

# emotions

viaggi e cultura

TUNISIA  
MESSICO  
VITTORIA  
COLONNA  
TANZANIA



**Natale alle Maldive**



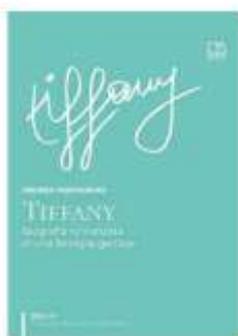
Ornella d'Alessio

## LA GUIDA GASTRONOMICA DELLA SARDEGNA

VIAGGIO ATTRAVERSO I PRODOTTI E LE RICETTE TRADIZIONALI. 34 ITINERARI. 4 STAGIONI CINQUESENSI EDITORE

Una guida lungo 34 rotte, tra luoghi conosciuti e nascosti della Sardegna, che prende il lettore per mano e lo accompagna attraverso le quattro stagioni in un'esplorazione enogastronomica alla scoperta dei frutti della terra sarda e dei segreti secolari della sua cucina nelle sue mille sfaccettature. Terra d'adozione dell'autore Ornella D'Alessio, grande viaggiatrice, giornalista e scrittrice di guide turistiche e di cucina, nonché di reportage dal mondo, la Sardegna che scopriamo vanta una cucina con caratteristiche uniche, avendo saputo preservare nei secoli una propria identità, pur adottando molte delle contaminazioni dei popoli che l'hanno dominata. Gli itinerari mettono in luce come il territorio abbia saputo fare tesoro della generosità (e dei rigori) della natura, per mantenere inalterata quella peculiarità che la rende così straordinaria: una stagionalità che nei secoli è stata tramandata oralmente, e solo nei tempi moderni resa disponibile attraverso saggi di gastronomia e di costume. Le rotte proposte dall'autore comprendono tanti piccoli borghi - sono ben 170 i comuni citati - dove fioriscono tradizioni gastronomiche che racchiudono in sé segreti culinari tramandati da generazione a generazione, e ancora oggi parte integrante dei piatti che la Sardegna mette così magistralmente in tavola. Belle e tante le foto, e in fondo a ogni capitolo - ognuno un viaggio che porta alla scoperta di luoghi d'incanto e specialità locali altrettanto incantevoli - una ricetta da provare a casa. Oltre all'edizione in italiano il libro è disponibile in inglese, francese, tedesco e spagnolo.

a cura di Pamela McCourt Francescone



Andrea Pamparana

## TIFFANY

BIOGRAFIA ROMANZATA DI UNA FAMIGLIA GENIALE TAB EDIZIONI

Tiffany: un nome che suscita al tempo stesso un'aura di eleganza e di romanticismo, sia per il grande successo avuto a suo tempo, dal film "Colazione da Tiffany", ma soprattutto per il famosissimo anello di diamanti simbolo del vero Amore e forse anche emblema del "sogno americano". Tiffany infatti è divenuto non soltanto un marchio di gioielli ma da più di un secolo e mezzo si distingue nell'immaginario collettivo per un ideale di bellezza, semplicità, vigore e fantasia. Fu Charles Lewis Tiffany (1812-1902), proclamato dal "New York Times" "Re dei diamanti" dopo solo dieci anni dall'inizio della sua attività, iniziò a lavorare in un piccolo negozietto di Brooklyn aperto a soli venticinque anni, grazie all'aiuto economico del padre. Ma oggi, chi valica le porte del "Palazzo Tiffany" sulla Fifth Avenue a New York, sede dellazienda dopo il negozio sulla Broadway, trova sempre la medesima accoglienza che era stata avviata dal capostipite: una gentilezza misurata, che fa sentire il cliente come un ospite che visita il salotto di famiglia. Interessante è la descrizione, fatta dal nostro autore: un edificio di cinque piani, con immense vetrate appese al soffitto e grandi mosaici sulle pareti del salone al piano terra, cui si accedeva dalla porta di vetro molato che dava sull'ampio marciapiede antistante. Ma ecco, al terzo piano, quale cuore pulsante, la culla della creatività con i modelli, i disegni e i bozzetti "che sarebbero diventati preziosi servizi da tè, vasi, portasigari", pronti "per andare a far parte di lussuosi e ricercati arredamenti di ricche famiglie della borghesia newyorkese, per soddisfare la clientela parigina, londinese, spagnola, italiana". Ma la vita del Capostipite, inventore dell'iconica Blue Box e dell'anello di diamanti come simbolo d'amore si intreccia a quella di suo figlio Louis Comfort (1848-1933), acclamato come il miglior designer americano tra la fine dell'Ottocento e i primi del Novecento per i suoi vetri, le lampade e l'inconfondibile stile delle sue creazioni Art Nouveau. E a mano a mano ecco che l'autore ci avvicina a tutte quelle creazioni che, nell'ambito della famiglia Tiffany si svilupparono in varie forme artistiche, realizzate con i materiali più diversi. E così possiamo seguire quanto ha portato avanti, in tutte le eccellenze di una grande, intrinseca attitudine creativa, il figlio Louis Comfort. I suoi vetri, le sue lampade e tutta la sua produzione in stile "Art Nouveau" entrarono a far parte dello status symbol, quale icona di una produzione che sarebbe divenuta emblema della fervida operosità, appunto, di una "famiglia geniale". L'afflato speciale con cui l'autore coinvolge il lettore, fa ripercorrere le fasi di un vero e proprio "sogno americano".

