

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | F. La comunicazione

F. LA COMUNICAZIONE

Per il raggiungimento degli obiettivi preposti è necessaria una adeguata strategia di comunicazione. Nel corso del 2014, la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese ha continuato nella propria azione coordinata con il Servizio Stampa della Farnesina, intrapresa già agli inizi del 2013.

Se nel corso del 2012 sono state pubblicate su www.esteri.it, nella sezione cultura, 389 notizie e nel 2013 529, con un margine di miglioramento del 36%, nel 2014 gli aggiornamenti a carattere culturale sono stati 600, con una percentuale di incremento del 13,4% rispetto all'anno precedente e del 54,2% rispetto a due anni prima.

Nella sezione scienza, sempre del sito www.esteri.it nel 2012 sono state pubblicate 12 notizie, mentre nel 2013 il numero è salito a 51, con un margine di miglioramento del 325%. Nel 2014, ci si è assestati su 44 notizie, con una percentuale di decremento del 13,7%.

Inoltre, nel corso del 2014 sono state avviate iniziative in vari settori della comunicazione esterna quali:

- l'adozione di nuove metodologie di comunicazione che mirano al coinvolgimento del pubblico esterno come nel caso della creazione della pagina del sito [www.esteri.it](http://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/cultura/promozionelinguaitaliana/stati_generali_lingua_italiana.html) sugli Stati generali della lingua italiana nel mondo (http://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/cultura/promozionelinguaitaliana/stati_generali_lingua_italiana.html).

Tale strumento di comunicazione e organizzazione, realizzato anche grazie alla convenzione col Comune di Firenze, ha agevolato la preparazione dell'evento, permettendo la registrazione online dei partecipanti e degli operatori stampa e la pubblicazione di documenti e dei contributi arrivati via e-mail di studiosi, studenti, appassionati e cultori della lingua italiana con i quali è stato avviato un dialogo online per approfondire i temi oggetto di dibattito nel corso degli Stati generali;

- un approfondimento dell'analisi dei punti di forza e delle criticità dei minisiti degli Istituti Italiani di Cultura in vista della prossima revisione grafico-tecnica, prevista a partire dal 2015;
- la riscrittura e aggiornamento delle pagine "cultura e scienza" e "economia" del sito www.esteri.it, con l'inserimento di materiale fotografico in convenzione Ansa-Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale;
- anche nel campo della promozione della lingua e della cultura si è data applicazione a quanto prescritto dal decreto legislativo n. 33 del 14 marzo 2013 in materia di trasparenza in particolare in materia di pubblicità e

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | F. La comunicazione

diffusione di informazioni da parte del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale curandone la corretta pubblicazione nel sito web;

- l'armonizzazione dei siti Extender, Infomercati, RISseT e alle piattaforme tecniche in uso presso la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese con il complesso dei minisiti collegati al sito www.esteri.it;
- l'attivazione della pagina della rete interna Maenet "procedure della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese" che ha reso agevolmente reperibile un complesso di normative, circolari e documentazione contabile, finanziaria e di bilancio relativo agli ultimi vent'anni, dal 1996 al 2014 da parte delle sedi estere, e in particolare dagli Istituti Italiani di Cultura, in modo ordinato e organizzato;
- l'ultimazione della procedura di selezione, attraverso piattaforma di crowdsourcing Zooppa, di un nuovo logo degli Istituti Italiani di Cultura, per il quale sono state presentate più di 2.000 proposte e che ha visto vincitore lo studio grafico Tommaso Armenise;
- l'avvio lo studio di fattibilità di un portale della lingua italiana nel mondo, annunciato per il 2015 nel corso degli Stati generali della lingua italiana nel mondo (21-22/ 10/ 2014) e come proposto nel documento "Stilnovo" redatto in conclusione dell'evento.

Particolare attenzione è stata prestata allo sviluppo di alcuni settori:

- nelle scuole italiane all'estero, nelle quali per la prima volta è stata attivata la modalità on-line che consente ai docenti interessati, in servizio sia in territorio metropolitano che all'estero, di presentare domanda come commissari esterni negli esami di Stato per l'anno scolastico 2013/ 14 mediante il perfezionamento del portale, cui si accede attraverso il sito www.esteri.it;
- nel campo della cooperazione scientifica e tecnologica, nel quale sono stati portati avanti alcuni progetti di informazione specificamente pensati per il mondo dei ricercatori, delle università e dei centri di ricerca, RISseT (Rete Informativa Scienza e Tecnologia) e Innovitalia. Il primo per la diffusione delle informazioni scientifiche e tecnologiche raccolte dalla rete degli addetti scientifici, dalle ambasciate, dai consolati e dagli Istituti di Cultura si concreta nella realizzazione di un circuito informativo per trasferire notizie principalmente in campo scientifico. La seconda è una piattaforma per facilitare uno scambio bidirezionale tra ricercatori nel nostro Paese e nel mondo;
- nella collezione d'arte contemporanea della Farnesina;
- negli scambi giovanili.

