



Comune di Cinisello Balsamo

Nessun attacco al ruolo dei padri e all'istituzione famiglia

Ci sconcerta e rammarica il clamore suscitato in questi giorni dalla campagna di sensibilizzazione "Cattivo esempio", realizzata da studenti in Comunicazione Pubblicitaria dello IED con i loro docenti e nata da una collaborazione con il Comune di Cinisello Balsamo, la Regione Lombardia, l'Azienda Sanitaria Locale Milano, gli Ospedali Buzzi e Bassini, la Cooperativa Il Torpedone e il periodico locale La Città.

Una campagna ideata sotto la guida di professionisti e non frutto di improvvisazione, strutturata in tre azioni comunicative. Una prima, pubblicata in occasione dell'8 marzo 2015, Giornata Internazionale della Donna, dal titolo "Campagna Quote" dedicata ai buoni esempi, attraverso citazioni di donne celebri (Oriana Fallaci, Michelle Obama, Oprah Winfrey, Sonia Gandhi, Rita Levi Montalcini, Eleanor Roosevelt). A questa è seguita "Cattivo esempio" che si inserisce a pieno titolo nella Giornata Internazionale contro la violenza sulle donne (25 novembre). Un terzo momento previsto sarà legato alla dimensione della bellezza con un riferimento all'arte scultorea.

La campagna in questione va quindi contestualizzata nell'ambito della celebrazione mondiale, mentre le critiche sembrano essere pretestuose e non voler cogliere il vero significato del messaggio: **non certo un attacco al ruolo genitoriale di padre, men che meno all'istituzione famiglia**, ma un'azione per sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della violenza contro le donne, una drammatica realtà che non può essere negata e che non legittima nessun intento mistificatorio.

Si ricorda che nel 2014 in Italia il 31,5% delle donne tra i 16 e i 70 anni (quasi 7 milioni) ha subito una forma di violenza fisica, di cui 62,7% per mano di un partner, attuale o precedente (dati Istat). **Per quanto riguarda il nostro territorio**, dall'esperienza del Centro Amaranta, attiva nelle sedi di Cinisello Balsamo e Bresso fino allo scorso maggio, emerge che in 13 mesi di servizio (8 mesi nel nostro Comune) sono state **prese in carico 105 donne, di cui 90 ha subito violenza da un familiare**.

Il messaggio della campagna è dunque volutamente forte e vuole partire da un punto di vista inusuale, quello di un bambino che assiste a scene di violenza in casa, e pone l'accento prevalentemente sulla violenza verbale e psicologica che spesso precedono quella fisica. La scelta si giustifica dai dati che attestano un significativo numero di violenze all'interno delle relazioni familiari, di conseguenza anche di fronte a minori, spettatori fragili e vittime indirette. L'esperienza dimostra, poi, quali conseguenze seguono: la violenza all'interno delle mura domestiche genera altra violenza.

La campagna non ha alcun intento denigratorio nei confronti dei padri, al contrario si stigmatizza il "cattivo esempio" di chi usa forme di violenza nelle relazioni familiari, per questo crediamo che nessun buon padre di famiglia si sentirà coinvolto da un'affermazione che gli è estranea. Neppure vuole delegittimare l'istituzione della famiglia, luogo di protezione e cura: proprio per sottolinearne l'importanza educativa e tutelarne l'armonia vanno "denunciati" anche i malesseri sociali.

Certo, parlare di violenza, soprattutto di quella domestica, non è edificante, ne siamo tutti convinti e ne faremmo volentieri a meno. Ma quando accade (e i dati dicono che succede spesso) queste sono le parole e le domande che si aprono nella mente e nei cuori di chi alla violenza, suo malgrado, è costretto ad assistere.

Ed è un bambino, ovvero, il futuro (e questa è la metafora) che interroga noi adulti, tutti, su come fare per costruire una società migliore.

Patrizia Bartolomeo
Assessore alle Pari Opportunità

Siria Trezzi
Sindaco