

PROVINCIA DI BRESCIA

Settore Lavoro

Via Cefalonia, 50 - 25124 - Brescia

tel. 030.3749678 - fax 030.3749766

<http://sintesi.provincia.brescia.it/portale>

Responsabili:

Grazia Ziliani, Direttore del Settore Lavoro

Marco Consoli

Aurelio Bonù

Infortunati sul lavoro. Il 1° quaderno azzurro.  
Comunicazione 2005/2006



**PROVINCIA DI BRESCIA**

ASSESSORATO AL LAVORO



È un piacere presentare questa pubblicazione, sintetica, agile e riassuntiva, che illustra i temi salienti della campagna di sensibilizzazione dedicata a “Salute, Igiene e Sicurezza sul luogo di Lavoro” che la Provincia di Brescia ha condotto con particolare convinzione ed attenzione a partire dal mese di ottobre 2005 con il coinvolgimento e la partecipazione di molteplici attori del mercato del lavoro locale. Creare e diffondere una “cultura della sicurezza” non è ancora un compito semplice, ma rimane

La campagna di sensibilizzazione per la sicurezza sui luoghi di lavoro è un’ azione che il Settore Lavoro della Provincia di Brescia ha realizzato con entusiasmo, diretta a richiamare l’attenzione dell’opinione pubblica su un quotidiano drammatico problema e che oggi viene riepilogata in queste pagine, arricchite da un gradevole supporto digitale. Il territorio provinciale bresciano, uno dei più industrializzati del nord Italia, ha un triste primato: quello legato agli infortuni sul lavoro.

l’obiettivo da perseguire con forza e tenacia, un riferimento essenziale per chi, oggi, è già inserito in fabbriche ed imprese e per chi, come i nostri ragazzi, domani sarà impegnato sul fronte del lavoro. Oltre alle tragiche conferme dei dati statistici, che parlano di 50.000 infortuni in due anni sul territorio bresciano, di 76 morti, di grandi dolori e lutti, questa campagna ha consentito di parlare di punti irrinunciabili: la necessità di arrivare, con determinazione, ad una cultura della sicurezza, la ricerca di una logica di programmazione

Non è sufficiente constatare che questo dato è in lieve calo; serve una politica attenta che colpisca ed aiuti, anche attraverso una serie di forti messaggi. Una delle risposte possibili alla necessità di un cambiamento di prospettiva culturale passa attraverso questa campagna iniziata nell’ottobre 2005. Per raggiungere il “bersaglio” sono state utilizzate modalità di comunicazione immediate, realistiche, di forte impatto attraverso tv, carta stampata,

e definizione delle azioni e del coinvolgimento delle parti sociali, istituzioni, imprese, sindacati ed il passaggio successivo, chiaro e forte, a programmi d’intervento sistematico.

Solo dall’autentica unità d’intenti, consolidata da uno spirito nuovo e da una visione legata alle esigenze della collettività, si svilupperà l’humus, il terreno fertile per le sinergie di domani.

**Roberto Arturi**  
Assessore al Lavoro

affissioni orizzontali “speciali” e radio. Il piano “globale” ha visto il coinvolgimento degli attori interessati al problema della “sicurezza sui luoghi di lavoro”, nella convinzione che l’esperienza e la professionalità di tutti coloro che hanno a cuore la salute dei lavoratori non possono che essere elementi vincenti per la creazione di un mondo del lavoro migliore e sicuro.

**Grazia Ziliani**  
Direttore del Settore Lavoro

La campagna sul tema della sicurezza al lavoro promossa dall'Assessorato al Lavoro della Provincia di Brescia prende avvio nel mese di ottobre 2005. Si articola in due momenti.

Primo passo: si vuole sensibilizzare l'opinione pubblica intorno all'esistenza (all'emergenza) del problema, Ciò per dargli dignità, e importanza.

Secondo: si cerca di raggiungere in modo selettivo fasce di pubblico più ristrette (lavoratori, imprese).