Più informazioni in dettaglio relative ad alcuni di questi mezzi di informazione si troveranno nei capitoli dedicati agli Stati generali della lingua italiana nel

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | F. La comunicazione

mondo, agli Istituti di Cultura, alle istituzioni scolastiche ed alla cooperazione scientifica e tecnologica.

Quanto a mezzi più tradizionali di comunicazione occorre fare accenno ad alcune pubblicazioni che sono state stampate e diffuse nel corso dell'anno:

- il libro bianco dal titolo "L'italiano nel mondo che cambia" edito a seguito degli Stati generali della lingua italiana nel mondo, compendio di tutte le risultanze ed i dati sulla diffusione della nostra lingua a tutti i livelli e sui numerosi strumenti utilizzati per la sua diffusione;
- la pubblicazione di una brochure dal titolo "La diplomazia scientifica", diffusa tra centri di ricerca, università, altre amministrazioni al fine di promuovere e diffondere la conoscenza delle attività svolte dal Ministero per l'internazionalizzazione del sistema scientifico italiano;
- i numerosi cataloghi pubblicati a seguito di eventi espositivi, spettacoli e rassegne sia a cura della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese che dei singoli istituti;
- il catalogo-guida del nuovo allestimento della Collezione Farnesina nel primo piano del palazzo che ospita il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.

PAGINA BIANCA

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

II. L'ATTIVITÀ DI PROMOZIONE

A. GLI STATI GENERALI DELLA LINGUA, LA PREPARAZIONE DEI GRANDI EVENTI E LA SETTIMANA DELLA LINGUA

La programmazione culturale nell'anno 2014, è stata marcata dalla realizzazione e dalla preparazione di alcuni eventi di grande rilievo.

Primo fra tutti **gli Stati generali della lingua italiana nel mondo**, promosso dal Sottosegretario di Stato Mario Giro, ed organizzato in collaborazione con il Comune di Firenze, mirato ad attirare l'attenzione degli addetti ai lavori e del grande pubblico sul ruolo che riveste la nostra lingua e a sottolineare il valore aggiunto che la promozione della lingua italiana all'estero può dare al Sistema Paese.

Si è trattato di un evento preceduto da una consultazione con il pubblico durata alcuni mesi e nel quale sono stati quindi coinvolti i principali attori dell'attività di diffusione e promozione della nostra lingua all'estero, come le università per stranieri, i direttori degli Istituti Italiani di Cultura, gli specialisti internazionali della lingua italiana e artisti conosciuti a livello internazionale, che hanno discusso sulle nuove frontiere per la promozione della lingua italiana nel mondo e le nuove strategie di diffusione in un contesto di redistribuzione delle risorse finanziarie.

Tale evento ha avuto come obiettivo principale il sottolineare delle proposte condivise su linee di azione in favore della promozione della lingua e della cultura italiana. L'iniziativa ha avuto anche il fine di fare il punto sullo stato dell'insegnamento della lingua italiana in tutti e cinque i continenti su tutti i livelli.

Per gli eventi in preparazione nel 2014 occorre dedicare uno sguardo approfondito sulla rassegna **"Anno dell'Italia in America Latina" (AAL)** in

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

corso nell'anno successivo a quello di cui si sta riferendo. L'iniziativa "Anno dell'Italia in America Latina" che già dai primi giorni del 2015 vede realizzarsi i primi eventi che si susseguiranno fino alla metà del 2016, ha potuto avere vita con il concorso di istituzioni pubbliche, del mondo accademico e scientifico, del sistema imprenditoriale e di vari operatori culturali. Questa rassegna intende valorizzare il patrimonio italiano contemporaneo e soprattutto la capacità del nostro Paese di sviluppare tecnologie innovative, progetti di ricerca scientifica in settori di avanguardia (spazio, energie rinnovabili, sostenibilità ambientale, audiovisivo, tecnologie del restauro) ed ha richiesto un intenso lavoro di preparazione nel corso di tutto il 2014.

Come già avvenuto per le grandi rassegne del 2013 (l'Anno della cultura italiana negli Stati Uniti, l'Anno della cultura italiana in Ungheria e della cultura ungherese in Italia e la rassegna Italia in Giappone 2013), l'evento è stato concepito attraverso una collaborazione sempre più stretta tra pubblico e privato.

Accanto ad iniziative di carattere culturale occorre fare una menzione particolare per il più grande evento espositivo e di grande attrazione nel nostro Paese degli ultimi decenni, **l'Expo di Milano**. La sua preparazione, in corso per tutto il 2014, ha coinvolto anche la nostra rete degli Istituti di Cultura e di istituzioni culturali e scolastiche.

