

## Una campagna fuorviante

domenica, 04 settembre 2016



Gruppi di migranti alle porte della Macedonia

di *Rosario Pesce*

Un tempo, i Romani chiamavano “felix” la Campania, visto che era una regione, particolarmente, fertile ed ubertosa.

Mutuando il valore metaforico di quell’immagine, ora potremmo dire che il Governo Renzi aspira a creare le condizioni per un’Italia felix, vista l’ultima campagna pubblicitaria per l’incremento delle nascite, che rappresenta - certo - uno schiaffo ai valori del femminismo degli anni ’70, quando le donne rivendicavano con grandissima fierezza l’autonomia e l’indipendenza dei loro costumi sessuali da prescrizioni o da proibizioni di ordine sociale.

Ora, siamo tornati indietro di qualche anno, visto che il messaggio, che fa passare il Governo, è quello del valore “pubblico” della sessualità, in virtù del quale nessuna donna può sottrarsi al compito che le affiderebbe la natura e lo Stato di contribuire, in modo determinante, alla riproduzione e, quindi, alla crescita demografica.

Che sia - quello che stiamo vivendo - un momento triste in termini di incremento della popolazione, questo è più che evidente.

La società italiana sta divenendo sempre più vecchia, per cui nei prossimi decenni il decremento demografico sarà sempre più marcato con conseguenze negative: una popolazione meno numerosa e con un’età media più alta, con maggiori costi quindi per la tutela della salute di chi, diventando anziano, ha necessità di maggiori cure ed attenzioni, di cui la collettività deve farsi carico.

È chiaro che un siffatto contesto sociale è il frutto non solo delle politiche renziane: la nostra economia non cresce da diverso tempo, per cui non possiamo addebitare al Governo

odierno alcuna colpa in particolare.

Ma, un dato su cui ragionare, pure, va evidenziato: se, per ragioni internazionali e non solo strettamente locali, la recessione spinge i giovani a non mettere al mondo nuove vite, come può ipotizzare il Presidente del Consiglio di riuscire ad incentivare la procreazione con una campagna di stampa di sapore ecclesiastico e confessionale, che non tiene conto di dati economici strutturali dell’attuale società?

È evidente che l’Italia sia in sofferenza: i giovani lasciano i loro paesi meridionali, soprattutto, per cui è tornata la piaga dell’emigrazione e, di fronte alle incertezze lavorative, nessun trentenne, pur essendo in età fertile, mette al mondo una creatura, non avendo gli elementi necessari per assicurarle un futuro non gramo.

Le difficoltà, poi, della famiglia e lo scioglimento del vincolo matrimoniale, sempre più debole e tenue, contribuiscono ulteriormente a rendere poco salde le relazioni affettive, che sono ovviamente la precondizione necessaria per una maternità consapevole, a meno che non si voglia immaginare di mettere al mondo un figlio alle cui spalle non ci siano un padre ed una madre contemporaneamente.

Pertanto, la campagna di stampa, messa in essere dalla Lorenzin, ci sembra non solo infelice nei toni culturali, ma soprattutto inefficace sul piano della concretezza: si elimini il senso della precarietà ed, allora, forse qualche bebè in più nascerebbe.

Ma, può da solo un Governo nazionale rimediare a problematiche economiche di natura internazionale?

Peraltro, si dimentica un dato fondamentale.

Se per un verso gli Italiani fanno meno figli, per un altro la nostra popolazione si arricchisce ogni giorno di nuovi cittadini, gli immigrati asiatici ed africani, che portano con sé due realtà significative: un’età mediamente giovane, per cui sono tutti abili ed arruolabili sia per il lavoro, che per la procreazione, ed un contesto familiare, che sovente li raggiunge dopo il loro primo sbarco in Italia, per cui, se per

un verso la nostra popolazione perde numeri importanti, per altro li riacquisisce attraverso i flussi migratori, sempre più numerosi e rilevanti, anche in termini culturali.

Quindi, una riflessione pure andrebbe fatta da chi governa il Paese: che senso ha incentivare (o tentare di farlo) un incremento dei tassi di procreazione, se la società italiana sta diventando sempre più inclusiva ed articolata al suo interno, per effetto degli arrivi di migranti lungo le nostre coste?

Inoltre, tali flussi non sono destinati a spegnersi nel giro di poco tempo, per cui dovremo sempre più abituarci a conoscere generazioni future di Italiani dal colore scuro di pelle o islamici di religione.

Di fronte a tali scenari, appare ancora più inadeguato il messaggio di una campagna di stampa, che è naufragata sul nascere, un po' come il Governo stesso, che l'ha promossa, che - dopo un inizio all'insegna della fiducia - ha spento moltissimi entusiasmi, anche, fra chi non era pregiudizialmente contrario a Renzi ed al renzismo incipiente.