dell'**agopuntura** secondo la medicina tradizionale cinese.

Utili anche contro la **nausea da gravidanza**.

Disponibili nelle versioni **adulti e bambini**.

L'efficacia del P6 Nausea Control® è stata dimostrata in numerosi test.

Lavabili, in acqua tiepida, sono riutilizzabili molte volte.

È un dispositivo medico. Leggere attentamente le istruzioni d'uso. 10-2011.

VIAGGIATE SERENI  
P6 NAUSEA CONTROL

tel. 031.525522 - www.p6nauseacontrol.com - info@p6nauseacontrol.com