
Diavolo di uno spot

Autore: Maria Rosa Pagliari

Fonte: Città Nuova

«Ho l'impressione che la pubblicità faccia sentire i miei figli incompleti. Come comportarmi?». Paola ? Monza

«Ho l'impressione che la pubblicità faccia sentire i miei figli incompleti. Come comportarmi?».

Paola ? Monza

La pubblicità influenza la relazione tra bambino e genitore in quanto gli spot stimolano, da parte dei bambini, la richiesta di determinati acquisti e le insistenti pretese dei figli possono scatenare discussioni, litigi e capricci. I bambini esercitano un'influenza diretta sulle abitudini d'acquisto dei genitori chiedendo determinati prodotti, e un'influenza indiretta, poiché i genitori ne interiorizzano i gusti e acquistano i prodotti che piaceranno loro anche senza bisogno di richieste esplicite o della presenza fisica dei figli.

Come processo di socializzazione, la pubblicità si intreccia con un altro effetto: la misura in cui contribuisce al senso di soddisfazione o di insoddisfazione del bambino per la sua vita. Questo sentimento può essere stimolato dalla capacità o meno di acquistare ciò che viene pubblicizzato e che il bambino ritiene necessario e dalla delusione per i prodotti acquistati che non corrispondono alle promesse della pubblicità: felicità, emozione, bellezza, successo, popolarità.

Il mondo della pubblicità è strutturato per far sentire tutti noi – bambini compresi – insoddisfatti di ciò che siamo e di ciò che abbiamo e motivarci ad acquistare nuovi prodotti che promettono di migliorare la nostra vita. Compito delle famiglie è di non cedere sempre alle richieste dei bambini di acquistare il prodotto pubblicizzato, ma di aiutarli ad acquisire le competenze, le conoscenze e gli atteggiamenti che occorrono per valutare gli spot e i prodotti reclamizzati.

spaziofamiglia@cittanuova.it