a cura di Luisa Chiumenti



Dino Aloï

## CONTROSTORIA DELLA BELLE EPOQUE

L'ASSIETTE AU BEURRE E LE ALTRE RIVISTE EDIZIONI IL PENNINO

Questo volume di Dino Aloï, validissimo scrittore di numerosi testi, propone una sorta di viaggio attraverso le varie fasi con cui ha avuto modo di svilupparsi nel tempo quell'impulso particolare verso l'ironia e la satira, che deve essere valutato anche nelle sue caratteristiche sociali e psicologiche. Dino Aloï riesce così a trasmettere a tutti i suoi numerosi lettori e in particolare anche a quelli che non sono molto attratti e seguono con una certa distanza o indifferenza tutto il settore, una viva curiosità e un attento interesse. Ne nasce pertanto un vero e proprio percorso storico, a cominciare dalla "nascita dei giornali satirici in Francia e in Italia". Siamo nel 1830, quando in Francia nasce il giornale "Le caricature" di Charles Philipon, come "primo giornale caricaturale" nel mondo, preceduto soltanto dalle settecentesche acquerforti che erano apparse in Inghilterra nel secolo precedente. Ed è molto interessante venire a sapere come fosse elevato il livello artistico di quel giornale, se con esso collaboravano i più grandi artisti dell'epoca; basti pensare a Daumier o a Courbet o all'italiano Pellizza da Volpedo. E quando dal successo ottenuto giunge l'esigenza di aumentare la tiratura, ecco giungere in aiuto la "cromolitografia" e siamo ancora nella prima metà dell'800. Ed ecco il messaggio sociale della satira che, soprattutto in Italia, voleva essere accolta anche dal popolino e non solo, come era agli inizi, da un mondo elitario di gente colta e borghese e tale "svolta", ci spiega l'autore, si ebbe, dalla fine dell'Ottocento, con la nascita del primo giornale socialista "L'Asino". Ma accanto a questo legame un po' politico, l'autore ci fa presente come si stesse affacciando una satira "più morbida" ad esempio con "Pasquino". L'interesse del volume, che offre una ricca messe di illustrazioni legate ai vari momenti di sviluppo della tematica proposta, consiste soprattutto nel valorizzare le particolari suggestioni politiche e sociali che la satira ha attivato nel tempo. Così ad esempio, Dino Aloï mette il punto, riferendo anche il pensiero di ottimi critici, sui continui parallelismi e "le commistioni dei generi, oltre ad una "commistione dei fatti", con un influsso reciproco. E fa notare, nelle conclusioni che pone al termine del volume, quanto segue: "difficile immaginare gli artisti che operano nella Parigi di inizio secolo se non vi fosse stata la lezione impressionista ma neppure se non fosse stata creata l'elettricità che ha avuto come conseguenza anche l'invenzione del cinematografo". Come pure, egli sottolinea, come i progressi tecnici abbiano permesso la realizzazione dei manifesti di grande formato e la tiratura sempre più importante dei giornali di settore.

a cura di Luisa Chiumenti