

## VIGNALI: IL FUMETTO RACCONTA L'EMIGRAZIONE

ROMA\ aise\ - Anche la Direzione Generale per gli Italiani all'Estero e le Politiche Migratorie della Farnesina ha voluto partecipare alla Settimana della Lingua Italiana nel Mondo e lo ha fatto utilizzando "l'enorme potenziale divulgativo dei fumetti per raccontare la storia della nostra emigrazione e per raggiungere soprattutto le nuove generazioni". Ad illustrarlo oggi, durante la conferenza stampa di presentazione della Settimana, il direttore generale Luigi Vignali che ha aperto il panel dedicato a "Progetti e collaborazioni". Prima di lui, collegato in videoconferenza, Paolo D'Achille dell'Accademia della Crusca ha introdotto il tema di questa edizione della rassegna "L'italiano tra parola e immagine: graffiti illustrazioni e fumetti". Un tema "affascinante" ma "molto complesso" e con un "corredo iconografico difficile da mettere insieme", ha esordito D'Achille. Complesso, ha spiegato, non solo perché si è lavorato alla sua preparazione in piena pandemia, con biblioteche ed archivi difficilmente raggiungibili; ma anche perché il graffitismo risale ai tempi antichi, come dimostra la prima parolaccia ritrovata sul muro di una antica chiesa di Roma. Il tema è stato declinato sia in senso storico sia nell'attualità: dai primi messaggi come l'affresco di Roma alla pittura trecentesca cui fece riferimento Dante, dagli ex voto popolari sino ai graffiti metropolitani e agli striscioni negli stadi. Senza trascurare la grande tradizione del fumetto, aperta dal Corriere dei Piccoli e arrivata poi alle forme attuali di giornalismo, e quella delle immagini, come nei manoscritti di Leonardo, quelle a corredo dei Promessi Sposi sino alle pale degli accademici della Crusca. In tutto questo percorso, l'italiano ha saputo dialogare con il latino, con i dialetti, sia nella fase antica sia in quella moderna, ma anche con le lingue straniere, che ha saputo rielaborare, mantenendo vivo l'interesse in realtà molto diversificate e complesse. Moderato dal giornalista e saggista Luca Raffaelli, è dunque entrato nel vivo il dibattito del panel "XX Settimana della Lingua italiana nel Mondo – Progetti e collaborazioni", aperto dal dg Vignali. La DGIE partecipa alla Settimana con un progetto in particolare, con cui ha voluto "utilizzare l'enorme potenziale divulgativo dei fumetti per raccontare la storia della nostra emigrazione e per raggiungere soprattutto le nuove generazioni. Lo ha fatto", ha spiegato Luigi Vignali, "ambientando e realizzando una storia in Belgio – altra patria dei fumetti -, raccontando forse la storia più famosa della nostra emigrazione, quella che passa dalle miniere di carbone e ci conduce purtroppo alla tragedia di Marcinelle". Così è nato il fumetto "70 anni di storia dell'emigrazione in Belgio e oltre", realizzato da Antonio Cossu, illustratore di origine sarda ma di stanza in Belgio, grazie anche alla collaborazione del Comites di Bruxelles. L'opera è stata distribuita nelle scuole italiane in Belgio e nelle classi italofone. Si tratta, come ha osservato Vignali, di "una iniziativa virtuosa che vorremmo replicare" per raccontare le "vite straordinarie dei tanti italiani e delle tante italiane che riposano nel cimitero di Pere-Lachaise in Francia" e, perché no, anche in altri Paesi. Di italiani all'estero si sono peraltro occupati in passato altri illustratori, di cui il direttore generale Vignali ha voluto ricordare le opere recenti: Thomas Campi con "Macaroni!" e Ilaria Marinelli con "All'inizio era una valigia di cartone". Infine Luigi Vignali ha rivolto un pensiero ai tanti illustratori italiani che si recano all'estero in cerca di fortuna e che magari si affermano arrivando a lavorare negli studios hollywoodiani. Il direttore generale l'ha chiamata "fuga dei pennelli" che, ha aggiunto, concludendo, "vorremo riuscire ad arginare", creando un flusso circolare che li veda recarsi all'estero per poi tornare in Italia così da "tramandare la loro arte alle nuove generazioni". Anche il MiBact partecipa attivamente alla Settimana con tante iniziative realizzate dalla rete delle biblioteche e degli archivi, ma soprattutto con il progetto "Fumetti nei Musei". Lo ha presentato oggi Mattia Morandi, capo Ufficio Stampa e Comunicazione MiBACT. Il progetto è nato nel 2018, insieme alla casa editrice Coconino Press – Fandango, per avvicinare le giovani generazioni ai musei italiani. Sino ad oggi sono stati realizzati 51 fumetti di 51 autori differenti ambientati in 51 musei: da Pompei agli Uffizi al Colosseo, ma anche nei cosiddetti "musei minori", che poi minori non sono. Ai fumettisti è stata data la "massima libertà" per realizzare le