

TERREMOTO: MAFALDA PER LA CAMPAGNA “L'AQUILA, A CHE PUNTO SIAMO?”

1 Novembre 2011

L'AQUILA – Una domanda che ha un testimonial d'eccezione, la famosa Mafalda creata da Quino, la piccola contestatrice, bambina che da quarantasette anni non manca, con le capacità di osservazione e di spontaneità tipiche dei bambini, di “fare le pulci” ai grandi, alle loro dimenticanze, alle loro ipocrisie anche veniali.

Ed è lei, su possibilità di utilizzo permessa dallo stesso suo creatore, a farsi portavoce della domanda soprattutto ai mezzi di comunicazione, nella campagna a favore di un'informazione “che non sia solo amplificata al momento in cui qualcosa accade, ma prosegua come a voler controllare e, soprattutto, comunicare a tutti”, come si legge in una nota.

Una campagna che parte da Ivan Giovannucci, agente letterario di autori quali lo stesso Quino, il premio Andersen miglior autore completo 2011 Andrea Valente, Grazia Nidasio, Carlo Carzan, nonché coinvolto in diversi progetti culturali di respiro nazionale, con l'agenzia letteraria Caminito.

La campagna mira a fare in modo che i giornali, le radio, le tv, ma anche i blog sensibili all'argomento possano quotidianamente informare, anche solo attraverso un trafiletto di poche righe, su qualcosa che è stato fatto o che ancora resta da fare a L'Aquila e nell'Abruzzo che ancora non si è rialzato dal terremoto del 6 aprile 2009.

Un'idea che a Giovannucci è venuta proprio dopo una visita a L'Aquila nell'agosto scorso.

“Addentrandosi per le strade dell'Aquila, il cui bellissimo centro storico è stato raso al suolo dal terremoto – spiega Giovannucci – si ha l'impressione di essere a Pompei o a Ercolano. Non ci sono voci, non ci sono persone. Solo una città totalmente distrutta e puntellata. Dove oltre la metà delle strade è chiusa da transenne di ferro che annunciano la ‘zona rossa’, il divieto di accesso, con qualche soldato che vigila in silenzio. E a terra ancora mattoni, lastre di marmo. Come se il tempo si fosse fermato. È questa la città che vogliamo consegnare ai bambini aquilani nati nel 2009 che avranno vent'anni nel 2029?”.

“Dentro le case disabitate – prosegue Giovannucci – sventola un calendario o si intravede parte del mobilio. Dentro le vetrine dei negozi vuoti si vedono calcinacci e oggetti riversi a terra. Per le strade manifesti e scritte ‘rivogliamo la nostra città’. Mentre l'orologio della chiesa di una piazzetta dietro il corso segna le tre e mezza, l'ora della notte in cui la terra cercò di scrollarsi di dosso un'intera città”.

L'idea della campagna è arrivata cercando di capire che cosa il suo ideatore avrebbe potuto fare per non dimenticare tutto questo, ma, al contrario, per far conoscere.

E, da comunicatore, ha deciso di provare a lanciare l'idea a tutti gli altri comunicatori italiani che vogliano raccoglierla. Dedicando quotidianamente uno spazio, anche piccolo, a quando resta da fare e anche a quanto è stato fatto e si farà all'Aquila.

“E Mafalda, con la sua semplicità – conclude la nota – è proprio il personaggio adatto a chiedere a voce alta: “L'Aquila: a che punto siamo?”. Una piccola testimonial d'eccezione, la cui immagine può essere utilizzata da tutti coloro che, sposando lo spirito di informazione alla base di tutto questo, potranno utilizzare come logo per spiegare, appunto, a che punto siamo”.