

---

## Bambini e pubblicità

**Autore:** AA.VV.

**Fonte:** Città Nuova

Sono una mamma di due bambini di sei e otto anni. Mi accorgo di quanto siano influenzati dai messaggi trasmessi dalla pubblicità e mi chiedo cosa possa fare come genitore per aiutarli ad una visione critica. Silvia - Milano

La pubblicità piace moltissimo ai bambini, come dicono le ricerche di mercato. Essi infatti sono considerati il target più importante per gli uffici marketing delle grandi multinazionali. Lo spot televisivo è lo spettacolo preferito fino ai sei/sette anni perché si adatta alla mente: è breve (la durata media è di dieci-quindici secondi); è semplice (poche parole associate in maniera stretta alle immagini), rappresenta situazioni familiari, si ripete e ciò lo rende maggiormente comprensibile. Grazie a queste caratteristiche penetra facilmente nel linguaggio e nel modo di pensare, e ciò è strumentale all'acquisto del prodotto, che è il vero obiettivo. Lo spot dice ai bambini cosa desiderare e ai genitori le scelte da fare per accontentarli nei regali e facilitare l'inserimento nel gruppo dei pari. Fino agli otto anni essi però non lo considerano come un messaggio costruito con l'intenzione di vendere qualcosa, ma lo confondono con il loro mondo o meglio con il mondo in cui vorrebbero vivere. Solo verso i dodici anni capiscono che l'obiettivo è quello di spingere all'acquisto. Fondamentale per un apprendimento critico è il ruolo dei genitori che possono aiutare a distinguere tra finzione e realtà. È una tendenza normale infatti nell'infanzia considerare tutto ciò che viene appreso come reale. Per spiegare ai figli i meccanismi della pubblicità, si può portarli a riflettere sui messaggi che invia, facendo domande del tipo: cosa vuole dirti veramente?, cosa ti è piaciuto e cosa no?, quale è il prodotto di cui parla?, che sensazioni provi?, funziona bene come dice la pubblicità?, hai veramente bisogno di questo prodotto?. Le domande sono il punto di partenza per aiutare i figli. Se nel rispondere arrivano pian piano a esprimere da soli quello che realmente hanno capito, riusciranno a comprendere che lo spot non è una forma di intrattenimento, ma un mezzo per convincere la gente ad acquistare qualcosa. Anche queste intrusioni del mercato nella vita della famiglia dobbiamo coglierle come occasioni per formare i nostri figli attraverso l'ascolto, l'apertura, il dialogo, tutte espressioni della grande esperienza educativa che è l'amore.

spaziofamiglia@cittanuova.it