loro storie: "i musei sono stati utilizzati come set, ma nel rigore scientifico assicurato da storici dell'arte e professionisti dei beni culturali che hanno affiancato i fumettisti". Gli albi sono stati poi distribuiti gratuitamente ai ragazzi che hanno partecipato ai laboratori museali. In occasione della Settimana della Lingua italiana, il MiBACT ha promosso una tiratura speciale di 66mila albi distribuiti alla rete estera e alle scuole di italiano che useranno i fumetti come supporto alle loro attività. Da domani partiranno inoltre cinque webinar promossi dal MiBACT in collaborazione con gli Istituti Italiani di Cultura di Madrid, San Paolo, Abu Dhabi, New York e Tokyo: i fumettisti e i direttori dei musei coinvolti nel progetto racconteranno le dinamiche che hanno portato alla realizzazione dei loro albi. Con un occhio alle altre professionalità coinvolte nella realizzazione dei fumetti, è stata poi prodotta una mini serie di documentari per la regia di Fulvio Risuleo: 7 episodi e 14 interviste in cui gli artisti che hanno partecipato a "Fumetti nei Musei" si confronteranno sul tema della lingua. Infine inaugura oggi a Villa d'Este la mostra che raccoglie ed espone tutti gli albi del progetto e alcune tavole originali, fruibili negli spazi del Santuario di Ercole Vincitore ma anche on line. I 51 albi di "Fumetti nei Musei", ha concluso infine Morandi, sono stati anche messi a disposizione di un'ulteriore iniziativa del MiBACT che ha riscosso grande successo e che, anche grazie alla rete degli IIC, ha aiutato gli italiani in Italia e all'estero ad affrontare il momento buio della pandemia: la campagna "Io leggo a casa". Padre di personaggi indimenticabili come Lupo Alberto e Cattivik, è intervenuto oggi in videoconferenza per un saluto ed un contributo anche Guido Silvestri, alias "Silver". Il fumettista ha tenuto a sottolineare che

“quello del fumetto è un linguaggio ibrido, che parla soprattutto per immagini, ma anche per parole, narrazione scritta”. Per l'artista che lo crea si tratta di un “esercizio faticoso”, perché occorre “cercare una sintesi” fra testo e immagine: “la parola deve essere in equilibrio con il disegno e non schiacciarlo”. Inoltre “il fumetto deve avere un linguaggio il più possibile colloquiale”: secondo Silver non si può parlare di “letteratura”, perché, ha spiegato, “il personaggio deve essere credibile e non può parlare come un libro stampato”. In videoconferenza è intervenuta anche Katia Pizzi, direttrice dell'Istituto Italiano di Cultura di Londra. Pizzi ha presentato oggi il progetto ideato dal suo Istituto con il fumettista Massimo Fenati, genovese ma in pianta stabile a Londra, per rendere omaggio ad Andrea Camilleri, padre dell'italiano più amato del Regno Unito, il commissario Montalbano. “L'odore del diavolo” è il titolo del volume, tratto dalla silloge “Un mese con Montalbano” del 1998 e nato con un “approccio singolare”: “la trama del racconto”, ha spiegato Pizzi, “diventa il filo rosso che cuce insieme, sotto la supervisione del curatore, le illustrazioni di 15 artisti molto diversi fra loro per stile e per grafica”: dagli italiani Bacillieri e Campi al britannico Simmons all'argentino Varela. “Il prodotto finito non è una sequenza di immagini”, ha continuato la direttrice dell'IIC, visibilmente orgogliosa dell'iniziativa, “ma un'azione magnificamente orchestrata in cui le interpretazioni dei singoli artisti fraseggiano fra di loro” e in cui “le immagini rilanciano la sicilianità di Camilleri e la sua lingua”. Il libro, ha assicurato Pizzi, è “accessibile e fruibile a tutti”, disponibile in lingua italiana e inglese, in forma cartacea e digitale. “Sono certa”, ha concluso, “che il rapporto dinamico tra la lingua del nostro amato Camilleri e queste immagini così varie riuscirà a veicolare con efficacia e concretezza la vitalità della lingua italiana nel mondo”. Di efficacia e concretezza ha parlato anche Alessandro Masi, segretario generale Società Dante Alighieri, per il quale la Settimana della Lingua italiana nel Mondo “sarà senz'altro un'occasione per testare la tenuta della nostra rete di diffusione e promozione della lingua italiana nel mondo”, oltre che “un banco di prova della vitalità delle idee che circolano intorno alla nostra lingua”. Il tema scelto per questa edizione è piaciuto alle sedi estere della Dante. Dai primi rapporti giunti in sede centrale a Roma, ha riferito Masi, emerge che “la particolarità dell'argomento ha dato modo a tutti di interpretare la propria creatività declinandola nei più diversi aspetti”, al punto che l'80% dei comitati interpellati ha dato vita a programmi didattici pertinenti. “Tanta ricchezza e varietà non deve confondere e far perdere di vista gli obiettivi” è stato però il monito di Masi. “La Settimana è un'occasione per riflettere su ciò che ancora resta da fare e su come fare”. La Dante Alighieri, come già annunciato dal presidente Riccardi nel suo intervento, ha scelto di ripartire dalla sua nuova piattaforma digitale, ma, si domanda Masi, “la rete ci salverà?”