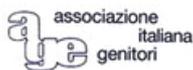




Principali Enti promotori:



Associazione Genitori Scuole Cattoliche



A.S.O. San Giovanni Battista



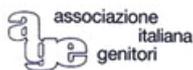
## Conferenza stampa GiuleManidaiBambini

### Quando mamma, è la strega di Biancaneve

### Uno spot per riflettere



### Principali Enti promotori:



A.S.O. San Giovanni Battista



### Spot "Biancaneve"

In occasione di questa conferenza stampa viene anche presentato (e reso disponibile a richiesta su DVD) lo spot televisivo "Biancaneve", realizzato gratuitamente da Juma AudioVideoProduction ([www.jumaavp.tv](http://www.jumaavp.tv)) di Max Judica Cordiglia, con la regia di Andrea Vernoli, per il Comitato GiùleManidaiBambini ([www.giulemanidaibambini.org](http://www.giulemanidaibambini.org)).

Il concept del filmato vuole richiamare - semplificandolo in una metafora - il contesto psico-sociale tipico dell'indiscriminata somministrazione di psicofarmaci ai bambini: interno giorno in un appartamento, il papà lavora al computer e la mamma prepara la cena. Due bambini molto vivaci sono sul divano, la televisione è accesa, trasmette il cartone animato "Biancaneve", e nessuno bada a loro. I giochi dei bambini, le grida, gli scherzi, si fanno sempre pi rumorosi, in un crescendo di ansia ed insofferenza da parte di entrambi i genitori. La musica incalza, lo stress aumenta ed il rumore ed il disordine prodotto dai due bimbi cresce. I richiami della mamma sono inutili, e il papà è fortemente disturbato nel suo lavoro dal rumore. Si supera il limite: un cuscino viene lanciato per aria dai bambini e rompe un vaso, la madre prende la decisione definitiva: mentre sullo schermo scorrono le immagini della strega che porge a Biancaneve la mela avvelenata, la madre dei bambini propone loro due pillole bianche.

Schermo nero, scorre la scritta "...ogni favola ha un lieto fine... ogni bambino ne ha diritto"; soggettiva sugli occhi vitrei e spenti dei bambini, sedati dalla pillola.

L'inquadratura finale propone i bimbi immobili, ormai fissi davanti a una televisione che non trasmette più nulla... tutto è cupo, grigio, come morto. Scorre l'avviso: "...non sedare la creatività di tuo figlio... ascoltalò".

La pillola si sovrappone nella metafora alla mela stregata, una facile soluzione che induce al silenzio, normalizzando il comportamento e sedando la vitalità e l'espressività dei due bambini che ora sono resi artificialmente innocui. Lo spot è evidentemente una provocazione, utile però al fine di rappresentare per immagini il rischio della ricerca di scappatoie "facili", ma che in realtà soffocano quanto di vivo e di creativo c'è nei nostri bambini. Negli Stati Uniti queste facili soluzioni farmacologiche stanno ponendo sotto "controllo" i comportamenti di un'intera generazione.

La campagna GiùleManidaiBambini vuole aprire un dibattito, anche "forzando i toni" con immagini forti come quelle qui proposte, per riflettere sul vero prezzo da pagare per cercare di risolvere disagi comportamentali che creano - spesso - più problemi a noi adulti che non ai bambini stessi.

**Regia: Andrea Vernoli**

**Musica originale: Leonzio Gobbi**

**I Diritti delle immagini di "La leggenda di Biancaneve" sono di**

in collaborazione con



# "GIU' LE MANI DAI BAMBINI®"

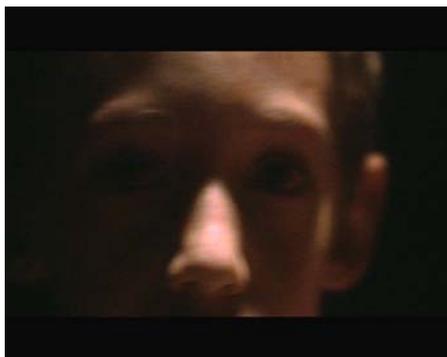
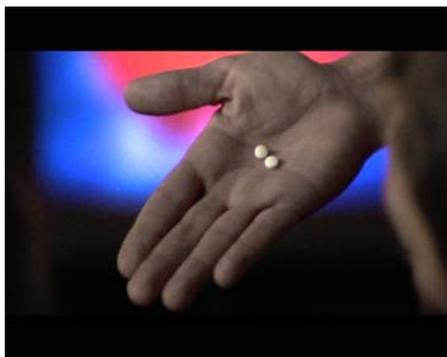
## CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DIFESA DEL DIRITTO ALLA SALUTE DEI BAMBINI



### Principali Enti promotori:



Associazione Genitori Scuole Cattoliche



Comitato "GiuleManidaibambini®" ONLUS- Casella Postale 589 - 10121 Torino Centro  
fax 011/19701577 - pronta reperibilità 338/7478239 - media relation 337/415305  
info@giulemanidaibambini.org - www.giulemanidaibambini.org