



1955, L'ULTIMO VIAGGIO DI COLOMBO

di Giovanni Battista Oneto

Era il 1955, negli USA era presidente il generale Dwight Eisenhower e si inaugurava il primo parco divertimenti, Disneyland. In Italia usciva sul mercato la mitica Fiat 600, stavamo entrando nelle Nazioni Unite, a Genova era sindaco Vittorio Pertusio, la popolazione era in forte aumento e fervevano i lavori di ricostruzione dopo i danni bellici, grazie anche agli aiuti americani del piano Marshall.

Il Consiglio Comunale di Genova deliberò il gemellaggio con la città di Columbus, capitale dello stato dell'Ohio negli USA.

Per suggellare tale gemellaggio, fu deciso di bandire un concorso per una scultura raffigurante il navigatore Cristoforo Colombo, che aveva dato il nome alla importante città statunitense, da donare alla gemella americana perché venisse posizionata nella piazza antistante il Municipio.

Vincitore del concorso risultò lo scultore Edoardo Alfieri, nato a Foggia nel 1913, ma genovese di adozione.

Alfieri aveva studiato al Liceo Artistico ed era stato allievo di Guido Galletti e Francesco Messina, mostrò presto le sue capacità cimentandosi nella realizzazione di diverse tombe per il cimitero di Staglieno tra le quali le figure in marmo della Fede e della Speranza.

Per il monumento da donare a Columbus fu scelto il bronzo e la dimensione doveva essere di almeno sei metri di altezza per poter dare il giusto risalto alla figura del navigatore genovese.

Lo scultore lavorò incessantemente per preparare il bozzetto e poi gli stampi per la fusione, in modo da rispettare la data scelta per la consegna e l'inaugurazione del monumento, il 12 ottobre 1955, anniversario della scoperta dell'America.

La fusione in bronzo fu realizzata dalla famosa fonderia d'arte Michelucci di Pistoia, che preparò la scultura in modo accurato e nei tempi stabiliti, oltre tre tonnellate e mezzo di bronzo lavorato dai migliori artigiani del settore. Una volta terminato il lavoro, il vice sindaco di Genova, prof. Giuseppe De André, padre del compianto cantautore Fabrizio, che per incarico del sindaco Pertusio era stato nominato "Ambasciatore di Genova in una missione di amicizia" ebbe una geniale intuizione e, con quella che oggi potremmo definire una azione di marketing, decise che l'operazione doveva essere pubblicizzata al massimo e, quindi, la scultura sarebbe stata vista da tutti i genovesi prima di partire per gli USA.