. Di sicuro Internet ha consentito ai Comitati della Dante di tutto il mondo di raggiungere un pubblico più vasto di quello altrimenti raggiungibile di persona. E con la Settimana questa tendenza pare confermata, ha osservato Masi. “Gli obiettivi però restano gli stessi: sostenere la rete dei docenti, formarli, prepararli alle nuove sfide, riformare gli strumenti, aggiornare la didattica e renderla più attraente per convogliare sempre più studenti stranieri”. “Fare sistema” non deve essere una “formula vuota”. Per Masi occorre “costruire nuove geometrie di diffusione del nostro patrimonio”: in sostanza non bastano le “buone intenzioni”, ma serve la “concretezza di un modello” come quello della strategia “Vivere all'italiana” che, ha concluso Masi, “ha portato oltre 2 milioni gli studenti stranieri a scegliere di studiare la lingua di Dante. La parola è passata ad Angelo Piero Cappello, direttore Centro per il Libro e la Lettura del MiBACT, che ha elencato alcune delle iniziative e collaborazioni avviate o programmate dal Cepell insieme alla rete diplomatico-consolare e degli Istituti Italiani di Cultura. Su tutte Il Maggio dei Libri, la più importante manifestazione del Cepell, che ha portato alla realizzazione di 17.500 eventi sul web, con il coinvolgimento di molti IIC. Per la Settimana il Cepell ha messo gratuitamente a disposizione della rete estera della Farnesina “Di Segni e Di Parole”, 5 videoillustrazioni di 5 parole italiane, una per ognuna delle giornate della Settimana della lingua, il cui significato è stato illustrato da cinque tra i maggiori artisti italiani: ad oggi hanno aderito 35 sedi. Infine Cappello ha segnalato la SLIM, acronimo di Segreteria per il Libro Italiano nel Mondo, a disposizione di IIC, Comitati della Dante e cattedre di Italianistica che vogliano organizzare eventi editoriali italiani all'estero. Compito dello SLIM sarà quello di facilitare i contatti con i referenti in Italia delle case editrici. Cappello ha anche annunciato che, in vista delle celebrazioni per i 700 anni della morte di Dante, nel mese di marzo verrà organizzata, d'intesa con il MAECI e in collaborazione con il Corriere della Sera, una staffetta letteraria in streaming che coinvolgerà gli Istituti Italiani di Cultura. Infine, per assicurare il proprio sostegno alla traduzione del libro italiano all'estero, il Cepell intende incrementare, direttamente o indirettamente, le residenze per traduttori stranieri in Italia. Quest'anno la Settimana della Lingua gode della fattiva collaborazione di LuccaCrea, per la quale hanno portato il loro contributo al dibattito Francesca Fazzi e Giovanni Russo, rispettivamente presidente e responsabile Rapporti Istituzionali. In collegamento da Lucca, dove a breve si aprirà l'edizione 2020 di LuccaComics, “appuntamento ricco di contenuti”, sebbene in modalità sicurezza, Fazzi e Russo hanno citato i due progetti realizzati per la Settimana “in uno sforzo coordinato” con il MAECI “di promozione dell'italiano all'estero”: il concorso LuccaProjectContest, con una mostra sui finalisti proposta in cinque lingue in versione digitale e in presenza in 42 IIC nel mondo; e la mostra sul graphic novel italiano in altri 12 Istituti. Ha chiuso il panel Andrea Silvestri, diplomatico ma autore del saggio “Fumetti e potere. Eroi e supereroi come strumento geopolitico”. Un libro scritto “per inquadrare il mondo in un'altra prospettiva, indagando quanto i fumetti nel corso della loro storia abbiano saputo esprimere contenuti di politica estera”, ha spiegato Silvestri. Il fumetto, dunque, “sotto la lente dell'analisi geopolitica” nei suoi quattro mercati principali, ognuno con i suoi personaggi più emblematici: gli Stati Uniti, la scuola franco-belga, quella italiana, e i

manga e anime della cultura giapponese. “Anche i fumetti, al pari del cinema, delle serie tv e della letteratura, esprimono una visione della società in cui sono concepiti e di come queste società vedono se stesse e gli altri”, ha chiarito Silvestri. “Oltre a essere figli di un contesto politico, con i loro messaggi i comics contribuiscono a diffondere i valori delle società da cui derivano”, ha aggiunto. “Da qui”, ha concluso, “il loro uso come strumenti di propaganda”, ma anche il loro valore in termini di “soft power”. (r.aronica\aise)