

*Le iniziative di Terre des Hommes*

# Terzo settore, lezioni di comunicazione

DI **MARCO A. CAPISANI**

**T**rasparente, diretta e focalizzata, così dev'essere la comunicazione del Terzo settore trasmettendo solo informazioni mirate al suo pubblico e «superando l'ansia di voler comunicare tutto, dunque niente», dialogando anche con videointerviste ai propri responsabili o agli operatori sparsi nel mondo attraverso i social network, dove tra utenti e intervistati non ci sono filtri di sorta. Sono regole d'oro della comunicazione valide in ogni settore, che diventano però ancora più stringenti in un comparto in cui privati e istituzioni affidano fondi alle associazioni per fini di solidarietà e sviluppo. A sostenere questa tesi è il libro *Come comunicare il Terzo Settore* di **Pietro Citarella, Stefano Martello, Giampietro Vecchiato e Sergio Zicari** (edito da **FrancoAngeli**, 226 pagine, 24 euro), che viene presentato oggi nell'ambito della mostra *Un-*

*children - Infanzia negata* promossa da Terre des Hommes, in calendario presso la Sala Santa Rita di via Montanara 8 a Roma fino al prossimo 30 giugno, con il sostegno del Dipartimento cultura del comune di Roma e il contributo di Telecom Italia e Banca Etruria. Terre des Hommes collabora con autorevoli istituzioni delle Nazioni unite e dell'Unione europea. Fa parte della coalizione di 785 organizzazioni non-governative (ong) che dal 2000 portano avanti, ogni 19 novembre, la Giornata mondiale per la prevenzione dell'abuso sull'infanzia.

E a proposito di comunicazione diretta, «*Unchildren - Infanzia negata* voluta da Terre des Hommes in occasione del cinquantennale della sua fondazione», ha spiegato **Paolo Ferrara**, responsabile comunicazione e raccolta fondi dell'associazione, «vuole sensibilizzare sulle violazioni dei diritti dei bambini attraverso le toccanti opere della disegnatrice

**Stefania Spanò** (un'opera, nella foto) Questa forma di comunicazione visiva ha un immediato impatto sui fruitori e riesce a scuotere l'indifferenza imperante nella nostra società». Sempre contro ogni abuso dell'infanzia e per una corretta rappresentazione dei bambini, Terre des Hommes apre poi le iscrizioni per il Child Guardian Award 2010, terza edizione del riconoscimento per le campagne pubblicitarie in linea con il rispetto dei diritti fondamentali dell'infanzia. Il termine per le candidature (gratuite) è il prossimo 15 settembre e saranno ammesse le campagne pianificate dal 1° gennaio 2008 al 31 agosto prossimo. Per iscriversi al Child Guardian Award è attivo l'indirizzo web <http://www.terredeshommes.it/childguardianform.php>.

Nelle due precedenti edizioni, il premio è andato ad aziende come Enel, Fiat, Coop, Barilla e Unilever. In tutto hanno partecipato 62 marchi con 105 campagne tra stampa, tv, affissioni, web e altri mezzi.

