

→ **L'iniziativa** ha già raccolto l'adesione di importanti aziende. La staffetta inizia dal nostro giornale
→ **«La violenza ha mille volti, impara a riconoscerli».** Gli slogan rivolti soprattutto a giovani donne

Uomo violento? Cambialo l'Unità adotta la campagna

Parte la campagna «la violenza ha mille volti. Impara a conoscerli», pensata da donne e «regalata» ad altre donne. Una iniziativa da «adottare», l'Unità l'ha fatto per prima. E stavolta il messaggio rompe gli schemi.

MARIA ZEGARELLI

ROMA
mzegarelli@unita.it

Lo definiscono «un regalo pensato da donne per altre donne», un messaggio da passarsi di mano in mano, scritto con parole che rompono uno schema e raccontato con immagini che capovolgono il punto di vista. Stiamo parlando di una campagna contro la violenza sulle donne, quella perpetrata da fidanzati, mariti, padri, conviventi e amanti che troppo spesso iniziano con uno schiaffo e poi finiscono col piazzare il colpo più forte di tutti gli altri: quello che uccide il corpo, quando l'anima ormai è andata. «Hai un solo modo per cambiare un fidanzato violento. Cambiare fidanzato». Oppure: «Non sposare un uomo violento. I bambini imparano in fretta». Ancora: «Gli schiaffi sono schiaffi. Scambiarli per amore può farti molto male». Il volto di una ragazza normale, co-

Come
Denunciando
rifiutando
e cambiando partner

me nostra figlia, la nostra amica, la vicina di casa. Bella e sorridente, che stringe un uomo con il volto coperto dalla scritta «La violenza ha mille volti. Impara a riconoscerli», perché devi imparare a scovare subito l'abisso e quando lo riconosci è bene che tu ne prenda le distanze. Slogan e immagini semplici, logici, positivi: ribalta il messaggio che di solito raccontare la violenza attraverso donne-vittime peste e piene di lividi. Bisogna agi-

Il manifesto



«Un compagno violento non ti accompagna nella vita. Al massimo all'ospedale». «Hai un solo modo per cambiare un fidanzato violento. Cambiare fidanzato»: sono alcuni fra gli slogan della campagna contro la violenza sulle donne, promossa da un gruppo di donne di schieramenti politici diversi e che comparirà questo mese su due giornali di opposte tendenze, l'Unità e Il Secolo d'Italia.

re prima. Mostrare la forza con cui ogni donna può dire no e voltare pagina prima ancora di essere risucchiata dalla storia.

UNA CAMPAGNA DA ADOTTARE

La campagna è stata presentata ieri mattina a Montecitorio da Paola Concia, deputata Pd, Concita De Gregorio, direttore de l'Unità, Flavia Perina direttore del Secolo d'Italia; da Alessandra Bocchetti, la famosa saggista e dalla copywriter Eliana Fros-

ti. Tutte donne che hanno deciso di metterci ognuna del suo, le due direttrici lo spazio sui loro quotidiani, così diversi per storia, cultura e posizioni politiche, la copywriter la sua creatività e la sua esperienza e la saggista il suo punto di vista. Le immagini sono state realizzate dalle Allieve dell'Istituto superiore di Fotografia. Il risultato è questo piccolo miracolo che alcuni definiscono frutto di un lavoro bipartisan e che le dirette interessate preferiscono definire come il

lavoro comune di donne, punto e basta. La campagna è stata subito adottata dall'editore de l'Unità, Renato Soru, attraverso Tiscali e da altre grandi imprese che hanno ai vertici donne, da Ikea, a Nonino, Sellerio, Unicredit, Unilever, Feltrinelli, Conad, Coop e da Claudia Mori, che con «Ciao Ragazzi» sta producendo sei puntate per Rai1 del film «Il corpo in vendita». La campagna potrà essere «adottata» da chiunque ne abbia voglia: scuole, comuni, regioni, altre aziende. Perina lancia la palla anche alle ministre Mara Carfagna e Maria Stella Gelmini. Se la prima ancora non risponde la seconda interpellata sulla possibilità di esporre i manifesti anche nelle scuole superiori la mette così: «Be' sono arrivate tardi, noi ne abbiamo già fatte tante di campagne, ma... sì, certo, valuteremo... vedremo».

DIRE NO

De Gregorio, che con l'Unità è stata la prima ad adottare l'iniziativa, spiega che tutto è nato una sera a cena, «chiedendoci come portare avanti la campagna avviata da l'Unità contro il silenzio delle donne e in quel momento Paola Concia ci ha detto che insieme a Frosati stavano lavorando a questo progetto». Poi, è stato facile andare avanti. Importante il contributo di Linda Laura Sabbatini, dell'Istat, che ha illustrato lo stato dell'arte nel nostro paese in fatto di violenza. «In questa campagna contro la violenza sulle donne non troverete donne che si lamentano, che protestano, che si ribellano, ma donne che scelgono e scegliere è un'azione libera. Questa è la novità», spiega Bocchetti. Niente volti tumefatti, ma donne con il sorriso sulle labbra che dicono semplicemente «no» agli uomini violenti: è qui il cambio di prospettiva. ♦

 **IL LINK**

I DATI SULLA VIOLENZA ALLE DONNE
www.istat.it