



Il manifesto controverso Dell'Antonio: linguaggio adatto. Tarfusser: efficace

Bullismo, Toscani convince

Maiolo: «Colpire alla pancia per suscitare reazioni»

BOLZANO — I professionisti locali apprezzano le banane e i piselli antibullismo di Oliviero Toscani, scelti dalla Provincia per la campagna di comunicazione che sta facendo parecchio discutere in queste settimane. Giovanni Maiolo, Giuseppe Dell'Antonio e Cuno Tarfusser elogiano l'iniziativa provinciale. L'ex procuratore Tarfusser ne aveva parlato la settimana scorsa durante gli incontri con gli studenti delle scuole superiori: «La similitudine della banana e del pisello è molto utile per far capire la parte del corpo che usa chi fa bullismo e chi invece sceglie di non farlo. Mi sembra un messaggio molto efficace».

Giovanni Maiolo, docente di educa-

zione alla sessualità all'università di Bolzano, concorda con la necessità di una campagna sull'argomento. «Ogni sensibilizzazione nei confronti della violenza è benvenuta — dice —. Queste campagne colpiscono l'opinione pubblica più di quanto non si pensi, tuttavia per non essere inutili devono poi essere accompagnate da altre iniziative sul territorio, cose più concrete e mirate verso i target specifici».

Maiolo apprezza anche il manifesto, pur se con qualche riserva: «Sono in gran parte a favore del messaggio della campagna, per più motivi. Innanzitutto il linguaggio utilizzato, molto elementare e che fa passare subito una serie di

cose. Il manifesto colpisce proprio perché è semplice e diretto alla pancia, quindi provoca una reazione. L'altro elemento che apprezzo è il dibattito che suscita. Ogni tipo di violenza, in particolare il bullismo, si ciba di silenzio, quindi parlarne significa combatterla; questa campagna centra l'obiettivo in pieno». Gli unici dubbi di Maiolo riguardano i messaggi sessuali associati alla banana e al pisello. «Nella cultura italiana sono riferimenti chiari — dice — mentre in quella tedesca sono più difficili da cogliere e nella nostra realtà il problema riguarda tutti i gruppi linguistici. Però è vero che la sessualità è una cosa alla quale siamo molto sensibili. Se avesse usato altri simboli o altri ortaggi non sarebbe stato altrettanto efficace».

Giuseppe Dell'Antonio, primario del Sert di Bolzano, elogia l'idea della Provincia: «Il fenomeno è in aumento ma rimane nascosto, quasi sempre non emerge. Quindi una campagna che porta il tema allo scoperto è assolutamente meritoria. In particolare va apprezzato il fatto che sia un ente pubblico ad averla promossa. Anche il messaggio è centrato: se si discute di bullismo si deve comunicare con le persone interessate, cioè i bulli e i gruppi che li circondano. Il linguaggio della campagna è giusto per comunicare con il target di persone alle quali si vuole mandare un messaggio. Sugli imbarazzi provocati dal messaggio sessuale si può discutere, ma la campagna solleva il problema e soprattutto lo fa con le persone giuste. Questo linguaggio può spezzare la catena di omertà che caratterizza il fenomeno». Infine una riflessione sul bullismo «rossa». «Ho sentito alcune critiche molto curiose al linguaggio sessuale scelto: alcune ragazze hanno criticato la similitudine sessuale maschile perché sembrerebbe negare che il fenomeno del bullismo riguardi anche le ragazze, come invece accade».

Damiano Vezzosi

© RIPRODUZIONE RISERVATA