



COMUNE DI PISA
Gruppo Consiliare FORZA ITALIA - PDL

Pisa, 8 aprile 2014

I N T E R P E L L A N Z A

Oggetto: **“PATROCINIO DEL COMUNE DI PISA ALLA MANIFESTAZIONE “QUELLO CHE LE DONNE VOGLIONO ...” SVOLTASI ALLA STAZIONE LEOPOLDA DAL 4 AL 6 APRILE 2014.”**

Il sottoscritto Giovanni Garzella, Consigliere comunale del gruppo Forza Italia – PdL, interpella il sig. Sindaco per sapere se, e relativamente a quali tipi di servizio, è stato concesso il patrocinio alla iniziativa denominata “Quello che le donne vogliono ...”, svoltasi alla Stazione Leopolda da venerdì 4 a domenica 6 aprile 2014.

Il 31 marzo u.s. leggo la polemica (Allegato A) scoppiata sul patrocinio concesso all’iniziativa e successivamente (Allegato B) il 3 aprile u.s. leggo che il Comune di Pisa avrebbe fatto dietro-front, ritirando tale patrocinio.

Oggi, 8 aprile, vengo a sapere che il Comune di Pisa avrebbe messo beni e servizi a disposizione gratuitamente di tale iniziativa.

Pertanto per questi motivi desidero sapere:

- 1) Se è stato confermato il patrocinio.
- 2) Quali beni e servizi sono stati messi a disposizione gratuitamente e per quale valore complessivo: stampa, spazi, personale, mobili ed utenze.

Giovanni Garzella

Donna e cura del corpo alla Leopolda: "Perché concedere il patrocinio?"

Serena Leoni di 'Una città in comune' sottolinea il messaggio negativo veicolato dall'evento in programma alla Stazione Leopolda e si chiede perché Comune e Provincia abbiano concesso il patrocinio ad una manifestazione puramente commerciale.



Un modello di femminilità avvilita, che per secoli ha incatenato la realizzazione personale femminile al soddisfacimento dei bisogni sessuali dei partner. Questo il fulcro secondo Serena Leoni di 'Una città in comune' della manifestazione 'Quello che le donne vogliono', l'evento dedicato al mondo della cura del corpo, in programma alla Stazione Leopolda dal 4 al 6 aprile.

"Nessuna preclusione per i mercati e le fiere dedicati ai prodotti di bellezza e al benessere - chiarisce subito Leoni - la cura del corpo e la vanità personale fanno parte dell'esperienza di vita di tutti e per molti costituiscono uno svago e una gioia. Peccato però che questo evento proponga per l'ennesima volta, con un titolo francamente imbarazzante, un'immagine stereotipata della donna, quasi che la realizzazione dei desideri femminili debba passare esclusivamente attraverso la cura del corpo e dell'estetica".

Ma ciò che appare ancor più da condannare per l'esponente della lista civica è rappresentato dal patrocinio concesso dal Comune e dalla Provincia di Pisa ad un evento commerciale. "Un evento che oltretutto non si limita a vendere una merce, ma propone alle donne un'immagine di realizzazione fondata in primo luogo sulla bellezza e su canoni estetici inarrivabili e pertanto frustranti - afferma Leoni - di fronte ad una scelta di patrocinio, che non esitiamo a definire sciagurata, ci sembra utile ricordare alcuni dati sulla condizione femminile oggi in Italia. Disoccupazione e sotto-occupazione, stipendi più bassi dei colleghi uomini, nonostante una migliore prestazione negli studi, enormi

difficoltà nella conciliazione dei tempi di vita con i tempi di lavoro, anche a causa delle croniche carenze dei servizi del nostro paese e di un affidamento pressoché esclusivo del lavoro di cura dei bambini e dei parenti non autosufficienti, oltre che del lavoro domestico. E ancora - prosegue - donne che non vengono assunte per paura che facciano figli, e donne che firmano lettere di dimissioni in bianco da rendere effettive in caso di intervenuta maternità. Donne uccise per mano di ex amanti, mariti, pretendenti respinti (quasi 130 lo scorso anno) perché hanno osato allontanarsi dal loro possesso. Donne senza diritti, donne con molti doveri. Donne spesso prive dei mezzi economici per accedere a ciò vorrebbero fare".

"Quale ideale di parità tra i generi promuovono il Comune e la Provincia concedendo il Patrocinio a una simile manifestazione? - si chiede ancora l'esponente di 'Una città in comune' - Quale cultura credono di difendere, sostenendo un evento che veicola esattamente la stessa immagine di donna promossa da vent'anni di berlusconismo, con la donna ridotta all'immagine televisiva di un corpo perfetto? Meglio farebbero Provincia e Comune a ritirare il patrocinio e lasciare alla sola azienda di marketing la responsabilità dei messaggi che veicola".

REDAZIONE 3 APRILE 2014

“Quello che le donne vogliono' alla Leopolda, niente patrocinio: il Comune fa dietrofront”

Non ha però preso la stessa decisione l'amministrazione provinciale di Pisa. Una città in comune: "Il logo del Comune resterà comunque sulle locandine. La Provincia preferisce ignorare la forza d'impatto con cui i modelli dei brand commerciali influenzano la mentalità"



"Apprendiamo con soddisfazione la notizia che il Comune di Pisa intende ritirare, anche a seguito della richiesta di Una città in comune, il proprio patrocinio alla manifestazione commerciale 'Quello che le donne vogliono...', che si terrà nei prossimi giorni alla Stazione Leopolda, per la promozione e la vendita di prodotti per la bellezza e il fitness". E' la stessa lista civica a mostrare tutta la sua soddisfazione per la decisione dell'amministrazione comunale, dopo aver già espresso, in una nota del 29 marzo, tutta la propria contrarietà alla scelta di patrocinio operata da Comune e Provincia verso un evento commerciale che, sin dal titolo, proponeva un'immagine stereotipata della realizzazione femminile, esclusivamente basata sulla cura del corpo e dell'estetica.

"Il ritiro del patrocinio annunciato dall'assessora alle Pari Opportunità Marilù Chiofalo è tardivo, e rimedia solo in parte al danno fatto - afferma però Maria Scermino di Una città in comune - dal momento che il nome del Comune di Pisa comparirà in ogni caso sulle locandine e sui manifesti già affissi e che l'evento si svolgerà tra pochi giorni".

Nessun ritiro del Patrocinio invece da parte della Provincia, avvisano dalla lista civica, il cui capo di gabinetto Alessandro Caprai ha dichiarato che l'iniziativa non presenta "elementi discriminatori che ci possano indurre a revocare il patrocinio" e che "il commento sullo stereotipo di genere è una valutazione politica, che però in questo caso

non facciamo perché non si tratta di un'iniziativa espressamente politica o discriminatoria nei confronti di qualcuno".

"Stupefacenti e gravi ci sembrano le parole di Caprai, che presuppongono, per le manifestazioni commerciali, una sorta d'immunità da qualunque valutazione di correttezza e opportunità del messaggio trasmesso - sottolinea ancora Scermino - al contrario, un ente pubblico, prima di patrocinare un evento, dovrebbe considerarne a fondo la valenza culturale e sociale: evidentemente l'Amministrazione Provinciale preferisce ignorare la forza d'impatto con cui i modelli dei brand commerciali influenzano la mentalità maschile e femminile, nonostante il parere contrario espresso dall'assessora provinciale alle Pari Opportunità Anna Romei".