Expo 2015 ha costituito un'occasione unica per la promozione dell'attrattività dell'Italia anche sul piano della cultura e delle relazioni culturali. Con Expo, Milano si offre quale porta d'ingresso per far conoscere al pubblico dei visitatori stranieri varietà, qualità e ricchezza dell'offerta



L'Expo 2015 ha visto una attiva partecipazione delle scuole italiane all'estero

culturale italiana.

Oltre alla tradizionale promozione di tali aspetti, il ruolo degli Istituti Italiani di Cultura risulta particolarmente rilevante per valorizzare i maggiori eventi di richiamo internazionale programmati durante Expo, nonché l'attività di imprese creative e industrie culturali che fa da sfondo alla progettualità italiana presente in Expo 2015.

In tale esercizio è essenziale il riferimento alla piattaforma informatica creata dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo dedicata alla promozione dell'offerta culturale italiana durante l'Expo. Del pari, la conduzione delle iniziative promozionali non può prescindere dal coordinamento tra Istituto Italiano di Cultura e gli altri attori del sistema paese eventualmente presenti in ogni singolo paese (ICE-Agenzia, imprese italiane e associazioni imprenditoriali, scuole, lettori).

Al fine di diffondere e sostenere l'adesione delle scuole italiane all'estero e delle sezioni italiane presso scuole straniere alle iniziative coordinate dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, sul tema dell'Esposizione

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

Universale “Nutrire il pianeta. Energia per la vita”, la rete diplomatico-consolare è stata sensibilizzata con l'ausilio di schede illustrative delle proposte progettuali. Di queste fanno parte il bando “La scuola per Expo 2015”, per la creazione di percorsi formativi interdisciplinari, il bando “Together in Expo 2015”, per la realizzazione di progetti di comunicazione sul tema dell'alimentazione sostenibile, e la proposta del laboratorio di ricerca Hoc-Lab del Politecnico di Milano con il concorso “PoliCulturaExpoMilano2015”.

La Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese ha inoltre sostenuto attivamente il ruolo della cooperazione scientifica e tecnologica, con un programma volto a valorizzare l'eccellenza nel campo della ricerca in Italia, in particolare dando la possibilità ad autorità governative, ricercatori e scienziati stranieri di visitare le infrastrutture di enti e istituzioni di ricerca scientifica e tecnologica italiani che hanno aderito all'iniziativa. La rete diplomatico-consolare è stata così provvista di un elenco di contatti da promuovere e divulgare nelle sedi confacenti.

A1. Parliamone, l'Italiano come risorsa e gli Stati generali della lingua italiana nel mondo

Parliamone, l'Italiano come risorsa

Il 29 gennaio 2014, alla Farnesina, è stato ospitato l'evento, dal titolo “Parliamone: l'italiano come risorsa”, rivolto a coloro che si occupano dei temi della diffusione della lingua italiana nel mondo, ma che ha anche visto la presenza di alcuni testimoni della cultura e della lingua italiane nel mondo. L'evento era finalizzato a presentare i dati più aggiornati, riferiti all'anno scolastico/ accademico 2011/ 2012, relativi all'insegnamento dell'italiano quale lingua seconda (L2) o straniera (LS), negli Istituti Italiani di Cultura, nelle scuole statali, paritarie e/o sezioni italiane di scuole straniere o europee/ internazionali, nei corsi di lingua e cultura italiana organizzati da enti gestori e previsti dalla legge 153/ 71.

A questo proposito per i dati numerici relativi agli studenti v. il grafico con il numero di studenti di italiano di tutti i livelli e tipologia nelle varie aree geografiche.

Nell'evento “Parliamone”, è stato evidenziato come l'italiano, risultava essere la quarta lingua “seconda” più studiata al mondo, un dato che, come messo in luce da tutti gli intervenuti, induce ad approfondire i vari aspetti legati alla diffusione dell'insegnamento della nostra lingua. Innanzitutto, emerge la necessità di aumentare la consapevolezza, nel pubblico e nei vari livelli istituzionali, della rilevante risorsa costituita dalla diffusione dell'italiano, in termini di immagine del paese, di attrazione del suo patrimonio culturale e, quindi, di potenzialità economiche per l'intero sistema paese.

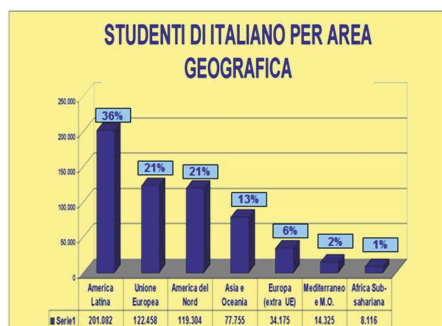
II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

In secondo luogo, è stata rilevata la necessità di impostare una strategia ad ampio spettro per affrontare i nodi che attualmente limitano la diffusione e l'insegnamento dell'italiano nei diversi contesti. Infine, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale ha annunciato che avrebbe avviato anche una rilevazione dei contesti di insegnamento dell'italiano non collegati,

direttamente o indirettamente, al coinvolgimento dell'azione pubblica (sistema educativo locale, iniziative private, ecc.). Il ruolo di potenziale "volano" della nostra lingua è stato ulteriormente pubblicizzato tramite il lancio dell'"Albo degli ex-alunni/italofoni famosi", nel quale appaiono nominativi di personalità italofone straniere in vari settori, dalla politica all'economia, dall'arte ai media, allo sport.

