

---

## La pubblicità che ci impoverisce

**Autore:** Luigino Bruni

**Fonte:** Città Nuova

Sono sempre più amareggiato per l'invasione di quiz che ormai popolano ad ogni ora del giorno le reti televisive. La vita è tutta un quiz, aveva intuito profeticamente Arbore venti anni fa. Quando ero ragazzo prima del telegiornale c'era un programma chiamato L'almanacco del giorno dopo, una rubrica di varia cultura, che guardavo con interesse e curiosità. Poi è iniziata una lenta ma inesorabile decadenza il cui punto di arrivo sono quiz prima e dopo i pasti. Ogni sera centinaia di migliaia di euro fanno felici italiani normali, che grazie al bacio della fortuna (la prima loro fortuna è andare in tv) possono finalmente coronare i loro sogni. Trovo molto triste e volgare tutto ciò, e per diverse ragioni. Innanzitutto dobbiamo chiederci: da dove vengono quei denari? (ammesso che siano soldi veri, e se non lo fossero la menzogna pubblica sarebbe ancora più grave). Dalle nostre tasche, ovviamente. Ma non vengono dalla pubblicità? Certo, ma dobbiamo ricordarci che la pubblicità è di fatto una tassa sui prodotti che paghiamo noi cittadini, non certamente le imprese committenti, per le quali la pubblicità è un costo che possono scaricare riducendo così le imposte. Esiste quindi un meccanismo, che qualcuno considera virtuoso, che per me è invece perverso. L'aumento della pressione pubblicitaria ci impoverisce infatti in due modi: fa lievitare i prezzi delle merci, e ci fa godere meno i beni che già possediamo perché ce ne mostra sempre di nuovi che non abbiamo (ancora). Ma c'è di più. La cultura che la tv dei quiz veicola è quella di una felicità gratis, che dipende dalla fortuna e non dall'impegno quotidiano. Che tristezza vedere quei pianti dei fortunati vincitori, nonostante siano ormai molti gli studi che mostrano che i vincitori di lotterie dopo pochi mesi tornano più infelici di prima! E tutti noi, da casa, a giocare con loro, tutti raccolti per indovinare la parola misteriosa, ad applaudire chi osa rischiare. Ma il vero rischio è quello di dimenticare le parole delle relazioni familiari, non avere più tempo per l'ascolto profondo, e a tv spenta, di una ragazza che torna a casa amareggiata, o di un amico che passa per un saluto. Stiamo diventando più abili ad indovinare le parole morte dei quiz, ma possiamo perdere la capacità di indovinare le parole vive da cui dipende davvero la nostra felicità e quella degli altri.