

Il caso

## Solidarietà e voyeurismo emotivo

di Chiara Saraceno

**D**a qualche settimana vengono ripetutamente presentate in tv, negli spazi pubblicitari, spot a favore di donazioni per la ricerca e cura di malattie genetiche rare da parte di due associazioni. Richieste legittime per uno scopo meritorio. Il problema è che gli spot sono costruiti sulla presentazione di storie e facce, perfettamente riconoscibili, di bambini, anche molto piccoli, con gravi malattie, e dei loro genitori.

Non si tratta di attori, certamente non lo sono i bambini, esposti in tutta la loro indifesa vulnerabilità, in una galleria straziante di deficit di ogni tipo. Ogni volta che vedo questi spot provo un profondo disagio, per quello che mi sembra un abuso nei confronti di quei bambini. Un abuso di cui forse i genitori disperati e bisognosi di tutto l'aiuto possibile probabilmente non si rendono conto, ma che è in totale contrasto con lo spirito e la lettera della Carta di Treviso, le cui disposizioni a

tutela della riservatezza dei minori si fondano sul presupposto che la rappresentazione dei loro fatti di vita possa arrecare danno alla loro personalità (e dignità come persone, aggiungo io).

Nel caso dei bambini "malati, feriti, svantaggiati o in difficoltà" la Carta impone non minori, ma maggiori cautele, affermando, al punto 7, che "occorre porre particolare attenzione e sensibilità nella diffusione delle immagini e delle vicende al fine di evitare che, in nome di un sentimento pietoso, si

arrivi a un sensazionalismo che finisce per divenire sfruttamento della persona". In ottemperanza di questo principio e della preoccupazione che lo sottende, come si può leggere sul sito del ministero del Lavoro e delle politiche sociali, l'esposizione dei minori di 14 anni in spot tv e pubblicità è disciplinata in modo specifico e dovrebbe essere

sottoposta a controlli del Comitato media e minori. Chi impiega i bambini nella pubblicità è soggetto "all'obbligo di rispettarne la

dignità personale, l'immagine e la privacy, tutelandone l'integrità psicofisica". In particolare è vietato l'uso dei bambini in richieste di denaro, "per abusare dei naturali sentimenti che gli adulti rivolgono loro".

Nonostante la chiarezza delle norme e l'esistenza di più di un organismo di controllo (oltre al Comitato media e minori, c'è il Garante dell'infanzia), nessuna di queste protezioni e controlli mi sembra esistere nei due spot di cui sto parlando. Al contrario,

l'immagine di bambini sofferenti è esplicitamente utilizzata per sollecitare le donazioni. Al di là del fatto che ciò sia o meno legalmente lecito, sembra che questi bambini, perché particolarmente bisognosi, abbiano meno diritto degli altri alla difesa della privacy, a non essere usati, sia pure a fin di bene. Capisco che le immagini di bambini che non possono respirare, camminare, tenere la testa ritta, mangiare da soli possa apparire di immediato impatto, sollecitare la solidarietà di chi guarda. Ma a che prezzo per la dignità di quei bambini, per il rispetto che gli dobbiamo in generale e tanto più perché sono così vulnerabili. Il *trade-off* di (forse) qualche donazione in più vale una violazione così grande nei confronti di bambini tanto sfortunati e vulnerabili? Il voyeurismo emotivo è l'unica carta che si può giocare per ottenere solidarietà?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