Nel corso dell'evento è stata annunciata dal Sottosegretario di Stato Mario Giro l'organizzazione di un più grande evento,

rivolto a tutto il pubblico e con il coinvolgimento della sfera politico-istituzionale, dell'impresa privata, del mondo scolastico-accademico e degli insegnanti.

**Gli Stati generali della lingua italiana nel mondo**

Gli "Stati generali della lingua italiana nel mondo" si sono svolti a Firenze, in collaborazione con il Comune, il 21 e 22 ottobre 2014, con la partecipazione del Sottosegretario Giro, del Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca Stefania Giannini, della Cancelliera della Confederazione Svizzera Corinna Casanova e di oltre 600 altri partecipanti, tra i quali numerosi testimoni della cultura sia italiani sia stranieri.

L'iniziativa ha offerto una cornice - ampia e ricca di prospettive operative - di discussione sullo stato della lingua italiana nel mondo, sulle sfide nel cosiddetto "mercato delle lingue" e sulle opzioni concrete per orientare le azioni di istituzioni, mondo accademico, operatori. Il collegamento tra lingua e patrimonio culturale ha fatto da filo conduttore di diversi interventi, che hanno messo in luce come la domanda di italiano sia, nella maggior parte dei casi, legata all'amore per gli aspetti più distintivi della nostra cultura: dalla musica (sia classica, sia popolare) alle arti figurative, dall'architettura allo "stile italiano" (moda, gastronomia, ecc.).

In particolare il Sottosegretario Giro ha messo in luce il ruolo politico svolto dalla promozione della nostra lingua all'estero, che genera ritorni concreti per la posizione dell'Italia nel mondo e la crescita economica. Da tale considerazione discende uno dei principali obiettivi degli Stati Generali, la

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

creazione cioè di una condivisa consapevolezza a livello nazionale della rilevanza di questi temi, su cui merita investire con idee e risorse; il Ministro dell'Istruzione, Università e Ricerca, Sen. Giannini ha sottolineato la valenza della nostra lingua come fattore di dialogo e integrazione, in particolare nel bacino mediterraneo. Il Ministro Giannini, nel rimarcare la necessità di garantire standard qualitativi elevati e riconoscibili, ha quindi annunciato un'iniziativa per l'inserimento nel mondo dell'insegnamento dell'italiano di professionalità a ciò specificamente preparate, in particolare i laureati in didattica dell'italiano per stranieri.

La copertura dei principali media è stata continua e attenta (circa 100 giornalisti accreditati). I contatti sul sito ministeriale - costantemente aggiornato con tutto il materiale, documentale e video - hanno superato i 21 mila. In molti interventi e nei commenti raccolti tra esponenti istituzionali, accademici e dei media, è stato riconosciuto come questo evento abbia costituito una novità positiva nel novero degli eventi promozionali, in quanto ha coniugato in maniera equilibrata l'approfondimento tecnico di temi e proposte adeguatamente maturate nei mesi precedenti, con gli aspetti più divulgativi, concretizzandosi nella partecipazione di esponenti del mondo dello spettacolo e dei media.

Particolarmente significativa e stimolante è stata la partecipazione di alcuni stranieri "italofoni illustri", che per l'occasione è stata valorizzata anche attraverso l'istituzione di un Albo degli ex-alunni. Dai loro interventi è emerso un forte messaggio di appoggio alla nostra azione di promozione della cultura e della lingua italiana, che gode nel mondo di un apprezzamento convinto e, spesso, superiore alla nostra stessa percezione. L'intervento della Cancelliera della Confederazione svizzera, Corinna Casanova, ha messo in luce il modello multilinguistico svizzero in cui l'italiano è parlato dall'8% della popolazione e gli Stati generali hanno anche offerto l'occasione per una nuova riunione della Commissione Culturale Consultiva italo-svizzera.

