

NATI PER COMPRARE? – Alessandria 13 Giugno 2006

L'incontro di Alessandria, per essere un primo "lancio" della nostra preoccupazione, si è svolto nel migliore dei modi.

Una buona partecipazione ci ha confortati: erano presenti rappresentanti di associazioni, insegnanti e alcuni operatori teatrali.

L'incontro si è articolato in due momenti:

- a) la presentazione/sintesi di Guido Castiglia dei contenuti del testo "Nati per comprare". La presentazione è risultata un "grido", ha portato il pubblico presente nella plumbea dimensione di un problema fino ad ora apparentemente lontano o a mala pena intuito.
- b) L'intervento di Renzo Raccanelli. Un intervento che ha lasciato aperti spazi di ottimismo, idee sul come intervenire e accompagnare i bambini e i ragazzi in un mondo empirico e reale, dove i valori primi delle relazioni non sono distratti da false promesse.

L'esigenza che è emersa, anche riflettendo e discutendo dopo l'incontro, con i rappresentanti dell'Associazione Psy&co è stata la seguente: iniziare un lavoro d'indagine sullo stato delle cose in Italia, contattando le diverse realtà che, sul territorio nazionale, si sono mosse.

Il prossimo appuntamento è previsto il 18 Novembre 2006 a Torre Pellice, nell'ambito di "Costruttori di Sogni", manifestazione dedicata all'infanzia organizzata da Nonsoloteatro (ulteriori informazioni verranno rese note su questo sito a programma definito).

Al termine dell'incontro sono intervenute alcune persone.

Sono stati presi appunti sintetici sul cuore del loro intervento.

Riportiamo gli appunti qui di seguito.

Osservazioni/domande "Nati per comprare" – Alessandria 13/06/2006

Signora 1: io arrivo dalla pubblicità e devo spezzare una lancia in difesa dei pubblicitari italiani; innanzi tutto occorre dire che in Italia esiste un codice professionale severo e una regolamentazione legislativa rigida per le pubblicità rivolte all'infanzia (n.d.r. su Altroconsumo mensilmente viene pubblicata la lista delle violazioni: inquietante!).

Le campagne pubblicitarie che oggi sono lanciate negli USA arriveranno tra 1 mese in Italia, con i filtri del caso. Il problema però è il mezzo televisivo: il giornale possiamo controllarlo, la TV no; noi genitori dobbiamo accompagnare i figli, guidandoli e consigliandoli; non bisogna usare la TV come baby sitter piazzandogli davanti 5 ore i figli; bisogna fare attenzione alla qualità; noi genitori dobbiamo fare da filtro, la responsabilità è nostra, gli interessi in gioco sono enormi.

Signora 2: non è solo responsabilità dei genitori, lo Stato deve intervenire. E' troppo facile riversare la responsabilità sui genitori. I genitori non possono competere e contrastare l'invasività del mezzo televisivo.

Signora A: la TV-babysitter è tale a causa delle esigenze diffuse che i genitori hanno, spesso entrambi lavoratori; occorrerebbe diffondere consapevolezza rispetto ai diritti dei consumatori; bisogna tornare ad accompagnare i giovani a teatro e altrove. Chi può permettersi di pagare baby sitter adeguate non avrà questo problema, come al solito le distinzioni avvengono sul piano del denaro.

Guido: non è solo un problema economico ma anche un problema di mentalità; la guerra è stata dichiarata ma è impari: i genitori da soli non ce la possono fare; hanno bisogno di aiuto; la regolamentazione della pubblicità non è così rigorosa; fatte le regole si possono aggirare.

Signora 1: Tenete presente l'esempio del multilevel marketing, emblematico del fatto che queste cose hanno un passato, ma come in questo caso non hanno avuto successo; l'importante è reagire, associarsi e diventare consapevoli.

Signora 3: la chiave è l'avidità delle persone: quanto i genitori di oggi sono anch'essi protagonisti di un atteggiamento consumistico sconsiderato? Ciò è alla base di una trasmissione di valori deleteri ai figli.

Guido: Dobbiamo accettare il fatto che siamo una società di vittime; occorre fare lo sforzo di capire; il "compleanno al Mac Donald" è comodo ed efficace ma occorre rendersi conto che si tratta della conseguenza di un attacco andato a buon fine.

Tre, la rete telefonica, per i mondiali di calcio ha fatto uscire il TV-fonino e per farsi ricaricare il telefono le ragazzine (anche della V° elementare) si sono fatte riprendere col sedere di fuori e inviato il video clip a 3, da quel momento tutti coloro che si collegheranno in rete per guardare, pagheranno una determinata cifra che farà arricchire l'azienda e ricaricherà il cellulare dell'autore del video (ne ha parlato anche la trasmissione Report di R.A.I. 3). Sono cose che non devono accadere, ma non è colpa dell'inconsapevolezza dei ragazzini o della sconsideratezza dei genitori che regalano quel cellulare, c'è una grossa responsabilità delle aziende le quali sono consapevoli dei rischi e dei pericoli che infondono nei giovani.

Renzo: non accettare il colonialismo; come le associazioni dei consumatori fanno ogni giorno anche noi perdoniamo il "pollo" che ci è cascato; associarsi è una soluzione? Due i punti

- 1) accettare la parziale sconfitta poiché i nostri comportamenti, inutile negarlo, stanno cambiando
- 2) creare una rete (attraverso internet è possibile "collegarsi")

Sul terreno della TV perdiamo. La televisione è troppo forte per noi.

Io voglio cambiare terreno: voglio portare mio figlio nell'orto, voglio portarlo a raccogliere una fragola, voglio portarlo a vedere una mucca; bellissima l'iniziativa degli "orti scolastici" che ha cambiato la mentalità dei ragazzi.