Gli obiettivi della campagna devono fare i conti con un budget di comunicazione contenuto. Anche in relazione a ciò, si decide di impiegare media anomali, affiancandoli a quelli più tradizionali (stampa, tv, radio).

L'avvio della campagna viene dunque fatto coincidere con un evento a elevato tasso emotivo che coinvolge la cittadinanza.

La comunicazione prosegue nei mesi successivi attraverso i canali tradizionali della stampa quotidiana, delle televisioni e radio locali. Oltre che con affissioni non convenzionali.

A chi deve parlare una campagna di sensibilizzazione sugli infortuni al lavoro? Ai diretti interessati, i lavoratori, le imprese? Ovvio. Ma in realtà ogni tematica di natura sociale, proprio in quanto tale, riguarda l'intera comunità. O dovrebbe.

Perché quanto più una collettività avverte un problema, tanto più si

creano le condizioni perché lo si superi.

Occorre allora favorire nella pubblica opinione una presa di contatto (razionale ed emotiva) con il problema. Perché comunicarne l'esistenza a tutti, e non solo alla minoranza dei diretti interessati, è un modo per dargli valore. Proponendolo all'attenzione comune gli si attribuiscono dignità e

importanza. Lo si colloca in alto, nella scala delle priorità che una comunità, in maniera più o meno consapevole, sempre si forma.

E qui si incontra il primo ostacolo.

Ogni giorno veniamo raggiunti da una sorta di tragica contabilità: annunci di disastri, guerre, attentati.

Lunghi elenchi di vittime. Notizie e numeri che a forza di inseguirsi con quotidiana ineluttabilità, finiscono quasi per perdere significato.

Siamo assuefatti. Abituati al peggio.

D'altra parte – analogamente a quel che accade per i processi di assuefazione biologica – le notizie, per superare la soglia di

disattenzione e suscitare una risposta emotiva, devono progressivamente aumentare di intensità, accrescendo la dose di drammaticità. Pena l'indifferenza, l'insensibilità del corpo sociale.

*Brescia, 7 ottobre 2005  
Corso Zanardelli*





*Brescia, 7 ottobre 2005 Corso Zanardelli*

Si aggiunga poi che è la visibilità di un evento l'elemento più di altri capace di suscitare reazioni. Così che fatti poco o affatto visibili risultano ancor più indeboliti, incapaci di coinvolgerci, così come nel nostro caso gli infortuni sul lavoro. Occorre allora dare prima di tutto visibilità al problema. Di modo che non sia percepito come qualcosa che riguarda sempre e solo "loro" (gli altri, i

cantieri, i lavoratori). Di qui l'idea di drammatizzare il tema. Di riportare vicino, proprio nel cuore della città, quanto viene di solito tenuto lontano. La campagna di comunicazione sugli infortuni e le morti sul lavoro promossa dall'Assessorato al lavoro della Provincia di Brescia parte da qui. Un giorno come un altro, all'ora di punta, in Corso Zanardelli: ecco che una

quarantina di giovani vestiti da operai e muratori, tutti insieme e nello stesso momento, crollano a terra. Giacciono riversi. Immobili. La postura scomposta. Accanto a loro, gli abituali strumenti da lavoro. Lentamente, si avvicinano altri giovani. E cominciano a segnare sull'asfalto le sagome dei compagni. Intanto una voce registrata annuncia i numeri: 76 morti

bianche negli ultimi due anni, solo a Brescia. Più di 50 mila infortuni. E l'invito a non rimanere indifferenti.

Il tutto sotto l'occhio dei passanti, e quel che ancora più conta, quello collettivo delle televisioni, allertate per l'occasione. Perché gli effetti emotivi della performance vengano amplificati dall'eco mediatica.



Un gruppo di studenti dell'Università Cattolica, (sezione teatro del corso di laurea in Scienze e Tecnologie delle arti e dello spettacolo, preparati da Bano Ferrari) danno vita alla performance. Vestiti da operai e muratori, si mescolano prima tra i passanti. Poi, al suono di una tromba, cadono tutti a terra. Insieme, contemporaneamente.