Nel corso della sessione finale, è stato presentato il "libro bianco", che raccoglie i risultati del lavoro preparatorio effettuato in vista degli Stati Generali

Tale lavoro, sviluppatosi nel corso dei sei mesi precedenti, è stato in particolare attuato con l'ausilio di 5 gruppi di lavoro tematici, coordinati da un esperto esterno con l'ausilio di un referente della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese e composti da rappresentanti di Ministeri, delle Università, del Consiglio Generale degli Italiani all'Estero, di accademie e centri di ricerca, ecc. I gruppi di lavoro hanno riguardato le seguenti aree:

- nuove sfide e nuovi strumenti della comunicazione linguistica;



La copertina del "libro bianco" sugli Stati generali della lingua italiana nel mondo

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

- strategie di promozione linguistica per le diverse aree geografiche;
- ruolo delle università, con particolare attenzione alle cattedre di italianistica;
- ruolo degli italofoeni e delle comunità italiane all'estero;
- gestione e strumenti della promozione della lingua italiana.

Il lavoro dei gruppi si è svolto anch'esso in maniera aperta a contributi dall'estero (sono pervenuti oltre 70 elaborati da parte del pubblico) ed è confluito nell'elaborazione di documenti di lavoro quale base di discussione agli Stati generali. I dati raccolti sono inoltre confluiti nel "libro bianco" sulla situazione dell'italiano nel mondo, intitolato "L'italiano nel mondo che cambia", contenente la situazione aggiornata delle azioni di promozione e di insegnamento della nostra lingua e i dati più aggiornati, riferiti all'anno scolastico-accademico 2012-2013, sull'insegnamento dell'italiano nel mondo. Il libro bianco è stato pubblicato in occasione degli Stati generali.

I dati numerici presentati agli Stati generali includono per la prima volta anche i contesti di insegnamento estranei al sistema di promozione e sostegno pubblico italiano. Si è trattato di un esercizio di rilevazione assai laborioso e che non può naturalmente considerarsi esaustivo; i risultati ottenuti devono infatti tener conto delle oggettive difficoltà, soprattutto in alcuni paesi particolarmente vasti o in determinate aree geografiche, di ottenere informazioni da enti educativi locali ovvero da organizzazioni private, anche per specifiche normative locali in materia di tutela della riservatezza dei dati. Le risultanze di tale esercizio, con tutte le cautele sopra ricordate, hanno condotto a censire complessivamente oltre 1,5 milioni di studenti di italiano nel mondo (tale dato è comprensivo dei corsi organizzati o sostenuti dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, direttamente o indirettamente, e dei dati relativi ai contesti estranei alla nostra promozione), un dato di gran lunga molto più elevato di quello risultante dalla rilevazione limitata ai contesti nei quali agisce il sostegno pubblico italiano.

Al termine degli Stati generali, è stato infine pubblicato il documento conclusivo, intitolato "Stilnovo: le azioni per la diffusione dell'italiano nel mondo che cambia" (allegato n. 3) che, tenendo conto dell'ampio dibattito emerso sulla base del "libro bianco", indica una serie di azioni concrete centrate su persone, metodi, innovazione che il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale si impegna ad avviare assieme a Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e a tutti gli attori coinvolti nella promozione della lingua italiana all'estero. Un rilievo particolare, in questo ambito avranno le attività del Gruppo di Lavoro Consultivo sulla Promozione della Lingua e della Cultura Italiane e la creazione di un portale della lingua italiana nel mondo, quale piattaforma condivisa da tutti gli enti che si occupano di questi temi finalizzata ad avere una porta di ingresso unica per tutti coloro che

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

intendono approfondire le questioni collegate con l'insegnamento e la promozione dell'italiano.

Le conclusioni, inoltre, tracciano un percorso per identificare nuovi strumenti per valorizzare il ruolo dei giovani e dei neo-laureati in discipline relative all'insegnamento dell'italiano a stranieri; in tema di qualità dell'insegnamento; per potenziare i metodi di insegnamento e di aggiornamento professionale, anche a distanza.

È stato alla fine tracciato un percorso che vedrà edizioni biennali degli Stati generali, in cui verificare lo stato dell'arte ed identificare, in una logica di sistema e con l'ampio contributo di tutti, strumenti e metodi più adatti al mutare dei contesti.

A2. L'Anno dell'Italia in America Latina

Il programma dell'“Anno dell'Italia in America Latina” (AAL) che il Sottosegretario di Stato Mario Giro ha pubblicamente presentato in data 10 novembre 2014 ha richiesto una estesa attività preparatoria nel 2014 al fine di riunire sotto un solo logo ed all'interno di una cornice istituzionale unitaria una pluralità di iniziative che coprono sia differenti aree tematiche (cinema ed audiovisivo, editoria, musica, teatro, danza, cooperazione accademica, scienza e tecnologia) tramite fiere di settore, mostre e spettacoli per valorizzare il “made in Italy” di fronte a variegata platea di beneficiari (giovani, universitari, mondo scientifico, nonché le nostre collettività in quel continente).

L'iniziativa ha un carattere inedito poiché si indirizza ad un intero continente (e non ad un solo paese come avvenuto in passato) proprio al fine di sottolineare la centralità dell'America Latina nella politica di relazioni esterne del nostro Paese.

