

Bambini: Al via campagna contro l'"inquinamento mediatico" che colpisce i piu' piccoli

"Volgarita', urla, litigi, violenza sporcano le orecchie dei nostri bambini. Comunichiamo perbene, i bambini ci ascoltano". Con questo claim l'associazione Comunicazione perbene, presenta la campagna di prevenzione e sensibilizzazione contro il malcostume e gli eccessi proposti dai media, a cui sono sottoposti giornalmente i bambini

Due bambine, Sara 8 anni e Alessandra 5 anni, con le mani sulle orecchie come a coprirle da un rumore assordante e molesto. Dietro un muro sporcato da un graffito/slogan, segno manifesto dell'inquinamento "pseudo-artistico" che colpisce i muri di migliaia di case ed edifici italiani, con la scritta "Comunichiamo perbene", seguito in basso dal monito "I bambini ci ascoltano". A chiudere la scritta "ogni giorno nei media volgarita', urla, litigi e violenza *sporcano* le orecchie dei nostri bambini. Sosteniamo l'ecologia nella comunicazione".

E' questo il soggetto e il messaggio di grande impatto scelto per la campagna di sensibilizzazione "ospitata" gratuitamente da alcuni dei piu' importanti media italiani, e presentata da **Comunicazione Perbene** (www.comunicazioneperbene.com – tel **3661576063**), l'associazione senza fini di lucro nata per volonta' di **Saro Trovato**, esperto di media e marketing, e sostenuta da una serie di esperti delle varie discipline che hanno una diretta o indiretta specializzazione sui media e sulla comunicazione, in generale. Sociologi, psicologi, economisti, medici, esperti del diritto, politici e lo stesso pubblico fanno parte del "movimento" **Comunicazione Perbene**.

"Abbiamo voluto collegare metaforicamente la comunicazione al concetto di ecologia e d'inquinamento. - Afferma **Saro Trovato**, presidente di **Comunicazione Perbene** - La comunicazione puo' condizionare l'agire umano, e quindi una cattiva comunicazione o un utilizzo distorto dei media possono creare effetti assimilabili all'inquinamento ambientale, ovvero generare conseguenze negative sugli atteggiamenti e comportamenti di individui o di gruppi. Tutto cio' soprattutto quando ad essere colpiti sono i soggetti deboli, nella fattispecie i bambini, sottoposti ad un martellamento costante da parte dei vecchi e nuovi

media. C'è bisogno quindi di iniziare a fare sensibilizzazione sull' Ecologia della Comunicazione ovvero la realizzazione, lo studio, la proposizione di una comunicazione armonica tra messaggio, mezzo e pubblico."

La campagna di Comunicazione perbene si rivolge in prima istanza **a chi opera nel settore della comunicazione**, per rimarcare le importanti responsabilità di chi sceglie e veicola contenuti dall'impatto così forte, specie sui minori, e sensibilizzare **all'ecologia della comunicazione**. Una campagna che nasce per combattere volgarità, urla, litigi e violenza che cui quotidianamente sono sottoposti milioni di spettatori (tra questi oltre 6 milioni di bambini tra i 5 e i 15 anni, che trascorrono mediamente tra i 180 e i 240 minuti al giorno davanti al piccolo schermo).

Comunicazione Perbene provocatoriamente fa riferimento a quei valori della "gente perbene", ovvero coloro che fanno del rispetto del prossimo, dell'onestà morale e intellettuale, della tutela dei soggetti deboli, della cultura della qualità e in genere di tutti i valori positivi legati alla relazione e alla socialità il loro verbo e il loro fine nella vita di tutti i giorni. L'associazione si propone di sviluppare iniziative, attività, formazione, eventi, manifestazioni a favore di una comunicazione di qualità, contro ogni forma di violenza, "rumore", eccesso nei contenuti presenti su vecchi e nuovi media. Una costante attività di critica contro ogni forma di malsana comunicazione o uso distorto dei media e della tecnologia, ma soprattutto di proposizione di temi e argomenti che possano migliorare l'utilizzo e la ricezione dei messaggi che arrivano dai mezzi di comunicazione di massa.

L'idea di una *ecologia della comunicazione* è strettamente legata alle condizioni contestuali degli strumenti comunicativi. La vita quotidiana è strettamente interconnessa con le condizioni di realizzazione dell'atto comunicativo, influenzandosi reciprocamente nel loro divenire. Le condizioni comunicative, quindi, sono influenzate non solo dall'essere ma dalla relazione che questo instaura con il mezzo e con gli altri individui, nonché col contesto. Questo spinge a considerare l'agire comunicativo all'interno di un campo di indagine più allargato, dove bisogna considerare anche *l'interazione*, la *socializzazione*, la *relazione sociale*. Sosteneva Max Weber, in *Economia e Società*, che «l'agire è sociale solamente quando si orienta in vista dell'atteggiamento degli altri individui». E quindi anche la vita quotidiana in cui l'individuo è immerso.

La scelta di due bambine per il visual della campagna intende ribadire **l'attenzione di Comunicazione Perbene verso "il mondo dei piccoli"** la categoria piu' indifesa di fronte al bombardamento mediatico. Nell'immagine s'intuisce che a spaventare le due bimbe e' un rumore cosi' forte da doversi coprire le orecchie, ma si vede anche che **questo frastuono eccessivo non toglie loro il sorriso**, perche' l'ingenuita' dei loro pochi anni non fa percepire il pericolo. **L'immagine, dunque, intende essere una metafora di quello che e' il rapporto tra media e minori** che vede troppo spesso questi ultimi esposti senza filtro a contenuti violenti, eccessivi e inadatti alla loro eta', con il forte rischio che la reiterazione di tali messaggi possa portarli a percepire come normali questi atteggiamenti o addirittura istigarli a comportamenti emulativi.