Piccoli Consumatori Crescono

Vogliamo ancora una volta parlare di televisione e di bambini. Uno psicologo spiegava che le immagini della guerra, ripetute fino alla nausea, creano nei bambini più piccoli delle paure che li toccano in modo sottile e spesso invisibile, oltre ad un altro pericolo che è quello dell'assuefazione a vederle, e quindi a pensare indirettamente che la guerra è un fatto normale, al pari di un film. Ma si sa, la televisione deve poter attrarre l'attenzione per essere vista, per guadagnare audience, per battere le altre emittenti catturando il maggior numero di spettatori.

Alla fin fine, più telespettatori ci sono, più si guadagna in pubblicità.

Ed è qui che occorre prestare attenzione. Il presidente della RAI, dopo essere stato accusato dal Ministro Gasparri di non aver raccolto abbastanza soldi in pubblicità, nei giorni scorsi ha comunicato i dati relativi alla pubblicità trasmessa durante i programmi dedicati ai bambini. Ebbene, per ogni secondo di pubblicità trasmesso dalla RAI ve ne sono ben 8 trasmessi da Mediaset. E la tendenza è proprio quella all'aumento della pubblicità durante le trasmissioni per i ragazzi.

Ovviamente nessun bambino se ne lamenta, gli spot piacciono, i prodotti affascinano e creano desideri continui. Per le TV è un investimento a lunga scadenza. I piccoli consumatori crescono e un domani acquisteranno svogliatamente ogni cosa nei mega supermercati dove oramai si passano le domeniche come una volta si facevano le gite fuori porta.

Tempo fa il Sindaco scrisse all'allora Ministro Livia Turco rappresentando anche questo problema. Il Ministro rispose, durante un incontro, che si stava lavorando per una legge che vietasse, o per lo meno limitasse, la presenza della pubblicità durante i programmi dei bambini.

Ora quel progetto starà andando avanti? Si concilieranno le esigenze del capo del Governo con la diminuzione della pubblicità sulle sue TV e magari le minori vendite di ogni tipo di giocattoli nei suoi grandi supermercati?

Nel frattempo cerchiamo almeno noi adulti di non sottovalutare il fenomeno e, almeno qualche volta, di non cedere alle lusinghe di chi, per denaro, ci rappresenta un mondo spesso irreale, che fa a pugni con quanto succede nel resto del pianeta.

Il Paese - Barzago