In un'ottica di ottimizzazione delle risorse, l'Anno dell'Italia in America Latina non punta quindi alla realizzazione di grandi eventi ma a creare ponti tra le società civili, le comunità accademiche e scientifiche, le reti associative e le partnership economiche.

Sono stati molti i soggetti italiani, oltre alle principali istituzioni come nel caso del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, chiamati nel 2014 a preparare il proprio contributo all'anno: la Conferenza dei rettori, la Conferenza delle Regioni, l'associazione delle industrie cinematografiche e musicali, il Consiglio nazionale delle ricerche, le aziende alimentari e del mondo dell'energia, le



*Il logo della rassegna
"L'anno dell'Italia in
America Latina"*

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

autonomie locali, i comuni e le regioni, il Comitato nazionale olimpico, i grandi gruppi infrastrutturali.

L'Anno dell'Italia in America Latina offre la possibilità di promuovere e valorizzare la creatività, varietà ed operosità dell'originale ricchezza culturale dei territori italiani nei quali si ideano e si producono i più noti prodotti che alimentano la nostra economia. Nel programma infatti saranno presenti non solo manifestazioni ed iniziative di natura culturale ma anche manifestazioni e partecipazioni alle fiere di settore legate alla promozione del made in Italy.

Le relazioni tra paesi prosperano quando vanno oltre i governi per coinvolgere i popoli, imprese, persone e s'intrecciano storie. Questo sforzo eccezionale del nostro Paese, negli anni 2015 e 2016 vuole consolidare e favorire la nascita di collaborazioni stabili che vadano oltre la durata della manifestazione.

Queste alcune delle iniziative in programma:

- in Messico il Festival del cinema di Guadalajara - Italia ospite d'onore dal 6-15 marzo 2015,
- in Perù e Colombia la mostra Compasso d'oro 2014 a cura di ADI - Associazione per il disegno industriale e l'ICE a Lima e Bogotá - agosto-dicembre 2015,
- in Nicaragua, Uruguay, Venezuela, Perù e Brasile la mostra "Sudamericanamente" a cura del Teatro dell'Opera di Roma e della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale da giugno 2015 a marzo 2016 a Managua, Montevideo, Caracas, Lima e Rio de Janeiro,
- in Venezuela il concerto di Uto Ughi in collaborazione con l'Orchestra Sistema Abreu a Caracas nel febbraio 2015,
- in Argentina la mostra Luce, l'immaginario italiano a cura dell'Istituto Luce Cinecittà a Buenos Aires nella seconda metà del 2015,
- sempre in Argentina, la circuitazione della mostra "Italia del Futuro", frutto della collaborazione tra il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, il CNR e le principali università e centri di ricerca italiani, con tappe a Buenos Aires (luglio-novembre 2015), Cordoba (novembre-dicembre 2015) e Santiago del Estero (gennaio-marzo 2016),
- in Cile, Messico, Perù la mostra sulla Geotermia: vedere, conoscere, imparare a cura dell'ENEL Green Power, nella seconda metà del 2015, primo trimestre 2016,
- in Messico, Cile, Ecuador, Argentina, Uruguay e Costa Rica la mostra, a cura dell'UNESCO Italia e della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, i siti Patrimonio mondiale nell'opera di 14 fotografi, da giugno 2015 a ottobre 2016,
- in Brasile, Argentina e Uruguay la mostra i Maestri dell'arte grafica dal XVI al XX secolo a cura dell'Istituto nazionale per la grafica di Roma e della

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, da aprile a ottobre 2015, - in El Salvador, Guatemala, Messico e Brasile la mostra Milano e l'editoria italiana a cura Fondazione Mondadori, nella seconda metà del 2015. A partire da gennaio 2015, il programma dell'iniziativa viene costantemente aggiornato sul sito www.italiaamericatina.it.

A3. Il tema conduttore della programmazione e la Settimana della lingua italiana nel mondo

La Settimana della lingua italiana nel mondo è un appuntamento tradizionale nelle attività di promozione culturale svolte dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. Nasce nel 2001 da un'idea dell'Accademia della Crusca e da allora viene organizzata ogni anno. Fin dalla sua prima edizione, essa rappresenta l'occasione annuale in cui, in tutto il mondo, vengono organizzate iniziative ed eventi legati al tema della promozione linguistica coinvolgendo le comunità di connazionali all'estero, le istituzioni locali, nonché artisti, scrittori, poeti, professori, accademici ed esperti.

La manifestazione coinvolge tutta la rete estera della Farnesina: ognuna delle sedi, ambasciate, consolati e Istituti Italiani di Cultura, interpreta il tema annuale in modo diverso e originale attraverso mostre, convegni, incontri con personalità rappresentative della cultura italiana. Dall'Europa all'Australia, all'Africa, all'Asia ed alle Americhe si moltiplicano le iniziative di promozione della lingua italiana capaci di produrre risultati di grande impatto anche impiegando risorse limitate.

