

EDUCAZIONE DI GENERE CON IL CROWDFUNDING

Un appello lanciato dal mondo dell'imprenditoria femminile per sostenere l'educazione contro la violenza di genere. La raccolta fondi finanzierà un progetto educativo in 4 scuole con la regista Adele Tulli come testimonial



di **Chiara Sandrucci**

Un appello lanciato dal mondo dell'imprenditoria femminile per sostenere l'educazione contro la violenza di genere. Il crowdfunding è partito da Torino questa settimana, organizzato dalla rete Safe, la prima e unica agenzia specializzata nel fundrising in questo preciso campo: l'educazione al rispetto e alla reciprocità. Il migliore antidoto alla violenza di genere contro le donne. La raccolta fondi finanzierà un progetto educativo in 4 scuole italiane, con la regista Adele Tulli come testimonial d'eccezione. Ma non solo. Aiuterà le piccole e medie imprese ad impegnarsi nel sociale per raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dall'Agenda 2030. In questo caso, parità di genere e istruzione di qualità. Se la raccolta fondi ar-

riverà all'obiettivo minimo di 25 mila euro, il prossimo anno 100 studenti di scuola media di quattro regioni italiane, tra cui il Piemonte, realizzeranno 4 diversi docu-film con l'aiuto di Adele Tulli, autrice del film «Normal» presentato in prima mondiale al Festival di Berlino e nominato da Wired tra i 10 migliori film del 2019. Se la quota sarà superata, il progetto potrà essere esteso ad altre scuole. La campagna si chiama «A safe and normal day»: un giorno «sicuro e normale», ma solo tra virgolette. «L'obiettivo è illuminare gli stereotipi e i ruoli di genere che riempiono una giornata normale, a cui tutti siamo abituati e che ci sembrano appunto normali», spiega la sociologa Stefania Doglioli, direttrice del Centro Studi Pensiero Femminile di Torino da cui è nata la rete Safe che riunisce 22 associazioni per potenziare l'azione. «È una cultura che discrimina e legittima la violenza senza che nemmeno ce ne accorgiamo - aggiunge -. Il vero antidoto è l'educazione a relazioni che si basano sulla re-

ciprocità e sul rispetto». Basta pensare a quanto è capitato alla dj Ema Stokholma durante la festa di San Giovanni sulla Mole. Filmata sotto il vestito. O agli apprezzamenti che le ragazze ricevono per strada e che denunciano su Instagram e Facebook. Molestie torinesi. Quotidiane, fastidiose.

«Che identità costruisci su queste basi? Sei costretta a vivere in difesa - riflette la sociologa -. Oppure ti adatti, come le mamme che fanno ginnastica con il passeggino e usano i bimbi come pesi che compaiono nel film». Con il lockdown, se possibile gli equilibri sono anche peggiorati. Un'occasione per le piccole e medie imprese al femminile di rafforzare il proprio impegno in tema di responsabili-



tà sociale. «È un'idea che abbiamo subito condiviso, ce ne siamo innamorate», dice Brigitte Sardo, presidente di Apid, l'associazione di imprese femminili aderenti ad Api Torino che sostiene la campagna insieme al gruppo nazionale Confapid e al coordinamento Cafid di cui fanno parte AIDDA, Confartigianato Donne Impresa Torino e **Confagricoltura Donna**. «L'iniziativa parte da Torino, ma il mio sogno è che si estenda a tutta la rete - aggiunge l'imprenditrice -. È importante che non solo le grandi multinazionali, ma anche le imprese più piccole riescano ad impegnarsi nel sociale e ottenere in cambio anche formazione del proprio personale». Martedì scorso sono partiti i primi messaggi whatsapp a tutte le aziende aderenti, in ogni parte d'Italia. In nome della parità di genere, obiettivo Onu per il quale c'è ancora tanto da fare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA