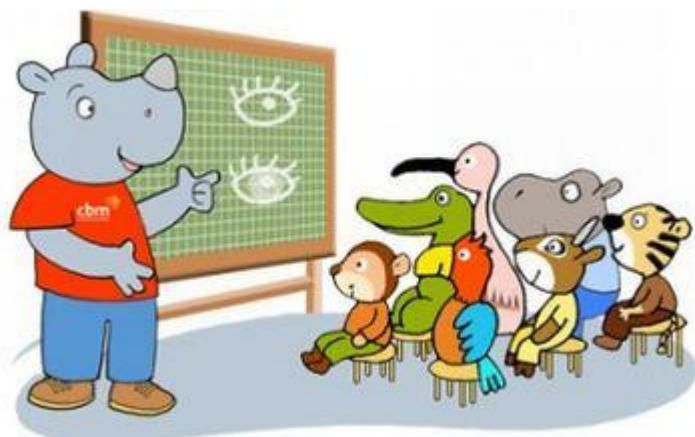


Nuove vie per far conoscere la disabilità (ai bambini)

di Antonio Giuseppe Malafarina*

«Credo che questa sia una direzione da seguire, portando lo sguardo del pubblico che rappresenta la potenziale classe dirigente del futuro su un tema difficile quale quello della disabilità in maniera completa, precisa e gradevole»: lo scrive Antonio Giuseppe Malafarina, parlando di «Occhiolino», il giornalino di CBM Italia – componente nazionale dell'organizzazione non governativa impegnata nella cura e nella prevenzione della cecità e della disabilità evitabile nei Paesi del Sud del mondo – rivolto appunto ai bambini, per raccontar loro il mondo della disabilità con il giusto linguaggio



Il rinoceronte Cibi – mascotte dell'organizzazione CBM Italia, qui disegnato mentre “conduce” un laboratorio sensoriale – fa da anfitrione alle pagine di «Occhiolino»

Nuove vie per far conoscere la disabilità: un tema che mi affascina, si sa, e sulla strada del quale mi sono imbattuto in un'iniziativa forse non nuova però per me **assai efficace**.

Si chiama «**Occhiolino**» ed è un giornale che l'organizzazione non governativa **CBM Italia** (Christian Blind Mission) ha pubblicato recentemente per promuovere le proprie iniziative in maniera alternativa. Messaggio diretto ai bambini dell'età della scuola primaria, dialettica chiara ed efficace, fumetti, notizie e giochi. E in questo numero – il primo in vista di una futura pubblicazione continuata – un ospite di riguardo: **Felice Tagliaferri**, scultore che non vede. Ma che realizza opere che amano farsi vedere. E toccare.

Il nome del giornalino deriva dal notiziario trimestrale dell'organizzazione, che si intitola «Sguardo sul mondo», al quale strizza letteralmente l'occhio per andare incontro al modo di esprimersi dei bambini. Le autrici sono due. Una è **Franca Trabacchi**, diplomata a Brera, illustratrice e fra le tante altre attività ideatrice del personaggio Popotus, che ha dato vita all'omonimo inserto per «Avvenire». L'altra è **Maria Vago**, laureata in pedagogia e specializzata nel giornalismo, fantasiosa scrittrice vicina al mondo dei bambini.

Fa da anfitrione alle pagine il simpatico **Cibi**, un rinoceronte dai pantaloni blu e con camicia e scarpette rosse, che è la mascotte dell'organizzazione. È lui che sorridendo sulle cornici delle notizie della pagina d'apertura spiega come funziona il giornale, cioè cosa si trova all'interno e in cosa consiste l'organizzazione.

Racconta che CBM, con i suoi amici, si occupa di **650 progetti in 63 Paesi**. E non segue solo persone con problemi di vista, come lascerebbe presupporre il nome, ma in generale **persone con disabilità e malate** che non riescono ad accedere alle cure. E si occupa anche di poveri. Un'organizzazione con cento anni di storia alle spalle.

Poi si parla della collaborazione con le scuole, del sostegno della conduttrice televisiva **Filippa Lagerbäck** e di **Tagliaferri**, con la sua esperienza con il *Cristo Velato* di **Giuseppe Sanmartino**, la celebre opera che a Napoli gli fu impedito di toccare, cosicché si decise di riprodurre una simile che potesse appunto essere toccata (*Cristo RiVelato*). Un episodio per

lui molto significativo, che sulle pagine di «Occhiolino» viene raccontato in parte con la tecnica del fumetto puro e in parte con un'accurata intervista, dove domande e risposte sono inserite all'interno delle nuvole tipiche delle vignette. E poi fotografie, altri fumetti, angoli di approfondimento e giochi, come detto.

Il risultato, dal mio punto di vista di adulto che giudica con occhi lontani dalla perdita ingenuità dei bimbi, mi sembra **alquanto accattivante**. E così deve sembrare alle associazioni e agli oratori che ne hanno fatto domanda per farlo conoscere. Attualmente questi sono i principali canali di distribuzione e chi vuole può farne richiesta consultando la **pagina dedicata** di CBM Italia.

Naturalmente a me non preme solo attirare l'attenzione su questa iniziativa, bensì guardare alla pratica con occhio critico, per valutare se questa sia un'operazione riuscita. Giudice supremo sarà "il popolo", saranno i lettori. Ciononostante io credo che questa sia **una direzione da seguire**. Sia dal punto di vista editoriale, perché i bambini sono ancora attratti dalla carta stampata con la quale possono imbrattarsi le mani. Sia sotto l'aspetto del principio ispiratore, cioè portare lo sguardo del pubblico che rappresenta la potenziale classe dirigente del futuro su un tema difficile quale quello della disabilità **in maniera completa, precisa e gradevole**.

Forza, questo è un altro dei "fiumiciattoli" del grande corso della comunicazione. Quelli che portano nutrimento, vita. E che se incanalati bene, possono migliorare l'ecosistema. Attingiamo a questa fonte e apriamo nuovi canali.

Nota di superando.it: ✳ *Testo già apparso in "InVisibili", blog del «Corriere della Sera.it», con il titolo "La carta stampata fa l'occhiolino ai più piccoli", e qui ripreso, con minimi riadattamenti al diverso contenitore, per gentile concessione.*

Al giornale «**Occhiolino**» – su cui si sofferma nel presente testo Antonio Giuseppe Malafarina – il nostro giornale aveva dedicato qualche tempo fa un'**ampia presentazione**.