Si tratta di una manifestazione che ha registrato nel tempo una crescita costante sia per quanto riguarda il numero degli eventi posti in essere, sia per il numero delle sedi interessate. Dagli iniziali 300 eventi si è infatti passati agli oltre 1.000 delle ultime edizioni, grazie al coinvolgimento di più soggetti quali ambasciate e consolati, lettori universitari d'italiano, scuole italiane all'estero, comitati della Dante Alighieri e associazioni di connazionali all'estero, enti pubblici e soggetti privati, ed anche delle ambasciate della Confederazione Elvetica in quanto l'italiano è una delle lingue nazionali.

Senza il ricorso ad alcun capitolo di spesa apposito, vengono utilizzati i fondi già disponibili per gli Istituti di Cultura e le dotazioni ordinarie per la promozione culturale, facendo altresì ricorso a strumenti digitali e multimediali che hanno consentito di rappresentare all'estero anche la più recente realtà scientifica italiana e la nostra produzione tecnologica.

Con la quattordicesima edizione del 2014 si è scelto di inaugurare un percorso pluriennale che seguirà il filone delle cosiddette "industrie culturali". Il tema della quattordicesima edizione è infatti stato quello dell'editoria, "scrivere la

II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

nuova Europa: editoria italiana, autori e lettori nell'era digitale", unito anche ad un approfondimento dell'iter dell'integrazione europea in occasione del semestre di presidenza italiana del Consiglio dell'Unione.

Nel 2014, la Settimana si è tenuta in concomitanza con gli Stati generali della lingua italiana nel mondo. Ha completato un percorso, avviato con l'evento "Parliamone. L'italiano come risorsa" del 29 gennaio 2014 che ha avuto luogo nel palazzo della Farnesina, e che ha voluto rilanciare le strategie di promozione della lingua e della cultura italiana del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. Con queste iniziative la nostra lingua è stata al centro di un dibattito che ha coinvolto tutti i soggetti interessati.

La quattordicesima edizione ha posto al centro il tema del libro nelle sue varie declinazioni, come veicolo di trasmissione di cultura, dalla forma cartacea a quella digitale, e come tramite di dialogo tra culture e popoli, attraverso le traduzioni. In particolare, le attività della Settimana hanno messo in luce il ruolo del libro nella costruzione dell'identità culturale dell'Europa, dall'invenzione della stampa fino al contesto attuale, caratterizzato dall'affermazione del digitale e dei nuovi media. Il tema prescelto ha riscontrato un vivo interesse in una vasta schiera di pubblico ed utenza.

Il panorama di eventi che è emerso è particolarmente ricco. Sono stati realizzati 1.102 eventi in 84 paesi ed in 131 sedi fra Istituti Italiani di Cultura e rappresentanze diplomatiche e consolari.

A titolo non esaustivo, e per limitarsi agli eventi più significativi nel settore della letteratura e dell'editoria ricordiamo:

- Alessandro Baricco invitato a Francoforte presso l'Istituto Italiano di Cultura che in occasione della Buchmesse (9-12 ottobre) ha presentato un parterre d'eccezione con tra gli altri Andrea Bajani in

un omaggio ad Antonio Tabucchi, e Daria Bignardi,

- sempre Daria Bignardi presente ad Amsterdam e all'Istituto Italiano di Cultura di Parigi, insieme al critico d'arte Achille Bonito Oliva,
- Tullio de Mauro, Marino Sinibaldi ed Elisabetta Rasy ospiti dell'Istituto di Cultura di Londra,
- Umberto Eco che a Washington ha presentato "Encyclomedia: la storia della civiltà europea" (grande mosaico della storia della civiltà europea, narrata tramite un percorso che attraverso l'arte, la letteratura, la storia, la filosofia, i miti e le scienze che hanno forgiato l'identità del vecchio continente),
- a Bruxelles, Fabrizio Gifuni ha letto Carlo Emilio Gadda,

