

---

## Brevi media

**Autore:** Gaspare Novara

**Fonte:** Città Nuova

**PUBBLICITÀ E BUONA TV SPOT CONTRO TRASH** Ormai da tempo molte aziende disertano con la loro pubblicità i programmi scadenti, quelli nei quali abbondano violenza, pornografia e volgarità di ogni tipo. Peccato che nessuno lo sappia. Questa una delle novità emerse durante il seminario Pubblicità e buona tv promosso a Roma dal comitato di Applicazione del codice di autoregolamentazione tv e minori. L'idea del convegno era nata dalla notizia che alcune aziende, soprattutto del campo alimentare, avevano richiesto di togliere le loro pubblicità da programmi considerati trash, ovvero spazzatura. È pensabile, ci si chiedeva, che disertando i brutti programmi i pubblicitari influenzino indirettamente il lavoro degli autori indirizzando i palinsesti verso una buona tv nel rispetto soprattutto dei più piccoli? Gli interventi di esperti di televisione, rappresentanti delle aziende e delle associazioni dei genitori, giornalisti e pubblicitari hanno confermato che la tendenza delle aziende a scegliere i programmi nei quali inserire la propria pubblicità è già in atto. La pubblicità ha tutto l'interesse a non essere associata alla tv trash, ha detto Enrico Montangero di Assocomunicazioni, che riunisce 190 imprese di pubblicità. Felice Lioy, direttore generale dell'Upa (Utenti pubblicità associati), ha spiegato che chi investe in pubblicità non vuole trasmissioni sotto il limite del decoro non solo per non imbrattare il proprio marchio, ma anche per salvare l'efficacia dell'effetto. Tutto quanto è violento, volgare o stupido atrae, ma anche distrae, fa perdere efficacia al messaggio e rischia di deteriorare i marchi. Per questo recentemente molte aziende hanno chiesto di togliere la pubblicità da programmi scabrosi come Bisturi o La talpa. Osservando che le aziende nei periodici stanno molto attente a non infangare la loro immagine viene da chiedersi perché non sia lo stesso per i programmi televisivi. Per questo l'Upa invita le aziende a proseguire sulla linea di attenzione e responsabilità in questo ambito. Il dibattito ha messo in rilievo che si tratta di un'attenzione alla qualità che deve coinvolgere sempre di più anche i contenuti degli spot con particolare attenzione ai modelli veicolati e agli stili di vita proposti, ai più piccoli e non solo. Forte è stato il richiamo al maggiore senso di responsabilità sociale che deve coinvolgere tutti, soprattutto le aziende televisive. Un circolo virtuoso, quello tra pubblicità e buona televisione, che potrebbe essere innescato proprio da chi produce e propone gli spot. Anche il direttore del marketing di Publitalia, Luigi Colombo, ed il direttore di Spira, Stefano Colombo, hanno confermato che, sia per Mediaset che per la Rai, molte aziende fanno specifiche richieste segnalando i programmi nei quali non vogliono entrare con i loro spot. Tra di esse la Ferrero, per la quale era presente Giorgio Merlassimo, responsabile del marketing strategico. La sua azienda ha scelto di non mandare in onda spot durante programmi considerati non positivi o in occasione di eventi delittuosi o di alta tensione emotiva. Scelte favorite dal fatto che le aziende non acquistano più per fasce orarie gli spazi in televisione, ma per programmi tv.

**OCCHIO AL SITO La tua Europa** Si può navigare scegliendo tra venti lingue e spaziando dalle informazioni sull'Unione fornite dalla Commissione europea a quelle sui singoli paesi fornite dagli stati membri. Ed è uno sfondo azzurro con una grande stella gialla ad accogliere in La tua Europa, (<http://www.europa.eu.int>) il nuovo portale per i servizi pubblici on line dell'Unione europea e dei singoli paesi che ne fanno parte. Informazioni per i cittadini e per le imprese su questioni pratiche, diritti ed opportunità, ma anche notizie sulle condizioni di vita, di lavoro o di studio di tutti i paesi dell'Ue.

**IN LIBRERIA** Dizionario del libro Il libro, un oggetto che abbiamo spesso tra le mani ma del quale forse non conosciamo a fondo la struttura e la storia. Sono oltre mille i termini che il testo presenta sull'argomento, corredati da disegni ed illustrazioni. Un dizionario che permette al lettore di conoscere meglio la struttura di un prezioso oggetto e delle parti che lo compongono scoprendone forme e sviluppi nel corso dei secoli. (Il Manuzio. Dizionario del libro, Sylvestre