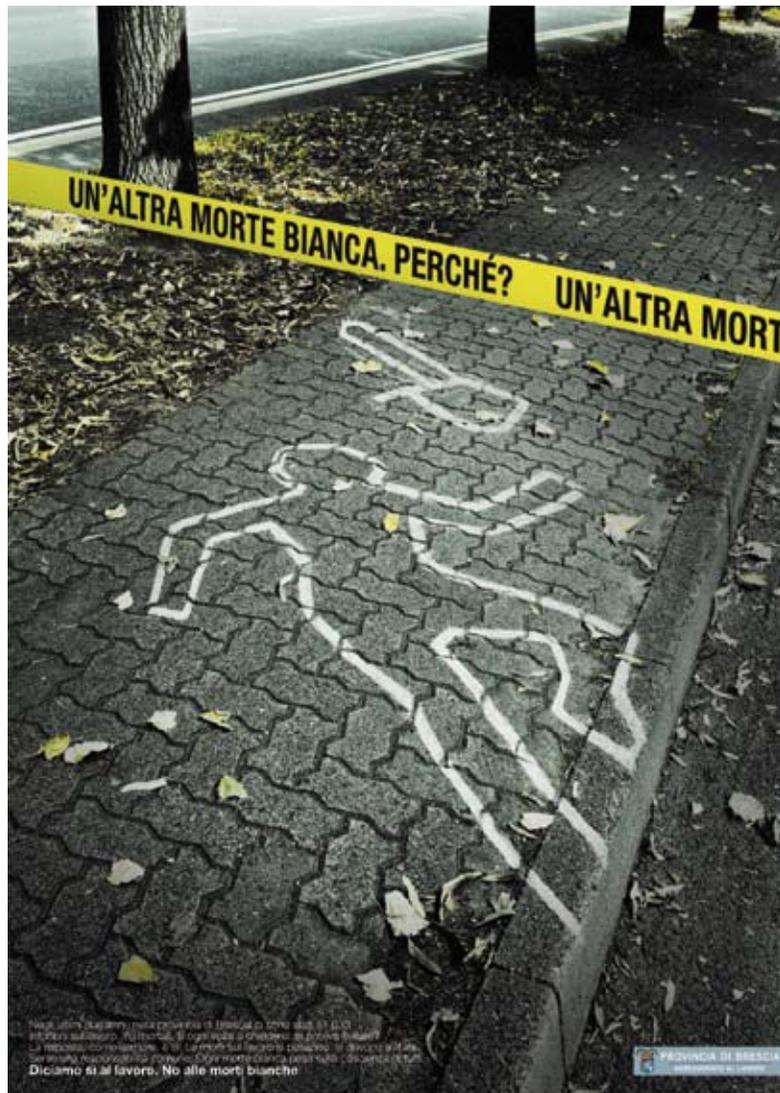
Giacciono riversi, immobili, per lunghissimi secondi. Minuti.

Un altro gruppo di studenti, compatto e ordinato, marcia ritmicamente verso quei corpi. Quando li raggiunge, il plotone si scioglie, e ogni singolo traccia attorno alla sagoma del compagno al suolo la tipica traccia bianca dei cadaveri sotto inchiesta.

Poi, di nuovo coralmemente, i corpi si alzano, riprendono vita, e tutti insieme stendono sul selciato un grande telo bianco. Su questa superficie candida viene gettata violentemente una macchia rossa. Intanto, dagli altoparlanti esce di continuo la stessa frase, che citando i numeri delle vittime da incidenti sul lavoro, esorta a non rimanere indifferenti.

## La campagna stampa.

Le pagine sono uscite sui quotidiani "Giornale di Brescia"  
e "Bresciaoggi", a partire dal 9 ottobre 2005



## Il 30" TV.

Una giovane coppia visita una casa in via di ultimazione. L'agente immobiliare fa strada, mentre descrive le qualità dell'appartamento. "Ecco, vedete..." la voce dell'uomo si spande nello spazio vuoto. Lo vediamo mostrare ai due

il vasto ambiente, con un gesto un po' enfatico. Ha l'espressione compiaciuta, i modi formali, appena affettati.