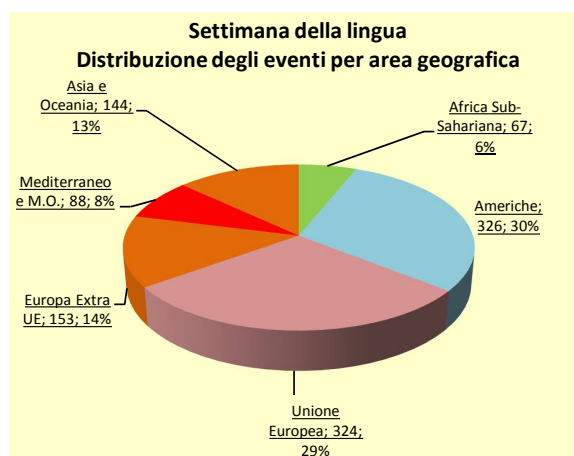


II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

- a Stoccolma, Antonio Scurati, ospite anche all'Istituto di Cultura di Zagabria, ha tenuto una lezione sull'Europa come comunità letteraria dal dopoguerra a oggi,
- Alberto Angela e Sebastiano Vassalli sono stati invitati a Stoccolma, insieme a Marco Missiroli e Andrea Tarabbia,
- l'Università di Vilnius, in collaborazione con l'Istituto di Cultura, ha accolto Armando Massarenti e Romano Luperini,
- a Helsinki, Beppe Severgnini è stato tra i protagonisti della Fiera Internazionale del Libro in cui l'Italia era paese ospite,
- Antonella Cilento ed Andrea Vitali hanno preso parte alle iniziative dell'Istituto di Cultura di Lione, come la filosofa e deputata Michela Marzano,
- il Presidente Romano Prodi ha tenuto una lectio magistralis a Tirana,
- Massimo Bray in Corea all'Università di Hankuk,
- Andrea Molesini ha presentato l'edizione danese del suo ultimo romanzo a Copenaghen,
- Melania Mazzucco è intervenuta all'Istituto di Varsavia,
- Sandra Petrigiani è stata ospite ad Algeri, alla Biblioteca Nazionale, con il suo "Addio a Roma",
- A Sofia, Gigi Riva ha animato un incontro su calcio ed editoria,
- a San Francisco, Paolo Giordano ha presentato la traduzione inglese del suo ultimo romanzo, "Il corpo umano",
- Emanuele Trevi ha visitato l'Istituto di Tokyo,
- Paolo Rumiz ha presentato, all'Istituto di Cultura di San Pietroburgo, con il suo "taccuino di viaggio", Trans Europa Express,
- significativa anche l'iniziativa dell'Istituto di Pechino, che con Antonio Pennacchi e Angelo Ferracuti ha dato vita al convegno su Letteratura e lavoro 2014.

Il tema della XIV Settimana ha permesso di coinvolgere nelle diverse iniziative i molteplici attori della filiera editoriale (editori, autori, traduttori, bibliotecari, agenti, illustratori, librai). In questo ambito, alcune iniziative si sono ricollegate alla celebrazione dell'anniversario degli 80 anni della casa editrice Einaudi:

- Walter Barberis e Riccardo Cavallero sono stati invitati a Rabat per un dibattito su "Il futuro dell'editoria nell'era digitale",
- Ernesto Franco e Francesco Piccolo hanno presenziato a un ricordo di Giulio Einaudi presso l'Istituto di Cultura di Bruxelles, che ha celebrato anche Elvira



II. L'attività di promozione | A. Gli Stati generali della lingua, la preparazione dei grandi eventi e la Settimana della lingua

Sellerio, scomparsa nel 2010, con un "Ritratto" per mano di Salvatore Silvano Nigro e Francesco Recami,

- ospite nella capitale europea anche Giuseppe Laterza, in dialogo con Stefano Salis del "Sole 24 ore" sulle "Nuove Frontiere del Libro",
- mentre a Berlino, insieme alla casa editrice tedesca S. Fischer Verlag, l'editore Laterza ha presentato "Eutopia", la prima rivista web europea di analisi politica, storia, economia e costume.

Inoltre due mostre, allestite dalla Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, sono attualmente in tour in numerosi Istituti Italiani di Cultura:

- la prima, "Copy in Italy. Autori italiani nel mondo dal 1945 ad oggi", racconta il processo di internazionalizzazione dell'editoria italiana dal dopoguerra ai giorni nostri,
- la seconda, "Milano da leggere - Milan a Place to Read", realizzata in occasione di Expo 2015, offre un vivace ed articolato affresco del ruolo di Milano quale capitale della nostra editoria.

Merita segnalare che anche nel 2014 si è rinnovata l'ormai tradizionale collaborazione alla Settimana della lingua da parte della Confederazione Svizzera, in cui l'italiano è una delle lingue ufficiali. Numerose e significative le iniziative congiunte dei due paesi:

- l'incontro su letteratura ed editoria nella Svizzera italiana nell'era digitale presso la nostra Ambasciata ad Ankara,
- il concerto-conferenza del cantautore Marco Zappa all'Università di Stoccolma,
- gli incontri a Rabat con Jean Richard,
- il dibattito su "La Roma di Pier Paolo Pasolini ed oltre" presso l'Istituto di Cultura di Berlino nell'ambito della grande rassegna letteraria e cinematografica "Pasolini Roma",
- la conferenza "Reality and storytelling in the digital era" del poeta e prosatore Flavio Stroppini a Pechino e a Washington. Iniziativa quest'ultima che riallaccia un ideale filo con il 2013 Anno della Cultura Italiana negli Stati Uniti.