

Padova capitale europea 2020

Puoi dire “che schifo” o fare qualcosa La campagna shock per il volontariato

Senzatetto, poveri, immigrati bersaglio dell'indignazione. Ma sul web un sito raccoglie le storie di chi sceglie il servizio

Cristiano Cadoni

È vero, frugano nei cassonetti per mettere insieme il pranzo con la cena. Oppure dormono sotto un portico, davanti a qualche bella palazzina del centro storico. Di occhiate e commenti («Che schifo») è di sicuro il più frequente, ne sentono ogni giorno. Perciò i poveri, i senzatetto, i frequentatori abituali delle Cucine Popolari, i richiedenti asilo saranno gli ultimi a sentirsi turbati per la campagna di comunicazione che apre un nuovo sguardo su Padova capitale europea del volontariato. Sono frasi comuni, citazioni, reazioni d'istinto trasformate in installazioni di grande impatto. È la campagna “Che schifo”, ideata (e regalata alla città, come azione di volontariato) dall'agenzia padovana Young Digital. Racconta il senso del volontariato, che non è meno provocatorio dei problemi ai quali risponde. Perché - come si legge sui manifesti - pensare “che schifo” è una scelta. Ma «essere d'aiuto è una scelta migliore».

IL PROGETTO

I primi manifesti sono comparsi ieri in via Matteotti, in via Sorio, in via Palestro, in via Ariosto, in via Cavallotti e in alcune colonne pubblicitarie del centro. Ma è solo una parte della campagna, la più visibile, ed è solo l'inizio. «C'è sempre una domanda che il senso comune rivolge ai volontari. Ed è: chi ve lo fa fa-

re?», dicono dal **Csv** di Padova. «Dedicarsi a una causa, essere d'aiuto, rendersi utili per risolvere un problema o per ridurre un disagio o per valorizzare un patrimonio, senza alcun ritorno, è semplicemente spirito di servizio. Il volontariato è uno stato mentale, un modo di pensare, un'attitudine. Non si nasce volontari, ma lo si può diventare dopo essere stati sensibilizzati». Così, di fronte alla manifestazione di un problema, ci sono due reazioni possibili: dire “che schifo” o chiedersi cosa si può fare. La campagna gioca, in prima battuta, su questa reazione di pancia.

OMBRE E LUCI

«Nelle città il disagio si confonde con la quotidianità, è visibile ma ignorato, non è mai raccontato», aggiungono dal **Csv**. «Dandogli un racconto, la campagna vuole renderlo da visibile a evidente, e costringere le persone a prendere una posizione: sei dalla parte di chi si lamenta e giudica o dalla parte di chi si impegna?». Dalla parte di chi si impegna ci sono 6.450 associazioni. E la piattaforma web cheschifo.it - non proprio un sito quanto semmai un progetto editoriale - ha cominciato a raccogliere le storie, dando voce a testimonianze di volontariato, raccontate in prima persona da chi si spende nel servizio a favore degli ultimi. In campo per cambiare la realtà e superare quegli stessi problemi che a qualcuno fanno dire “cheschifo”. —



151861



Le installazioni della campagna "che schifo" sono comparse ieri in numerose pareti del centro e nelle colonnine Clearchannel (FOTO AGENZIA BIANCHI)