I tre avanzano al centro della stanza. Ed ecco, riversa per terra, la sagoma di un uomo. I tre si avvicinano, senza



apparentemente accorgersi di nulla.

L'uomo sul pavimento è immobile. Accanto a lui, rovesciato, un tipico secchio da muratore.

"Di qua la cucina...", dice l'agente immobiliare sorridendo alla coppia. E

scavalca il corpo riverso a terra. Anche marito e moglie lo scavalcano, come fosse la cosa più naturale del mondo.

Mentre i tre entrano nell'altro locale, la macchina da presa continua a inquadrare l'uomo riverso per terra, e una voce fuori campo dice:

**Negli ultimi due anni, in provincia di Brescia, ci sono stati oltre 50.000 infortuni sul lavoro, 76 mortali.**

**Non continuiamo a rimanere indifferenti.**



**Infortunati sul lavoro.  
Non continuiamo a rimanere indifferenti.**

*Lo spot è andato in onda, a partire da dicembre 2005, su: Teletutto, Brescia TV, Radio super TV, Telecolor/Primarete Lombardia, PiùValli TV*

## I radiocomunicati.

### Radio 30" **Problema.**

Siamo in una classe (rumori d'ambiente).

Voce di donna, parla scandendo bene le parole

“Allora bambini, scrivete: un contadino ogni mese vende 10 quintali di patate.

Se per ogni chilo guadagna 50 centesimi, quanto guadagna in un anno, sempre che arrivi alla fine senza restare sotto il trattore?”

Voce istituzionale:  
Quello degli infortuni sul lavoro è un problema grave...

Negli ultimi due anni, in provincia di Brescia, ce ne sono stati più di 50.000. 76 mortali... molti riguardano il settore agricolo. Non continuiamo a rimanere indifferenti.

Provincia di Brescia,  
Assessorato al lavoro.

### Radio 30" **Casa vuota.**

Scalpiccio di passi, voce di donna in un interno vuoto:

“Ecco, venite, qui c'è la zona giorno... molto luminosa, una bellissima vista, notate il parquet, le finiture di lusso, i doppi vetri, ecco, e da

questa parte, oltre il corpo di questo operaio, ci sono la zona notte, due camere con doppi servizi, un ampio armadio a muro, disegnato su misura, poi la cameretta dei bambini, il ripostiglio.... (a sfumare)”

Voce istituzionale:  
Negli ultimi due anni, in

provincia di Brescia, ci sono stati oltre 50.000 infortuni sul lavoro, 76 mortali. Non continuiamo a rimanere indifferenti.

Provincia di Brescia,  
Assessorato al lavoro.

*La campagna radiofonica è andata in onda, cinque volte al giorno per due mesi, su:*

- Radio Voce
- Radio Bresciasette
- Radio Number one
- Radio Millenote
- Radio Vera
- Radio Vallecamonica
- Radio Delta
- Radio Adamello
- Radio Studio Più
- Radio Super Tv

## Le affissioni speciali.

Sono state collocate cinque affissioni speciali in altrettanti luoghi della città (marciapiedi e piazze), da novembre '05 a marzo '06.

Non i tradizionali manifesti, ma sagome disegnate per terra, limitate da nastri colorati, collocate negli abituali luoghi di vita cittadina.

A ricordare l'enormità delle morti bianche, che irrompono - o dovrebbero - nella normalità della vita quotidiana.



## Seconda tranche. La campagna stampa.

La seconda tranche della campagna di comunicazione si rivolge in modo mirato ai

gruppi sociali più a rischio. I lavoratori dell'industria, delle imprese edili, dell'artigianato

e dell'agricoltura. E, insieme ai lavoratori, parla alle aziende.



## Speciali sicurezza.

Su Bresciaoggi del 14.12.'05 e sul Giornale di Brescia del 22.1.'06 sono usciti due

speciali di quattro pagine interamente dedicati ai temi della sicurezza sui luoghi del

lavoro, con il contributo di Associazioni, Organizzazioni e Enti a diverso titolo coinvolti.

